



“公益+”新模式让便民服务更“近邻”

■ 本报记者 王旭光

凤祥社区位于厦门市同安区祥平街道商业街中心地段,是一个以居住小区、商业小街、购物商场为主的新兴社区,辖区面积0.25平方公里,常住居民约17516人,老年人占比5%。社区以公益为切入点,着力打造“公益+商业”“公益+队伍”“公益+制度”等

“公益+”的新模式,整合商家资源提供便民服务,提升社区服务品质。凤祥社区现有商业网点数量903个,带动就业人数3000人。开展便民一刻钟生活圈建设以来,居民综合满意度达到90%。

提供便民服务 为居民排忧解难

社区以公益作为商家参与社区服务的切入点,充分调动与整合商家资源,提供便民服务。

突出“服务”“关爱”“智慧”,社区为辖区居民带来各类上门服务。商户免费为60周岁以上老人及活动不便人员上门理发,联动祥平卫生院、居家养老服务站等共建单位为行动不便的老人提供包括慢病检查、临时看护、代购药品等的上门服务。

为便利居民生活,社区不断丰富便利化业态配置。推动品牌化连锁化便利店、社区超市、早餐店等进社区,搭载代扣代缴、代收代发、打印复印、洗衣家政等“一店多能”便民服务,支持菜市场标准化改造提升,规范有序发展集修鞋、配钥匙等“小修小补”服务于一体的社区工坊。

不仅如此,凤祥社区居民以双职工家庭居多,家长上下班时间与的孩子上下学时间存在

“时间差”,为了让放学后的孩子有地方去、有人管,社区依托新时代文明实践站、小区原售楼处、小区架空层等场所,通过党建引领,成立联合党支部,改造升级“四点半课堂”,并设立公益图书馆,招募辖区内退休老党员和志愿者成立服务队,为孩子们提供安全托管、作业辅导、休闲娱乐及兴趣培养等服务。

目前,凤祥社区“四点半课堂”共有三处,全天候开放,参与的商家志愿者200多名、专职志愿者60多名,受益双职工家庭170多户。

此外,社区还开设了两处亲子小屋,定期为辖区内的学龄前儿童提供早教服务,满足居民0-3岁儿童早教服务的需求。辖区内还设有两家幼儿托管教育机构,让幼儿在游戏中学习、成长。

打造“公益+”模式 提升社区服务品质

社区积极探索商业、公益、生活一体化的社区公益生产模式,建立资源互换、服务互换、以资源换服务、以服务换资源的公益资源循环机制,激发商户持续参与公益活动

的积极性。

为进一步建设一刻钟便民生活圈,凤祥社区以“公益+”的模式,广泛凝聚辖区商家资源,为居民提供更加便利的服务。

首先,着力打造“公益+商业”的特色,挖掘潜能。凤祥社区周边有乐海城市广场,商家数量多,以公益作为商家参与社区服务的切入点,将商家资源与居民需求紧密结合,做好凤祥社区公益资源库的建立,推动商家公益服务网络的建设。

其次,稳步提升“公益+队伍”的质量,增能提质。凤祥社区依据辖区商圈特色,建立了乐海规范停车巡逻队、爱心商家服务队等特色队伍,在商圈服务规范化、便民化、贴心化方面贡献了重大力量。

与此同时,联动工会、促进会等群团组织,为志愿服务队开展专业培训,提升队伍服务专业性,以队伍的形式聚人心、凝力量,着眼于商圈发展和社区治理的细处,发挥精准化服务的队伍作用。

最后,逐步深化“公益+制度”的保障,长效稳固。凤祥社区为激活商圈活力,建立诚信商家制度,对辖区商家进行诚信评分,并联合颁发“诚信商家”荣誉称号,有效提升了商家服务的主动性。

2023 消费提振年

呼吁共同开展社会监督 用好首问负责制度避免推诿扯皮

中消协:网约车聚合平台应是第一责任人

■ 本报记者 阎 密

针对网约车聚合平台的兴起及快速发展,根据交通运输部办公厅、工业和信息化部办公厅今年发布的《关于做好网约车聚合平台规范管理有关工作的通知》,以及消费者权益保护法、电子商务法等法律法规,中国消费者协会日前发布观点表示,相关网约车聚合平台及合作网约车平台公司应依法维护消费者合法权益,不断优化出行消费体验,同时呼吁广大消费者共同做好网约车聚合平台社会监督工作。

观点一:民法典、消费者权益保护法、电子商务法等有关消费者权益保护的规定,适用于网约车聚合平台这种新的商业模式,网约车聚合平台的经营者应高度重视、主动落实。其他法律法规对网约车聚合平台有更具具体明确规定的,社会各界可以据

此更直接对网约车聚合平台进行监督。

观点二:网约车平台公司对驾驶员和车辆有直接的管理和检验责任,应是第一责任人。网约车聚合平台及合作网约车平台公司有义务如实缴纳提供车辆牌照和驾驶员基本信息。网约车聚合平台对相关网约车平台公司落实检验责任,不得接入未在当地取得网约车经营许可的网约车平台公司。网约车平台公司对本公司提供服务的驾驶员和车辆的资质承担责任。网约车聚合平台督促合作网约车平台合理、有效落实检验责任。

观点三:安全权是消费者的首要权利,消费者因安全事故受到损害并要求网约车聚合平台提供合作网约车平台的真实名称、地址和有效联系方式的,聚合平台应当提供。如不能提供,网约车聚合平台应按照《中华人民共和国消费者权益保护法》第四十四条和《中华人民共和

国电子商务法》第五十八条的规定承担先行赔付责任。承担先行赔付责任的,应在损害确定、证据留存、履行程度等方面严谨规范,避免日后出现争议,甚至出现执行回转等不利于消费者的情形发生。

观点四:用好首问负责制度避免推诿扯皮,降低消费者维权成本。网约车聚合平台及合作网约车平台公司应结合自身服务内容,依法建立健全咨询服务和投诉处理的首问负责制度,及时妥善处理乘客的咨询投诉,主动听取消费者意见建议,自觉接受消费者监督。

观点五:按照电子商务法规定,“亮证、亮照、亮规则”是网约车聚合平台法定义务。网约车聚合平台应在移动互联网应用程序(APP)及相关网页显著位置展示合作网约车平台名称、网约车APP名称、网约车经营许可证等信息,以及聚合平台用户协议、服务规则、投诉举报方式

等内容,保障消费者的知情权。

观点六:网约车聚合平台及合作网约车平台公司应尊重消费者的公平交易权。网约车聚合平台及合作网约车平台公司应予落实明码标价等要求,不得以不正当价格行为扰乱市场秩序;网约车聚合平台不得干预网约车平台公司价格行为,不得直接参与车辆调度及驾驶员管理,维护公平竞争市场秩序。网约车聚合平台作为网络交易平台提供者作出更有利于消费者的承诺的,应当履行承诺。更有利于消费者的承诺既要惠及个体消费者,也要有利于公平竞争及消费者整体长期利益的实现。

观点七:加强消费者个人信息保护。网约车聚合平台及合作网约车平台公司须落实网络安全防范措施,严格数据安全保护和管理,采取有效措施防止出现约车人和乘客的个人信息泄露、损毁、丢失等情况。

本报讯 近日,以“标准引领、

数字赋能、品牌创新”为主题的第八届国家钻级酒家年会在河北省石家庄市召开。本届年会由中国商业联合会、河北省商务厅、石家庄市人民政府指导,全国酒家酒店等级评定委员会、河北省石家庄市商务局、河北省商业联合会共同主办,共有来自全国部分省市商务主管部门的负责人以及各地酒家酒店等级评定委员会、餐饮行业协会负责人等近800多名代表参加会议。

第八届全国钻级酒家年会举办

商务部原副部长、中国商业联合会原会长、全国酒家酒店等级评定委员会名誉主任张志刚在致辞时指出,今年以来,我国餐饮消费呈现加快恢复态势,7月餐饮收入增幅最大,达到15.8%。目前,我国餐饮收入总规模已超过2019年同期水平,在疫情之后实现强势复苏。主要经济指标的回升向好,为我国经济进一步发展奠定了良好基础。

国务院发展研究中心市场经济研究所原所长、研究员任兴洲在以《着力发挥餐饮消费的基础性作用,增强经济增长的内生动力》为题进行演讲时表示,扩大餐饮消费是增强经济发展内生动力的关键。我国餐饮收入总规模接近5万亿元,具有超大规模的餐饮消费市场。我国要充分发挥龙头餐饮企业的引领作用,完善餐饮业高质量发展的政策体系。

数据显示,截至2022年年底,全国共有国家钻级酒家3435家,营业额为995.8亿元,占全国餐饮市场2.62%的份额。在全国正餐50强中,有25家国家级酒家(企业集团)榜上有名,占比50%。国家钻级酒家引领餐饮业标准化、数字化和高质量发展的作用愈加凸显。

本届大会期间,全国酒家酒店等级评定委员会为石家庄高新区凯旋门大酒店有限公司等3家白金钻级酒家、北京贯通经贸集团有限责任公司贯通建德酒店等21家五钻级酒家、江苏诚宇城酒店管理有限公司等30家四钻级酒家、济南历下凯康酒店等12家三钻级酒家举行授牌仪式。同时,全国酒家酒店等级评定委员会举办了“预制菜在餐饮业的价值和应用”“餐饮品牌的建设与运营”专题论坛,并组织考察了石家庄光明渔港(光明宴)、保定会馆裕华店、石家庄花嘉丽豪礼宴中心等多家企业。(李宇晨)

进军直播带货,头部电商能走多远

■ 本报记者 刘旭颖

“去年支付宝的直播内容以内容型的慢直播为主,今年以来,支付宝直播从内容直播进阶到带货直播。”在近期举行的支付宝合作伙伴大会上,支付宝直播产品负责人祝勤政介绍了“爆品计划”和同步上线的达人代播选品中心“带货宝”。

“宇宙的尽头是直播带货”,坐拥超10亿用户的支付宝入局直播电商再次让这句调侃照进现实。从最早的淘宝、京东相继开启直播购物功能,到快手、抖音等短视频平台相继入局直播电商,推动后者进入流量变现期,再到2019年各大平台推出扶持政策,头部主播吸引各大行业进入直播领域,疫情期间“宅家”经济更是为直播电商创造了良好条件,各大品牌、演艺人员、网络红人纷纷乘上了直播电商这辆

“快车”。

祝勤政介绍,目前已有19大行业3000多个商家在支付宝开播,最近三个月新增了26个超百万销量直播间。支付宝直播呈现高客单价的特点,可达行业平均水平的2至3倍。为鼓励优质直播,支付宝还将启动直播商家支持计划,提供具备市场竞争力的优惠政策。

从直播行业来看,支付宝直播仍在探索期。网经社电子商务研究中心网络零售部高级分析师莫岱青认为,无论是支付宝的小程序还是新开通的直播带货功能,都面临着全新的挑战和机会,能否让更多商家赚到更多钱关系着支付宝域流量的商业化能走多远。目前主流的直播带货平台有抖音、快手、淘宝直播、视频号、京东直播、哔哩哔哩、蘑菇街、唯品会直播、小红书直播等,支付宝直播想要突出重围还

有不少难度。

百联咨询创始人庄帅认为,支付宝的用户粘性很强,且支付宝脱胎于淘宝,其大部分用户的消费心智很强。不过,支付宝从内容直播跨越到带货直播,还需要时间培养用户的消费习惯,建设以支付平台为属性的直播带货生态,同时依托淘宝天猫的供应链基础建立对应的服务机制和平台规则。

能否让消费者习惯于在支付软件上进行直播购物尚须观望,但对于商家而言,支付宝直播带货有着离支付端更“近”的优势。

莫岱青认为,自去年宣布加大助力商家数字化经营以来,支付宝向商家开放的小程序、直播等产品频道,瞄准的正是将域流量转向私域流量。

此举也十分有效。蚂蚁集团副总裁、

棉纺织产业链供应链加速强韧性

■ 本报记者 何晓曦

面对新变局、新挑战,为着力提升棉纺织产业链供应链韧性和安全水平,近日,中国棉纺织行业协会在新疆乌鲁木齐组织召开了中国棉纺织产业链供应链发展大会,探讨如何加强风险管控,融入内外双循环,推动构建自主可控、安全高效的现代化产业链供应链体系。

此次会议是工业和信息化部、商务部联合开展的“2023纺织服装供应链提升活动”之一,会议主题为“提升产业链供应链安全,保障棉纺织高质量发展”。

中国棉纺织行业协会会长董奎勇在致辞时表示,新疆是个好地方,为稳定国际产业链供应链、促进欧亚经贸合作作

出了积极贡献。今年上半年,棉纺织行业承压前行。市场呈现“强预期,弱现实”,整体运行不及预期。出口数据显示,近年来我国棉纺织产业在全球产业链供应链体系中的地位有所削弱,面临着新的挑战。为了应对这些挑战,他提出五点看法:回归本质、提高产品核心竞争力,加强政策引导、扩大新疆棉及制品国内消费,优化棉纺织业全球布局,强化产业链供应链合作,加强非棉纤维研发应用,提升产业链协同发展水平和加强自主认证体系建设、推动我国标准和认证体系得到全球认可。相信通过棉纺织产业链同仁的共同努力,最终一定会实现中国棉纺织产业链牢牢掌握国际产业链供应链主动权,极大提升我国棉纺织

贸易地位的目标。

新疆维吾尔自治区工业和信息化厅党组成员、副厅长高华斌在致辞时介绍了新疆的资源优势、政策优势、营商环境和产业发展情况。新疆地缘独特,潜力巨大,连通着国内和国际两个十几亿人口的大市场,拥有20个对外开放口岸。新疆政策优惠,税收、地价、电价等优势明显。新疆园区众多,基础完善。新疆棉花资源丰富,发展纺织产业得天独厚。为持续推动新疆纺织服装产业高质量发展,政府相继印发了一系列文件,形成促进纺织服装产业高质量发展的政策体系。

广东省清远市副市长、广清纺织服装产业有序转移园管委会主任林科聪在致

辞时表示,作为园区战略支点之一,广清纺织服装产业有序转移园正加快建设新疆棉纺织产品交易市场,链接新疆棉纺织服装原料端的优势,进一步强化棉纺织产业链和供应链建设。

广东云尚智城集团有限公司总裁张小祥介绍,作为广东省重点项目,广州北·中大时尚科技城着力打造全产业链一体化、数字化智能制造产业生态,推动“一馆一中心四平台”全方位赋能时尚产业,实现产业链、供应链数据闭环。随着粤疆全面合作伙伴关系的不断推进,广州北·中大时尚科技城将汇聚中国西端新疆的生产优势与中国南端的市场优势,推动完善产业链、供应链的闭环建设,推动中国纺织服装产业实现高质量发展。