

# 消费挖潜,向新场景要惊喜

张萍

规范明确、技术保障充分的情况下实现了奥运盛会和影院功能的跨界融合,拓展着体育消费的新场景,优化了文化服务供给。市场反馈好不好?虽还有可完善之处,但杭州一家影院经理告诉记者,像男乒单打决赛这样的热门赛事,上座率可以达到九成。

这个案例充分说明,把“消费者需要什么”和“我能提供什么”这道基础题做好了,消费挖潜就会有新空间和新惊喜。

最近,国务院发布《关于促进服务消费高质量发展的意见》,从挖掘基础消费潜力、激发改善型消费活力、培育壮大新型消费、增强服务消费动能、优化服务消费环境以及强化政策保障等六个方面,提出20条具体措施。“20条”的一个重要特点是先“小”处着力——结合当前经济态势,着眼长短期市场,从更细微具体的领域着手,盘点供需之间的堵点,破解当前服务消费领域有效供给不足问题。这

一点,与“影院+奥运”的尝试不谋而合。

比如,面对地方特色小吃的频频出圈,建议“提升餐饮服务品质,培育名菜、名小吃、名厨、名店”;针对不少家庭“苦不阿姨久矣”的情况,提出“深化家政服务劳务对接行动,推动家政进社区,增加家政服务供给”;针对老年人出游需求的日益旺盛,要求“增开银发旅游专列,对车厢进行适老化、舒适化改造,丰富旅游线路和服务供给”;针对很多人想运动找不到场地的情况,建议“盘活空置场馆场地资源,引导社会力量依法依规改造旧厂房、仓库、老旧商业设施等,增加体育消费场所”。条条在精,都在精准洞察当前社会的实际变化和最新动态,也都蕴藏着新的消费增长点。

为了促进消费,去年年初以来已有一系列举措接连出台。从效果来看,统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革,扩大服务业开

放,着力提升服务品质、丰富消费场景、优化消费环境这道“大题”,“基本得分点”已经被“解”出来了——数据显示,上半年,服务零售额同比增长7.5%,增速高于同期商品零售额4.3个百分点,服务消费已成为支撑总消费增长的重要动力。但是怎么把更多的“关键得分点”乃至“加分点”都收入囊中,需要更精准地把脉群众对品质生活的需求,拓展地方产业特长和资源禀赋,提升其与消费需求适配性,以体制机制创新激发消费新业态、新场景的创意。

促消费每一次冒出的“一招鲜”,背后都可以看到从业者对消费需求的深层体认尊重,以及对突破现状的迫切渴望。当然,为这些尊重和渴望创造条件,离不开有关部门优化服务消费环境,积极落实“20条”,强化政策保障,激发服务消费内生动能,从而为经济高质量发展提供有力支撑。

## 中国新闻名专栏 之江观察

“樊振东,好样的!”“赢了,赢了!”……在巴黎奥运会乒乓球男子单打决赛中,中国选手樊振东战胜瑞典选手莫雷高德,获得金牌。在浙江杭州的一家电影院,数十名观众一起见证了樊振东的夺冠时刻,现场气氛热烈。

今年夏天,除了电视机、PC和移动终端,很多人第一次接触到了电影院看奥运的新体验。全国范围内符合直播放映条件的数百家影院开展巴黎奥运会电视节目影院直播,让观众在超大银幕前畅享比赛的精彩时刻。“影院+奥运”有效地将当前人们对沉浸高清观赛体验的需求和影院供给能力结合了起来。因为前期准备充分,所以在版权

## 有了键对键 更要面对面

周荣光

随着互联网技术的发展,网上政务办公得到广泛推行。群众和企业用手机“键对键”,就可以跑审批办手续,大数据简化办事流程,提高办事效率,方便了企业和群众,得到一致赞赏和好评。

然而,现实中,也要注意防止念歪了经,诸如工作应用软件开发过多过滥、重复申报、强制使用、滥用排名、过度留痕、网上网下重复走流程等,加重基层负担,使干部疲于应付,无暇抓工作、下基层。“指尖上的形式主义”让干部没有精力抓实际工作,了解情况看材料,部署工作用电话,考评工作凭报告,致使干群距离渐渐“变远”,有的基层干部甚至“脱离”了基层……

网上办公没有错,运用互联网提供为民便民利民服务不仅必要而且重要。但是,运用新技术、新手段创新工作方法,是为了让服务更贴心;让数据跑路、在网上办公,是为了让群众少跑路、让办事更方便。用好“键对键”,更要“面对面”。无论什么时候、什么情况,都不能丢掉“面对面”。党员干部绝不能有“互联网依赖”意识,不能忽视下基层,不能用画面代替见面、用电话替代对话。

毋庸置疑,网络为人际交往搭建了一座

信息桥,通过数据让沟通更加便捷。但网络数据可以反映信息,却表达不了情感。“键对键”是技术,“面对面”有感情。鲜活的人、生动的事,大数据无法感知;亲眼看、亲耳听、亲身感受,与群众面对面交流、心与心碰撞,是任何数据都替代不了的。和群众坐在一条板凳上,说的是心里话,看的是实际问题,听的是群众心声,收获的是真知灼见。越是数据发达、信息便捷,越要和群众在一起,越要重视群众的需求与感受,越要脚踏实地走进基层、扑下身子深入群众。

“键对键”涉及工作方法,“面对面”则关乎能否走好新时代的群众路线。为便民便民服务需要“键对键”,但社交软件再好用,都无法替代“面对面”。党员干部须臾不可忘记“从群众中来,到群众中去”的工作方法,多到田间地头转一转,坐在炕头多和群众聊一聊,“柴米油盐”中能知民情,“家长里短”里最贴心,面对面的交流能让群众有存在感、重视感。有时候,干群之间就隔着一道门框,就看你是否有心去跨,用心去迈。只有坚持与群众面对面,消除距离感,用真心换真情、用爱心赢民心,才能真正把听民声、化民怨、解民难落到实处,才能凝聚起共同奋进中国式现代化的磅礴力量,才能想有思路、行有良策,保证我们的事业兴旺发达。

## 画中话



## 维权堵点

随着数字消费市场的日益繁荣,一系列消费维权问题也悄然浮现。微短剧付费乱象、内容违规问题频发,网络购物缺斤短两时有发生,网络游戏停服引发多起投诉……近日,中国消费者协会发布2024年上半年消费维权舆情热点分析和消费投诉热点两份报告,反映出部分数字行业当下存在的堵点,影响着消费体验。

·资讯·

## 从“挑担售卖”到“线上热销”

# 搭乘拼多多电商快车,“致富桃”解锁乡村发展密码

陈潇奕

七月上旬,正值江苏无锡阳山水蜜桃白凤品种热销,当地年过六旬的果农徐月娣也迎来一年中最忙的时节,仓库日出货量峰值大约在2000至3000箱,“网上需求量非常大,不怕卖不出去,只愁没有桃子卖。”

过去,徐月娣等当地果农或是挑着沉重的担子到本地市场售卖,或是凌晨租车到周边城市卖,既辛苦又卖不上价。而今,在拼多多等电商平台的支持下,徐月娣和老伴已实现不出阳山镇就能年入百万元。他们种出的水蜜桃也走出了长三角,走向全国,即便是香港消费者也能品尝到这口盛夏的“鲜甜”。

据了解,为推动地域特色农产品加速出村进城,拼多多近年来不遗余力投入资源,提升农货上行效率。今年5月,拼多多“农云行动”走进江苏无锡,为消费者提前锁定质优价美的阳山水蜜桃之际,还通过电商培训、一对一答疑解惑等方式大力培养“新农人”,加速推进当地水蜜桃产业“触电”。

这只是拼多多多点支撑地域特色农产品壮大的一个缩影。阳山水蜜桃这套生鲜电商经营模式正被复制到更多土特产上,拼多多用一个个“致富果”的生动实践再一次展现了电商模式的优势,不仅盘活一个产业,带动一方经济,更培养了一批拥抱发展、投身乡村振兴的乡创人,激活了乡村高质量发展的新引擎。

## 蜜桃“触电” 打开助农增收快车道

阳山水蜜桃,有近百年栽培历史,属于国家地理标志产品。正宗的阳山水蜜桃,外皮薄、韧性强,可以直接撕,平均糖度达到15度,少数优品糖度可超20度,比一般的西瓜还甜。特别是中晚熟的白凤品种,外形圆润、颜色粉嫩,倍受消费者喜爱。近两年,网络上流行一种新吃法——将水蜜桃充分捏软以后,插上吸管直接“喝”。这让白凤的热度持续攀升,大果难求。

作为土生土长的阳山人,徐月娣不仅是阳山水蜜桃产业壮大的见证者,也是拼多多电商扶持地域农特产的受益者。随着互联网技术的日渐成熟和农村电商的飞速发展,徐月娣的生活发生了翻天覆地的变化。八九年前,在身边朋友的带动下,儿子胡强开始尝试电商生意。

初入电商赛道,胡强有诸多困惑与不解。他深知木业有专攻,自家的优势在于水蜜桃供给,后端销售运营应该交给更有能力和经验的人。于

是,胡强找到同在无锡做生鲜电商生意的杨氏草莓农业专业合作社理事长李成龙合作,由后者助其销售。自此,徐月娣再也不用外出卖桃,过上了果园、仓库、家三点一线的生活,“我们采摘打包好直接发出去,或者别人上门来收,方便多了。”

在拼多多电商平台上,阳山水蜜桃不再论斤叫卖,而是按个头销售,身价暴涨。“一斤一两左右的水蜜桃,价格高的话,一个可以卖到五六百元。”徐月娣笑着表示,自己现在一亩地每年能挣至少三万元,不够卖时还会找周边农户收桃,“都是论个收,6两的桃子,一筐20个,地头收购价能达到160元。”

## 好服务 让“头回客”变“回头客”

作为连接果农和消费者的桥梁,李成龙深知既要让消费者买得满意,也要让果农赚得稳定,才能保证水蜜桃生意的持续性。经过多年摸索,他总结出一套切实可行的方法:品质和服务兼顾。

“阳山水蜜桃不指某个品种,而更



在地区政策引导和电商资源支持下,阳山桃产业描绘了一幅美丽乡村图景。 俞宏浩 摄

多代表一种品质。”在李成龙看来,要让生意做大做久,严控品质是第一步。一方面,他在收货前会与果农进行深入沟通,对果形、糖度、重量等提出明确要求。通常,他会选择单棵结果250个左右的桃树,“超过这个数量,单果的养分可能供应不足,果形、口感、重量都会下降。”他解释道。

另一方面,李成龙给到合作果农的地头收购价普遍高于行情价5%—10%。只要桃子品质、卖相达标,他就会尽量采购,且价格稳定,不让果农担心销路。

“我们希望用户收到价值100元的桃子时觉得商品能值110元甚至更高,而不是看着只值50元、30元。”李成龙说。但生鲜产品的履约总会有一些意外,尤其是水蜜桃这类娇嫩的水果,采摘或运输途中一个轻微的磕碰,都可能在几小时后生成淤黑,影响果子的颜值和口感。

为打消消费者的购买顾虑,助力商家提高订单转化率,近年来,拼多多联合平台商家推行、普及“坏了包赔”服务,消费者在签收后发现产品有变质、腐烂、破损等情况,可在24小时内据实申请部分或全部退款。这一服务很快被其他平台跟进,逐渐成为生鲜

电商的“标配”。

李成龙不仅认同该政策的初衷和作用,还对售后服务态度和时效提出了更高要求。在他看来,如果出现坏果、烂果的情形,要尽量从消费者的角度思考问题。毕竟,生鲜是一个高频复购品类,做的就是品质和口碑,消费者满意,生意才能持久。

令他印象最深的是,一位消费者在收到有磕碰的水蜜桃后寻求赔偿,但当客服确认赔付细节时,消费者长时间没有回复,客服人员就主动致歉道歉,并确认了赔付方案,“对方一直夸我们服务态度很好,又在我们拼多多店铺下单了24箱水蜜桃。”

不仅如此,李成龙还安排专员跟进物流快速,一旦发现揽收货物长时间没有物流轨迹更新或运输不及时,就会主动跟进解决。

在这套组合拳下,李成龙的店铺排名迅速攀升并保持拼多多细分类目前列,复购率超过40%,去年仅水蜜桃品类的销售额就实现了指数级增长。

“拼”出更多“甜蜜事业”合伙人

每年小满过后,徐月娣都会给果园里的桃子“套袋”,通过物理手段防

止水蜜桃被鸟啄、被虫吃。时间紧、任务重,她不得不请一些当地有经验、空闲的老人来帮忙,并按照每小时35元支付工资。

不只是退休老年人有了新的收入来源,电商销路的逐步开拓,也吸引了一批年轻人返乡创业。

李成龙透露,早期公司只有五六个人,以家属为主,包揽了几乎所有工



阳山镇“触电”后,徐月娣和老伴种的桃子再不愁卖。 刘舟 摄

作。随着电商订单增加,团队人员迅速扩充,设计、运营、客服等岗位日益齐全,目前公司有70多人,绝大多数都是95后、00后年轻人。

为了留住人才、激发组织活力,李

成龙给团队人员开出的薪资更有竞争力,以直播间主播岗位为例,销售旺季时月薪约有2万元。

在无锡这片土地上,李成龙借助电商平台让水蜜桃直连全国大市场,把产业和财富留在乡村,让更多人在家门口有了盼头和甜头。这位85后新农人,也在2023年获评“江苏省乡村产业振兴带头人”。

但李成龙并不止步于此,他正在全国各地寻找优质源头农产品,希望助力更多地域特色农产品加速“触电”。他说道:“我们已经熟悉了电商平台的运营规则和销售玩法,希望更多优质货盘放到电商平台。”

目前,李成龙已与四川、湖北、辽宁等地的源头供应商合作,将大凉山石榴、恩施土豆、丹东草莓等农产品搬到了拼多多等平台。与此同时,他还在全国多地合作建了十个仓库,每个仓库均有团队维持运作,促进了当地就业。

李成龙只是拼多多平台成千上万新农人的一个缩影。在地区政策引导和平台资源支持下,越来越多新农人返乡创业,带动地区经济发展,成为乡村振兴路上的“排头兵”。

谈及孩子读完大学后如果还想回来继续从事这份“甜蜜事业”,胡强说必须支持,“我们几代人都是在种桃卖桃,我的孩子如果愿意,希望他们可以回来接我们的班。我希望阳山水蜜桃能给他们带来一个更好的未来。”

在李成龙的仓库内,流水线上鲜嫩的白凤桃正在装箱发出。 俞宏浩 摄

# 防高温灾害也是一道法治题

王士珩

热浪来袭,夏季“高温模式”持续。为切实做好高温天气劳动者权益保障工作,省人力资源和社会保障厅日前发布《关于做好高温天气劳动者权益保障工作的通知》,要求严格执行高温天气作业规定,严格落实高温作业待遇保障,加强政策宣传和执法检查。

根据相关规定,单日最高气温超过35℃为高温天,高温时间持续且超过3天则视为高温热浪。高温热浪也是一种灾害天气,但常常被人们所忽视。事实上,高温的危害并不比龙卷风、洪水等灾害小。今年入夏以来,浙江各地气温纷纷突破40℃,多地日最高气温突破历史极值,高温热浪侵袭非常明显。

烈日炎炎之下,劳动者的工作状况和健康状况更加令人关注。炎热并不仅仅使人感到不适,暴露于高温环境之中或在高温环境中从事强体力劳动都可能引发热射病,情况严重的,还可能致死。有研究证明,长期处于极端高温的环境中,人们会感到压抑、沮丧,进而导致罹患精神疾病的概率增大。

我国一向关注高温酷暑之下的劳动者权益保护,除了劳动法、安全生产法等法律中的相关条款外,还专门制定了《防暑降温措施管理办法》(参考文本)等针对性法规和文件,用完善的行业法规为劳动者撑起一片“遮阳伞”。

这次省人社厅发布的通知,正是对上位法的落实落细。通知要求,气温最高达到40℃以上时,停止安排劳动者进行室外露天作业;不得安排怀孕女职工和未成年职工在35℃以上的高温天气从事室外露天作业及在33℃以上的工作场所作业,最大程度减少建筑工人、搬运工人、环卫工人等重体力劳动者高温时段的户外作业时间……细致的条款体现着对劳动者切身利益

的关怀,也为企事业单位保护员工的健康与安全提供了具有实操性的指导。

此外,随着新业态的发展,快递员、外卖送餐员等新的户外工作者群体日益庞大。由于新兴行业的发展尚不完善,这部分劳动者的劳动权益保障往往成为监管难点。因此,上述通知特别提出,要以快递员、外卖送餐员、环卫工人等重点群体,加大对企业遵守劳动保障法律法规情况的监督检查力度。这体现了对当前劳动市场的深入洞察

和保障劳动者权益工作的与时俱进。

除了相关部门加强指导与监管之外,各地防暑降温送清凉工作也在持续推进中。浙江多地通过增设避暑设施、拓展服务等措施,为户外劳动者送去清凉。例如,杭州在街头巷尾设立爱心凉茶摊,提供免费茶水;临海市对户外劳动者驿站进行服务拓展,准备了空调、冰箱、饮水设备、西瓜等防暑降温物资;此外,各地“爱心冰柜”纷纷清凉上线,供户外工作者免费自取……政府部门、企业、公益组织齐心协力,为劳动者特别是户外劳动者撑起片片遮阳“绿荫”,送去阵阵清凉。

关心高温下的劳动者,既是法律法规的要求,也是人道主义关怀的应有之义,还体现了城市爱心的汇聚流淌。高温“烤”验虽然严峻,但只要严格落实好劳动者权益保护,以劳动者身体健康与生命安全为先,因地制宜调整劳动安排,就一定能让大家安全顺利度夏。