

方便群众生活 提升城市温度

全国多地建设一刻钟便民生活圈观察

以居住小区为中心，步行15分钟就能满足日常生活所需，是一种怎样的生活场景？

近年来，我国推进一刻钟便民生活圈建设，聚焦解决百姓急难愁盼，不断满足居民日常生活基本消费和品质消费需求。记者近日走访多地，体验便民服务，感受城市温度。

聚焦居民急难愁盼 加快便民生活圈建设

清晨，在小区门口常设的便民早餐车前，家住中新天津生态城第三社区的白振义熟练地扫码支付，取走了热腾腾的早餐。接着步行约3分钟，他来到社区卫生服务中心取走了老伴的体检报告，而后又马不停蹄地前往仅一墙之隔的菜市场，将挑选好的新鲜时蔬放进手推车……

“出门也就15分钟距离，该办的事都能办妥喽。”68岁的白振义对记者说。

作为全国一刻钟便民生活圈试点地区，“一圈多能”是中新天津生态城便民生活圈的亮点，也是我国积极推进便民生活圈建设的缩影。

2021年以来，商务部、住房和城乡建设部会同有关部门先后出台意见和建设指南，提出要在居民步行15分钟左右的范围内，建设可以满足日常生活基本消费和品质消费的多业态集聚社区商圈。

截至目前，全国80个试点地区共建设便民生活圈1402个，涉及商业网点28万个，覆盖居民社区2766个，服务居民3200多万人。

杭州通过租金减免、点位优先、政策扶持等方式让“小修小补”规范有序回归百姓生活；武汉聚焦“一老一小”，加快建设完善各类养老服务设施、托育机构；长沙加快推进健身场馆、文化设施、体育场馆以及再生资源回收网点……

商务部提出，围绕发展“一店一早”、补齐“一菜一修”、服务好“一老一小”加快推动一刻钟便民生活圈建设。商务部部长王文涛表示，要把居民所需所盼、急难愁盼作为工作的出发点和落脚点，真正把一刻钟生活圈建成社区居民的“幸福圈”。

多措并举焕活力 琐事更需“绣花心”

无论是在寸土寸金的商业街区为小本经营者寻觅空间，还是为家门口的“一老一小”提供养老托育等专业服务，都必须有各级各部门穿针引线、针针到位的“绣花心”才行。



▲在中新天津生态城第三社区中心，一家开链行经营者正在为顾客配钥匙（二月二十四日摄）。近年来，位于天津市滨海新区的中新天津生态城通过打造社区中心积极推进“一刻钟便民生活圈”建设。新华社记者赵子硕摄

48岁的裁缝石晓春原本在安徽省合肥市曙光南路摆摊，可随着街区整体改造，曙光南路变成了“餐饮一条街”，和他一起的手工匠人一度遇到去留难题。

“本着‘缺什么、补什么’的原则，因城施策、有的可能还要因圈施策，体现个性化、多元化和特色化，优化社区消费空间布局，配强消费载体设施，提升智能化便利化水平，丰富多元消费业态。”王文涛说。

“买菜叠加修补，方便居民的同时，也让微利行业在城市里有了落脚点。”合肥市东陈岗社区党委副书记胡芳瑞说。

打开手机小程序“合肥家服”，点击便民导航，可以很快显示周边便利店、菜市场、生鲜超市、维修店的位置。

“我们还鼓励小店入驻智慧化平台，通过线上接单与周边居民对接服务，扩大经营空间。”合肥市商务局商贸处副处长朱俐说。

为了保障服务质量，不少地方选择政府搭台，企业唱戏，整合多方资源。

在上海市市长宁区新华路街道，坐落于居民楼里的恬馨为老服务站，配备有助浴室、理疗室与活动空间，墙上的“活动排片表”展示着助餐、健康监测、康复治疗、合唱班等一系列服务与活动安排。

运营这家服务站的新长宁慧生活科技有限公司是一家国有企业，服务300多个小区，其中老年人口比例接近40%。

“为老服务专业性强，对工作人员技能要求高，服务涉及面广，不是一家企业

就能做成的事。”公司运营部经理任艳说，在政府支持下公司开展专业培训，引入多方资源，才能搭建起如今这样一个专业化的养老服务平台。

“本着‘缺什么、补什么’的原则，因城施策、有的可能还要因圈施策，体现个性化、多元化和特色化，优化社区消费空间布局，配强消费载体设施，提升智能化便利化水平，丰富多元消费业态。”王文涛说。

加强政策保障 汇聚建设合力

北京将便民生活圈纳入培育建设国际消费中心城市工作；天津聚焦基本保障类业态和品质提升类业态，着力补短板、堵漏洞、强弱项；辽宁探索设立从省商务厅到社区五级联创机制……

开年以来，全国多地将建设一刻钟便民生活圈纳入2023年政府工作报告和重要民生实事项目。

为精准了解不同区域业态分布和居民实际需求，天津16个区商务部门，对辖区内各街镇实施“地毯式”扫描。

天津市商务局二级巡视员徐凤成说，天津市专门成立工作专班，把便民生活圈建设作为实施扩大内需战略和做好“六稳”工作、落实“六保”任务的有效手段，研究如何在用地、用房、财政、金融、营商环境等方面给予政策扶持。

智慧引领、数字赋能成为多地提升便民生活圈级的重要手段。电子屏滚

动显示农产品相关信息、免费无线网络全覆盖、食品可以实现源头追溯……数字化改造让安徽省合肥市的金隅南七里邻里中心菜市场焕然一新。

“在优化营商环境方面，商务部等12部门出台的意见提出，持续深化商事制度改革，优化企业开办服务，实施‘包容审慎’监管，简化社区店铺开业程序，发展与规范并重等保障措施，推动便民生活圈健康发展。”朱俐说。

北京市商务局副局长郭文杰说，北京正推进美发美容、洗染、超市（便利店）等综合监管改革，进行餐饮业综合监管试点，提升监管效能；将引导家政、美发美容等企业平台化、规模化发展，扩大家政员工制企业规模，推进家政服务行业立法。

业内人士指出，推进一刻钟便民生活圈建设还不到两年时间，从便利居民生活到提升消费品品质仍有较大提升空间。要从推动科学优化布局、补齐设施短板、丰富商业业态、引导规范经营等多方面发力，将便民生活圈打造成为促进形成强大国内市场、服务保障民生、推动便利消费及扩大就业的重要平台和载体。

（记者谢希瑶、王黔吟、颜之宏、汪海月、谢樱、宋瑞、赵子硕）

新华社北京3月31日电

新华时评

春到雄安，万物勃发。沐浴着明媚春光，一座正在崛起的“未来之城”拔节生长。2017年4月1日，新华社社受权发布：中共中央、国务院决定设立河北雄安新区。设立河北雄安新区，是以习近平总书记为核心的党中央作出的一项重大历史性战略选择。这是继深圳经济特区和上海浦东新区之后又一具有全国意义的新区，是千年大计、国家大事。习近平总书记亲自谋划、亲自决策、亲自推动雄安新区规划建设，倾注了大量心血。

集中承接北京非首都功能疏解，为解决“大城市病”探索中国方案，是雄安新区的初心和使命。雄安新区设立六年来，坚持“世界眼光、国际标准、中国特色、高点定位”理念，坚持高起点规划、高标准建设、高质量发展，努力打造贯彻新发展理念的创新展示示范区。

六年来，一批批重大项目全面推进，一个个标志性工程投入使用，雄安新区如雨后春笋般拔节生长，日新月异。新区累计完成投资5100多亿元，总开发面积覆盖120平方公里，3500多栋楼宇拔地而起，城市框架全面拉开，城市雏形初步显现，承接北京非首都功能疏解迈出扎实步伐，正朝着典范城市迈进。

一个时代有一个时代的标志。党的二十大报告提出，“高标准、高质量建设雄安新区”。要深刻把握高标准、高质量建设雄安新区的根本要求，加快建设高水平社会主义现代化城市。

创造“雄安质量”，打造新时代高质量发展的全国样板，要牢牢把握疏解北京非首都功能“牛鼻子”，持续完善新区基础设施，强化疏解落地支撑，不断增强承载力、集聚力和吸引力。要高标准建成投入使用，雄安新区如雨后春笋般拔节生长，日新月异。新区累计完成投资5100多亿元，总开发面积覆盖120平方公里，3500多栋楼宇拔地而起，城市框架全面拉开，城市雏形初步显现，承接北京非首都功能疏解迈出扎实步伐，正朝着典范城市迈进。

创造“雄安质量”，打造新时代高质量发展的全国样板，要以“敢为天下先”的雄心，创新体制机制和政策，打造新时代改革开放新高地，为新区高质量发展注入强劲动力、提供坚实保障。要不断优化便民高效的政务服务环境和创新开放的政策环境，在土地、财税、金融、人才、住房、对外开放等方面落实一揽子政策措施，有序承接高校、科研院所、医疗机构、企业总部、金融机构、事业单位等疏解，确保疏解对象来得了、留得住、发展好。

创造“雄安质量”，打造新时代高质量发展的全国样板，要锚定打造全球创新高地的目标，高起点布局高端高新产业和科技创新资源。新区要搭建国际一流科技创新平台，构建国际一流创新服务体系，努力成为京津冀乃至全国、全球重要创新源头。要重点发展新一代信息技术产业、现代生命科学和生物技术产业、新材料产业、高端现代服务业、绿色生态农业，建设实体经济、科技创新、现代金融、人力资源协同发展的现代产业体系。

创造“雄安质量”，打造新时代高质量发展的全国样板，要坚持以人民为中心，建设优质共享的公共服务设施，打造宜居宜业、可持续发展的现代化新城。建设数字智能城市，打造“15分钟生活圈”，扎实做好群众就业、养老、教育、医疗、社保等各项工作，增强群众获得感、幸福感、安全感。

创造“雄安质量”，打造新时代高质量发展的全国样板，要坚持生态优先、绿色发展，扎实推进千年秀林建设管护和白洋淀生态环境治理修复，实现3公里进森林、1公里进林带、300米进公园，再现“林淀交融的华北水乡、城绿交融的中国画卷”。建设蓝绿交织、清新明亮、水城共融的生态典范城市，靠优质生态环境来体现价值、增加吸引力。

起笔是世界眼光，落笔为时代标杆，走笔成千年大计。雄安新区将是我们留给子孙后代的历史遗产，必须坚持大历史观，保持历史耐心，稳扎稳打，一茬接着一茬干，一张蓝图绘到底，以功成不必在我的精神境界和功成必定有我的历史担当，把雄安新区建设成为经得起历史检验、引领时代发展的“未来之城”、样板之城。

（记者齐雷杰）新华社石家庄3月31日电

打造高质量发展的雄安样板

变味的“第三方测评”亟须规范发展

新华社天津4月2日电（记者刘惟真）翻看测评时心动“种草”，入手产品后却发现“被坑”……近年来，一些“第三方测评”虚假宣传、商测一体，为吸引流量，快速“变现”而要起“花招”，不仅损害消费者权益，也扰乱了市场环境。

业内人士认为，面对消费者的现实需求，“第三方测评”不应偏离公正真实的轨道，亟须规范发展、回归本源。

产品测评成部分商家“带货新招”

面对“过载”的网络电商信息，下单前翻翻产品测评已成为不少消费者的习惯。中消协数据显示，近八成消费者会在购物前观看“第三方测评”。

“有些用户希望通过测评视频了解行业情况，更多消费者希望借此辅助自己在短时间内做出购买决策。”厦门大学新闻传播学院助理教授李达军说。

近年来，“第三方测评”正是因内容浅显易懂、测评体验具有可参考性而“火速出圈”。然而记者了解到，目前有部分测评博主浑水摸鱼，让消费者难下决断，甚至“买后被骗”。

——虚假夸张宣传，实物差别明显。一位从美妆公司离职的员工介绍说，有的美妆博主在测评“褪红面膜”时，先拍摄揭下面膜的画面，再用热水敷脸使皮肤变红，剪辑视频时调整顺序，让消费者相信产品功效。北京某时尚博主透露，服装测评也有类似现象。“有的用夹子夹住衣服背面，廓形能变身；有的样品和产品差别较大，消费者很难甄别。”

——评价截然相反，顾客左右为难。记者在某平台搜索同一款面膜产品发现，有博主称“没有干涩感”，也有称“戴上就流

泪”，不少消费者直呼“不知该听谁的”。上海锦天城（天津）律师事务所律师尚丽娟说，博主的主观性容易导致测评结果出现分歧，也有一些商家故意借博主之口诋毁竞品公司，构成不正当竞争行为。

——看似“中立客观”，实则“商测难辨”。中消协发布的报告显示，55.7%的“第三方测评”涉嫌存在商测一体、以商养测类的模式。“有的流行品牌出自网红经纪公司，找代工厂生产产品，再让旗下网红猛推。”湖南护肤博主李先生称。不少消费者指出，一些商家“既当运动员又当裁判员”，对自家产品的优点大夸特夸、缺点绝口不提，难保测评公正性。

乱象背后仍存治理难点

多位专家指出，“第三方测评”鱼龙混杂，暴露出目前平台管理、准入及评价机制等方面存在的问题与治理难点。

——门槛较低，“外行”也可测评。天津财经大学商学院互联网信息与用户行为研究中心主任陈旭辉认为，目前网络测评准入机制尚未健全，测评主体不一定具备相应的专业技术或资质条件。中消协发布的报告也显示，目前“第三方测评”市场具备法人背景的账号仅占比23.4%。

记者在某网络平台看到，多位仅有千余名粉丝的普通博主晒出了商家的“测评邀请”。“互联网平台上人人都是推荐官”，“素人”更容易获取消费者的信任。”李达军介绍，一家网红经纪公司的“素人”从培训到上岗甚至只需28天，入行几乎是“零门槛”。

——主观臆断，测评标准不一。陈旭辉、尚丽娟等表示，一些博主的测评标准

带有主观性、随意性，测评方法不专业，结果往往是“亲测有效”。然而同一平台采用不同测评标准，得到的结论可能完全不同。”尚丽娟说。

“有的测评过程就像‘黑箱’，消费者无从知晓博主以何种方式开展检测，其科学性合理性如何，只能被动地接受最终数据与结果。”李达军说。

——“移花接木”，难以联动施策。记者发现，有的因内容违规被一家平台封禁的测评博主，在“沉寂”一段时间后仍能复出“转战”其他平台。多位专家表示，对于各大平台而言，测评内容是保有竞争力、活跃度的重要板块，如果平台追求流量至上，在内容生产、审核、传播等环节把关不严，也容易助长不正之风。

武汉大学网络治理研究院副院长袁康认为，即便是在规模较小的平台上发布的不良内容信息也非常容易被转载到其他平台上。“网络是联动的，如果机械地把不同平台视为彼此割裂的个体，可能会造成监管困难。”

让“第三方测评”回归本源

“第三方测评”领域出现的乱象已引起相关部门的高度重视，不少部门出台有针对性的举措，持续加大监督整治力度。近日，中消协通过深入调查，发布《“第三方测评”对消费者权益影响调查报告》，表示将继续对“第三方测评”进行监督。市场监管总局也修订发布《互联网广告管理办法》，细化了“软文广告”、含有链接的互联网广告、利用互联网直播发布广告等重点领域的广告监管规则，明确行为规范。

对于不少消费者而言，背后无利益

相关方、体验真实可靠是“第三方测评”受欢迎的重要原因。业内人士认为，面对部分“第三方测评”变味“跑偏”现象，在强化监管、完善法律的基础上，未来可从行业自律、社会监督等角度协同发力，引导其回归本源。

尚丽娟建议，加强对侵害消费者知情权、进行虚假宣传或商业诋毁的测评主体的监管与治理力度，加强行业自律，鼓励行业协会结合实际案例制定更加灵活适用的行业规程，引导市场良性竞争。

从平台治理的角度，天津市消费者协会投诉部主任陈云奎认为，平台方需加强账号身份认证，设置“第三方测评”标签，对测评账号建立作品审核、信用投诉、宣传带货管理及账号粉丝管理等多重监管机制。

“如果凭借流量采取非正当宣传手段‘割韭菜’，造成消费者的反感，会对平台长期良性发展和内容生态造成‘反噬’。”陈旭辉认为，平台应放远眼光，加强对虚假内容的整治力度。可在测评视频发布前要求博主勾选并承诺责任，保证视频内容的真实性，净化网络消费内容生态。

对测评主体建立准入机制也迫在眉睫。陈云奎等建议，提高博主准入门槛，制定合理的申请审批机制，针对从事商业行为的测评账号进行统一备案管理。李达军认为，相关部门可对网红经纪公司的网红培训机制予以规范，提升博主的法律素养与“第三方测评”的合规性。

此外，需进一步畅通消费者监督反馈渠道，保护消费者权益。陈旭辉、陈云奎等表示，有必要建立健全消费者对“第三方测评”的评分反馈机制，设立消费投诉的“绿色通道”，为测评账号管理提供科学有效的数据指标。