

市场监管

# “网红”变“长红”要跑赢诚信赛道

山东淄博的烧烤火了。缘何这么火？答案有很多，细究起来也没有什么了不得的秘方，就是一个字：诚。

这种“诚”首先体现为价格公道。淄博烧烤是因为人均六七十元火出圈的，比其他地区便宜。实惠的体验为淄博烧烤带来不少粉丝。有些地方美食也曾因性价比走红，但客人多了就肆意涨价。淄博需要吸取教训，避免重蹈覆辙。

淄博烧烤的“诚”还体现为“不耍秤”“不坑人”。最近，一位以自带小秤暗访商家走红的博主去淄博打假。在当地最热闹的八大局商区，博主探访了10家店铺，全都没有缺斤少两。有的商家还主动去除了包装袋重量，有的准备了小点心当添头，让博主连连夸“靠谱”。不出所料，“靠谱”的淄博烧烤又收获了一批粉丝，延续了热度，有大量网友表示“五一”一定要去试试。

价格公道、不短斤缺两，本就是经营者的义务、做生意的本分，用当地商家的话说，“人做生意凭良心”。可这个看似天经地义的事情，却不是人人都能坚持。前些天在某网红旅游城市，这位博主检测了10个商家，发现8个用的秤都有“鬼”，甚至出现了“半斤

淄博烧烤如今的“红”，得益于价格公道、不耍秤不坑人的“诚”，严格的市场监管也帮忙守住了诚信关。“网红”能否变“长红”，很考验当地的管理能力和接待能力，更考验诚信之心。

秤”，4斤实际才2斤，坑了整整一半。这样的消费环境，让人如何安心？对比之下，走红以来，面对一波波的客流，淄博商家尚未爆出什么有损声誉的负面情况。希望他们能继续保持，共同守护淄博的荣誉。

淄博如今的“红”，部分得益于它曾经的“不红”。淄博烧烤过去主要做熟人生意，依仗口碑经营。社会诚信在这里保存得相对完整，消费价格也没有因外地游客涨出泡沫。当流量突然降临，淄博呈现了一个朴实而又鲜活的“好客山东”，一下子就打动了被各种“价格刺客”刺伤的年轻人。

严格的市场监管也帮忙守住了诚信关。3月初淄博烧烤刚刚走红，当地市场监管部门就对辖区烧烤店开展专项检查，推出食品快检进“烧烤网红店”活动，督导烧烤店

诚信经营、明码标价……当商家发现监管部门“隔一段时间就来查一次秤”，冒着巨大风险在秤上做手脚的自然就少了。

为了服务好排着队来撸串的游客，淄博还迅速开通了烧烤专列、烧烤公交线路，发布烧烤地图，把执行力和宠粉力拉满格。互联网流量是门学问，淄博火起来有偶然成分，但淄博以诚信经营的理念、“好客山东”的热情接住了天降流量。淄博烧烤出圈后，当地消费回暖加速，投资潜力大增。这是市场给予诚信者的奖励。

诚信就像肉里的盐，保证了食材的滋味。对于经营者而言，诚信亦是底线。有诚信打底，热情服务、产品创新才能锦上添花，就像酸汤鱼需要木姜子，小烧烤离不了孜然粉，可缺了盐，啥也不香。

作为新晋烧烤之城，淄博火到现在也就一个多月，能不能长红还有待观察。到目前为止，淄博的秤是准的，商家是热情的，小烧烤是香的。游客乘兴而来，尽兴而归。这真是件值得高兴的事。

不过，“五一”淄博即将迎来一次大“烤”，不只考验烧烤行业，更考验淄博的消费环境和营商环境。随着烧烤摊前排的队伍越来越长，社交平台上已经出现了抱怨排队久、商家脸难看、服务跟不上的声音。此时，既要维持热度，更要保持清醒。火起来之后，面对送上门的生意以及数倍于过往的游客，淄博能否一如既往地做好服务甚至服务得更好？

这很考验当地的管理能力和接待能力，更考验诚信之心。青岛大虾教训犹在，淄博烧烤切莫大意。毕竟，连起“网红”到“长红”之间的，是一条长长的诚信赛道。



魏浩

## 探索规范无人服务模式

戴梦雅

最近，餐饮圈又有新网红“出道”——麦当劳无人餐车亮相北京地铁站内。随着经济不断复苏，全国迎来消费热潮，各地的餐厅也纷纷刮起一阵“无人风”，“无人面包店”“无人火锅”“无人咖啡店”悄然兴起……在这些店里，顾客可以自行购物、结账、打包，全程自助，且基本无人看守。售卖者对顾客放心，购买者也不用担心回应了店主的信任，“无人小店”的背后是一场诚信的“双向奔赴”。

早在前几年，“无人便利店”便已进入公众视野，只是如今“无人”模式在多个行业扩展，新鲜的体验再次吸引年轻人驻足“打卡”。为什么“无人小店”能再次引发大众关注，受到消费者欢迎？

相比光顾传统店铺，走进“无人小店”的顾客可以随时选购商品、自行结账，不受时间约束，这对于很多“分秒必争”的上班族来说是不可多得的便利选择。除此之外，“无人小店”模式给了消费者更多自主空间，解决了一些年轻人的“社交恐惧”，一定程度上避免了顾客与商家发生不必要的冲突。

值得注意的是，“无人小店”的商品价格普遍不贵。例如，某无人咖啡店的咖啡9.9元一杯，价格实惠；无人火锅店的人均消费基本在60元至80元；某无人自助糖水店则采用“统统5元”的售卖模式。这也是无人售卖模式能再次“出圈”的原因。

“无人小店”节约人力成本，同样受到经营者欢迎，为一些个人创业者提供了全新的开店思路和运营模式。在节省人力成本的基础上，这样的模式也为经营者省去不少时间成本，有助于他们“腾出更多时间”思考门店的进一步发展。

当然，在激烈的市场竞争中，创新的业态有时会引发争议和质疑。“无人店”模式固然提供给消费者更加时尚新鲜的消费体验，但也需创业者经营自身的诚信。在市场经济环境下，诚信是推进营商环境优化发展的要素之一；优质的营商环境又推动着社会的诚信水平不断提升，从而形成良性循环。从经营者的角度来看，“无人小店”的卖点是“信任”，顾客则需给出诚信的“反馈”。商家若能通过“无人交易”与消费者建立起相互信任的基础，则“无人小店”有望成为商业社会新的诚信“标杆”。

此外，目前的“无人小店”经营规模相对较小，能为消费者提供服务的范围和种类也较为有限，在扩大经营之后，“无人小店”可能会面临产品更新速度慢、售后服务不及时、盈利模式单一等问题。探索更丰富的“无人”消费场景和可持续发展的“无人服务”模式，更好地规范“无人店”经营发展，仍需各方共同努力。

(中国经济网供稿)



徐骏作(新华社发)

## 抢抓新能源车转型发展良机

中国电动汽车百人会论坛日前在京举行，与会人士普遍认为，发展新能源汽车产业是我国从“汽车大国”迈向“汽车强国”的必由之路。2022年，我国新能源汽车产销量688.7万辆，增长93.4%，成果突出。当前，我国新能源汽车产业进入一个全面市场化的拓展期，要不断适应新形势新变化，巩固自身发展优势，持续释放创新活力。要进一步完善新能源汽车跨部门协同机制，加强顶层设计和系统部署，实现产业创新引领和高质量发展，持续加强新能源汽车技术研发，推动设计过程、生产制造、循环利用全环节的数字化、智能化、低碳化，促进汽车产业链绿色、低碳和可持续发展。

(时锋)

## 解开高效社会治理

当前，不少城市积极整合各方力量，不断提升基层治理效能，收到显著效果。提升社会治理效能，不但使人民获得感、幸福感、安全感更强，而且是时代的要求、发展的需要。

社会治理是一项复杂的系统工程。当前，我国社会稳定任务艰巨。推进改革发展、调整利益关系往往牵一发而动全身，尤其需要坚持运用系统观念，处理好各方面关系、统筹好各方面利益、调动好各方面积极性，营造和谐、有序又充满活力的良好社会环境。

如何解开高效社会治理的“密码锁”？其一，在社会治理主体构成上，重视党政主导与多元共治有机统一。一方面，要把党的领导贯穿到社会治理全过程，发挥党集中统一领导的政治优势，构建党委领导、政府负责、群团助推、社会协同、公众参与的社会共治同心圆。另一方面，要在民主协商、社会协同、公众参与上下功夫，健全自治、法治、德治相结合的城乡基层治理体系，完善基层民主协商制度，实现政府治理同社会调节、居民自治良性互动。要完善网络化管理、精细化服务、信息化支撑的基层治理平台，探索基层群众、社会工作者、志愿者等参与社会治理的途径。例如，今年以来一些地方深化“党建+网格”模式，网格员都来自社区，熟悉社区事务，哪里有安全隐患、哪些居民有服务需求，网格员第一

## 密码锁

王菲

时间、地点、行业、问题、治理、打通了社会治理的最末梢。其二，在社会治理内容上，重视常态治理与应急处突有机统一。对涉及多个部门、管理难度大、风险隐患突出的监管事项，应建立健全跨部门综合监管制度，完善各司其职、相互配合、齐抓共管的协同监管机制。对直接关系到人民群众生命财产安全、公共安全，以及潜在风险大的重点领域实施重点监管，防范化解重大风险。针对城市和乡村的不同特点与实际状况，坚持源头治理、依法治理、综合治理，完善依法有效预防和化解社会风险的体制机制。坚持和发展新时代“枫桥经验”，探索多元化解矛盾纠纷新模式、新机制、新方法。例如，有的地方通过做实最小网格，推动社会治理工作从“治已病”向“防未病”转变，做强基层治理基础。其三，在社会治理制度建设上，重视制度优势与补足短板有机统一。经国序民，正其制度。加强社会治理制度建设系统性，要坚持目标导向和问题导向。要正视并解决社会治理的短板和弱项，高度重视就业问题、教育问题、住房问题、人口老龄化问题，最大限度补足民生短板。加快运用网络信息技术推进社会治理，提高社会治理的智能化水平。建立用数据决策、用数据管理、用数据创新的理念，实现大数据与社会治理深度融合，推动社会治理的数字化创新。

## 时尚消费激发乡村振兴活力

刘敏

时尚消费与乡村发展之间的联系越来越紧密，为乡村振兴带来了新的机遇。当前，乡村元素的时尚消费处于起步阶段，要以乡村民俗、非遗等为基础元素，以乡村文旅消费场景为主题，因地制宜推动时尚产业经营主体下沉到乡村。

作为快速兴起的新业态，时尚消费是更好满足中高端消费品消费需求和提高品质消费水平的重要方面，也是实施扩大内需战略拉动经济增长的生动画卷，寄托着人民对美好生活的向往和期盼。中央经济工作会议强调要把恢复和扩大消费摆在更为优先位置，发展消费新业态新模式新场景，进一步提升服务消费，拓展农村消费，营造放心消费环境，激发消费市场活力，培育消费新增长点，为时尚产业和时尚消费的提升发展创造积极的政策环境。所谓时尚消费，是指人们购买符合当代流行趋势和审美标准的时尚产品和服务的行为，也是大众消费中最具生命力、最有情感因素参与的消费形式之一。当前，时尚消费主要表现为以下几个典型特征：一是更新速度快，新的时尚消费趋势和潮流不断涌现并持续迭代；二是高度个性化，讲究独特的审美观念和设计理念；三是注重品牌力，侧重提高时尚产品的品牌附加值。同时，时尚消费以传统文化和时尚潮流的结合为出发点，不再是城市消费的专属。其一端连着城市，一端连着乡村，已经成为乡村振兴中一股重要的力量。

随着城乡要素流动的不断加速赋能，时尚消费与乡村发展之间的联系越来越紧密，表现形式

精彩纷呈。一方面，时尚消费可以为乡村振兴带来新的机遇，例如“创意产品下乡”等工作深入推进，乡村民俗、乡土产品、手工技艺等乡村元素与诸多独特、新颖、实用的创意时尚元素和时尚品牌相结合，创意市集、音乐演出、美食露营、“村咖”及“国潮”商品等不断推出，催生新的产业链和网红打卡地，推动了乡村资源向体验产品的转化，完成了消费者从感官刺激到时尚享受的升华。同时，可以促进乡村产业的发展并为当地居民提供更多的就业机会，也推动了乡村文化元素的保护、传承和阐释及其在城乡间、国内外的传播推广。另一方面，乡村振兴推动了生产生活方式在城乡间的快速流动以及农村居民收入水平的显著提高，使得乡村居民注重品牌和潮流的时尚消费不再遥不可及，时尚消费也逐渐呈现出向乡村下沉趋势。

近期公布的数据显示，2023年一季度，西部陆海新通道铁海联运班列发送集装箱货物19.1万标箱，同比增长11.7%，同期，中国各国际通道出口增速均向好，特别是与“一带一路”国家经贸联系持续加强，出口仍对我国经济增长提供强劲动力。

2022年，我国货物和服务净出口对GDP增长的贡献率达到17.1%，拉动GDP增长0.5个百分点。党的二十大报告提出，推动货物贸易优化升级，加快建设贸易强国。与此同时，又提出要深度参与全球产业分工和合作，维护多元稳定的国际经济格局和经贸关系。这不仅指出了工作的重要性，也为出口工作指明了发展方向。

出口有利于推动技术进步，进而促进经济高质量发展。为了增强出口产品的国际竞争力，出口企业通常会积极主动扩大研发投入，研发新产品或对已有产品进行升级，从而增加高技术和知识密集型产品的出口比重。在出口的过程中，出口企业也会通过干中学效应和出口竞争效应，不断提高自身技术水平，并通过技术外溢效应、示范效应带动国内其他企业技术进步。

出口有利于促进产业结构转型升级，进而提高在全球价值链中的地位。从宏观视角来看，出口作为国际循环的重要组成部分，可以增强国内国际两个市场两种资源的联动，优化国内生产要素配置，使得资源从低效率企业流向高效率企业、从低技术行业流向高技术行业，促进产业升级，推动产业结构转型升级，实现产业向全球价值链高端迈进。从企业微观视角来看，为了适应国际市场需求及其变化，出口企业会动态调整出口产品种类和出口产品质量，从而促进产业升级。

出口有利于扩大国内就业，进而推动国内经济稳定发展。出口规模的增加将会带来生产规模的扩张，有利于直接增加出口行业的就业规模，间接增加国内配套行业的就业规模。出口产品质量的提高以及出口产品结构优化将会导致就业结构的调整，扩大技术工人特别是高级技术工人的就业规模。出口引致的就业规模扩大和就业结构调整，不仅有利于缓解国内巨大的就业压力，而且有利于促进国内消费，增强消费对经济发展的基础性作用，进而增强我国经济发展的稳定性。

当前，世界经济衰退风险上升，增长动能减弱，出现滞胀趋势。国际货币基金组织预测，2023年世界经济将增长2.9%，比2022年低0.5个百分点。世界贸易组织预测，2023年全球货物贸易量将仅增长1.7%，比2022年低1个百分点。外需走弱给我国出口带来了严峻挑战，部分国家回款不畅等贸易风险有所增多，也成为影响我国出口走势的重要因素。为了更好地发挥出口对经济的支撑作用，有关部门应积极做好支持工作。

加强出口支持政策。出台符合国际规则的政策，促进外贸出口发展。优化出口退税、信保、信贷等服务，进一步提高通关便利化水平，降低出口通关时间、出口环节合规成本。优化出口市场布局。在巩固原有美、欧、日、韩等传统出口市场的基础上，要积极开拓新兴市场，重点开拓东南亚、拉美、“一带一路”沿线国家等市场，推动出口市场的多元化。与此同时，还要鼓励出口企业根据自身发展需要，灵活转换出口市场，优化出口市场布局，分散出口风险，提高出口稳定性。

巩固出口渠道建设。全面恢复国内各类线下展会，高质量办好进博会、广交会、消博会以及各类专业展会、特色展会，为出口企业跨境商务往来提供更多便利，鼓励并支持出口企业积极参加境外各种展会；发挥驻外使领馆经商机构作用，协助国内各级政府及机构组织出口企业到境外去开展贸易合作。

大力发展跨境电商。鼓励出口企业运用数字技术创新货物贸易出口方式，促进跨境电商出口、海外仓等新业态持续、快速、健康发展，加强对规模化、专业化跨境电商出口企业的培育，培养一批骨干企业。进一步扩大海外仓建设规模，并增强海外仓功能，以海外仓为抓手完善新型外贸物流网络体系建设，形成基于海外仓的整体物流解决方案，从而带动大量中小微企业开展跨境电商出口。