

■消费视窗·一条街一座城

吉林长春市红旗街

老商街「圈粉」年轻人

《人民日报》记者 郑智文

上午10点半,伴随一声清脆锣响,吉林长春市红旗街新的一天开始了。
游客们举起手机,记录下这一具有仪式感和新鲜感的时刻;来自天南海北的游客穿行在这条老街,感受时代的脉动。

工业基因,融入商业血脉

红旗街1118号,长影旧址博物馆。
步入馆内,一帧帧光影扑面而来,唤起每个时代特有的记忆,这是一场穿越时光之旅。
长春电影制片厂被誉为“新中国电影的摇篮”,自1945年成立以来,80年间累计创作拍摄译制各类影片3600多部,其中一大批经典影片影响几代中国人,创造中国电影半个世纪的辉煌。
曾经,《白毛女》《刘三姐》《英雄儿女》等电影从这里诞生,一盒盒电影胶片经由红旗街,送往全国各地,承载着全国人民对电影、对艺术的追求和期盼。
随着技术革新,长春电影制片厂老厂区虽已不再承担摄制电影的职能,但演绎光影故事的摄影棚、谱写声音诗篇的混录棚、留存时光印记的洗印间等一批电影工业标志性建筑被完整保留。依照“修旧如旧”原则修缮,2014年,长影旧址博物馆在这里落成开放,老厂区焕发出新的光彩。2020年,长春电影制片厂被列入工业和信息化部公布的第四批国家工业遗产名单。
如今,游客漫步红旗街,步入老厂区,体验电影制作工艺和流程,感受电影工业和文化的魅力。
好戏落幕,掌声连连。长影旧址博物馆内,贵

位于长春市城区核心位置的红旗街,是一条承载近百年历史的老街,也是一个充满青春活力的商圈。在这条始建于1933年的老街上,历史与现代交织,商业和文化融合,拥抱年轻人、集聚年轻人,老商圈焕发出新的生机。



女带着外地同学来拍照。”家住红旗街附近,年过七十的老人刘建民,讲起有轨电车和几代人的故事。
如今的有轨电车,经过几代车型更替,仍旧发挥着交通运输的功能,并成为红旗街一道独特的风景线,化身“流动的城市记忆”。“文旅专列”“东北虎主题列车”……披上新装的老电车,深受年轻人喜爱。
固定的建筑,流动的列车,动静相宜见证红旗街的历史与现代交织融合,让工业基因深深融入城市商业发展血脉。

娱乐休闲,刷新消费体验

州游客吕萍重温经典,在现场观看由青年演员演绎的电影《英雄儿女》片段。2024年,长影集团把《英雄儿女》《董存瑞》《保密局的枪声》等经典影片,通过沉浸式演出和红色舞台剧的形式带给观众,让更多人了解革命英雄的伟大故事,让更多红色精神被传承、被铭记。
一个厂,一条街,一座城。岁月变迁,长春电影制片厂早已筑就红旗街的文化底色,也承载着长春“电影城”的文化灵魂。每天,这里都会涌入大量来自各地的年轻游客。
“五一”假期,长影旧址博物馆接待游客2.97万人次,营业额达191万元。
走出长影,回到红旗街,一列复古造型的有轨电车正缓缓驶来。轨道边,站台上,满是市民游客,或等待乘坐,或拍照录像。
“前方到站,长影站。”连接红旗街和老城居民区的长春54路有轨电车驶过80余载光阴,沿着岁月的轨迹,见证着城市的脉动。“以前坐它上下班,开起来时‘叮当’作响,如今孙



商都主要面向中高端市场,品类齐全、品牌汇集,亚细亚百货则以中老年市场为主,万达广场和“这有山”主要面向青年消费者,提供购、吃、游、娱、住的综合消费体验。
如今,红旗街商圈消费规模排名吉林省商圈首位,也是长春市大型集经济、历史、文化、旅游为一体的综合性商业聚集地。2023年,红旗街获评国家级旅游休闲街区。2024年,红旗街商圈全年客流量近3000万人次,年销售额达78亿元。

创新发展,洋溢青春活力

暮色四合,红旗街上灯火璀璨,灵动歌声悠扬飘荡。
万达广场门口,一场音乐比赛正在进行,来自吉林艺术学院的大学生王梦宇在聚光灯下动情演唱。舞台上,满是年轻人的身影,举起LED灯牌、挥舞荧光棒、鼓掌呐喊,青春活力洋溢。“我们面向年轻群体推出一系列活动,包括大学生音乐比赛、动漫舞蹈秀、民乐首演等,吸引了众多青年群体参与。”红旗街万达广场总经理王海鹏说。
离开音乐比赛现场,前行百米左右,一个街头篮球场,运动正酣。去年夏天,激情燃动的红旗街商圈“街BA”篮球赛在此进行。25支中外篮球队、316名篮球爱好者激烈酣战,每场比赛都吸引不少市民游客观赛助威。
“云山集”、“街BA”、电音节、消夏节……活动接连不断,红旗街总是热闹非凡。“我们依托街区特有资源禀赋优势,举办丰富多元的系列活动,鼓励创新发展,增添商圈活力。”朱智鹏说。
步入商场内,长春市首家泡泡玛特城市主题店人流如织。“今年一季度,我们成功引入6家首店

品牌、首创品牌,首店经济成为拉动消费的强劲引擎。”王海鹏介绍,商场在首店经济和场景创新上发力,针对年轻客群的消费特点,精准调整业态组合,实现品牌更新。
同样聚集年轻人,不久前,一场画展在“这有山”内举行。作品并非来自艺术家或商业机构,而是来自东北师范大学美术学院的学生们。“我们发挥红旗街周边高校众多的优势,加强校企合作,为学生提供更广阔的平台,也加强和年轻人的沟通,听取他们的创意想法。”孙亚婧介绍,这样的合作并非首次,去年5月,“这有山”将吉林艺术学院设计学院大学生毕业设计展请到“云山集”中,为毕业生提供展示、交流、互动作品的空间和舞台,并以此吸引更多年轻人的关注。
红旗街里,青春潮涌。红旗街与工农大路交汇处,一块裸眼3D大屏吸引游客驻足观望。身披电影胶卷、

脚踏车造型鞋履,红旗街IP吉祥物“旗旗”向游客们挥手致意。2023年,长春市朝阳区红旗街道对外发布吉祥物“旗旗”,造型萌动可爱,贴近年轻人喜好。红旗街商业精品街内,灯光布景、雕塑小品、互动大屏、天幕隧道等新场景的打造,同样吸引年轻人的目光。
“我们聚焦青年群体,深入推进商旅文体多业态消费融合,创新多元化消费场景,打造体验式消费业态,让老商圈焕发新活力。”朱智鹏说。



(转自《人民日报》)

■市场漫步

充分发挥我国人力资源优势,支持扩大优质家政服务供给,我国家政服务业提质扩容将迈入“快车道”,更好满足人民群众高品质生活服务需求

刚过去的“五一”假期,家庭服务平台天鹅到家北京某门店数据让笔者印象深刻:这个假期,该门店钟点工需求占比突出,占到该门店保姆订单的44.5%。该品牌新开的“社区管家店”不仅为居民提供做饭、钟点工、各类保洁、保姆、育儿嫂等服务,还增加了干洗、技能培训、缝纫等新服务,给社区居民日常生活增添了便利。

母婴护理、养老照护、收纳、保洁……当前,养老、托幼等家政服务成为许多家庭的刚性需求。2023年全国家政服务业营业收入达到1.16万亿元,2024年达到1.23万亿元。家政服务业在更好服务“一老一小”、稳定和扩大就业、扩大服务消费等方面都大有可为。
同时要看看到,促进家政服务消费还面临“量”与“质”两方面梗阻。从数量上来说,目前我国家政服务业从业人员已超3000万人,但有效供给仍不足。从品质上来说,家政服务业还存在行业发展不规范、无序竞争、服务质量不高等问题,难以满足居民消费升级需求。要以优化供给为抓手,以产教融合为引擎,提升家政产业的服务质量,更好满足群众家政服务需求。

人才是第一资源,要多措并举培养一批高素质家政员队伍,切实推动家政人才梯队建设实现质的有效提升和量的合理增长。

在扩大增量上,可依托职业院校、龙头企业等,支持家政产教融合实训基地建设,以需求为导向强化人才培养,扩大高素质、专业化家政人才的供给。近期,北京市人社局发布的《“北京家政”技能品牌建设工作方案》提出,结合北京市家政服务市场细分领域技能需求,与家政龙头企业、技工院校等合作,将开发10个以上的专项职业能力考核标准,配套高质量培训教材,为北京市家政服务人员提供标准化、规范化、品牌化的技能操作规范。

在优化存量上,要建立健全全链条全员培训体系,落实家政从业人员岗前培训和“回炉”培训等要求,让有意愿从事家政服务的人员及时得到高质量技能培训,提升就业能力,涵养职业生涯可持续发展能力。

在提升质量上,要强化从业人员职业素养和服务意识的培养。家政服务机构应持续完善内部管理制度,加强服务过程管理,提高“月嫂”和“育儿嫂”的服务技能与素质,提升消费者满意度,促进家政服务业规范化、专业化、品牌化发展。

近年来一系列政策文件的制定出台,为家政服务业高质量发展指明了方向。充分发挥我国人力资源优势,支持扩大优质家政服务供给,我国家政服务业提质扩容将迈入“快车道”,更好满足人民群众高品质生活服务需求。

(转自《人民日报》)

直播经济勿让“家人”成“韭菜”

新华社贵阳电(记者 郑明鸿)当下,直播间购物已成为不少人的日常,但直播间里的“家人”,却成了某些商家和主播眼中可以任意宰割的“韭菜”。虚假宣传、价格欺诈、质量隐患……不仅侵害消费者权益,更动摇市场的诚信根基,破坏行业生态,亟待整治。

“全网最低价”“血亏补贴”等话术时刻挂在嘴边,名曰福利实则陷阱,消费者既交“情感税”又交“智商税”;营造“物美价廉”假象,看上去很美,实则假假假,买回去很糟糕;顶着“神医”名号售卖“神药”,夸大产品功效,专门诈骗老年人,直播间变“坑老间”……各种涉直播带货的违法违规行为花样繁多,网友直呼“套路太深、防不胜防”。

国家市场监督管理总局的统计数据直观反映了问题的严重程度。2024年,全国市场监管部门共接收直播带货投诉举报40.2万件,同比增长19.3%。为促进行业规范健康发展,营造放心消费环境,整治直播电商领域乱象势在必行。

行业规范发展的首要抓手在平台和主播。要夯实直播电商平台的主体责任,切实扭转“重流量轻质量”的导向,对入驻平台的商家、主播等,应进行严格的资质审查;利用技术手段,加强对直播内容的事先、事中审核监测;一旦违规,立即采取下架商品、暂停直播和永久封禁账号等分级处置措施;健全售后服务体系。商家和主播也要意识到,不论线下线上,不能下单前还把消费者当“家人”,下了单就当“韭菜”,只有实实在在卖好货、做好服务,才是长久之计。

破局之道,还在保持利剑高悬。监管部门要进一步加大执法力度,依法严惩违法违规行为,要将屡错屡犯的商家和主播列入黑名单。据悉,市场监管总局正在牵头组织起草《直播电商监督管理办法》,近期将向社会公开征求意见。同时还要创新监管模式,有效消除监管盲区,跨区域、跨部门信息共享和执法联动,形成监管合力。

诚以安身立业,信以行稳致远。政府严监管、平台真负责、商家重诚信,直播经济才能真正成为促进消费的助推器。

■市场万花筒

近期,国家市场监督管理总局和中国消费者协会联合发布直播带货消费提示,提醒消费者科学认知、理性消费,帮助广大消费者规避消费风险,维护自身权益。
网络直播带货作为一种新兴消费模式快速发展,在为消费者提供便利的同时,也出现了虚假宣传、商品质量参差不齐、售后服务缺失等问题。通过直播平台选购商品需要注意什么?
选择正规直播平台购物。选择信誉良好、资质齐全、消费者评价较高的正规平台进行消费,核实商家的营业执照、经营资质等信息,确保其合法合规。警惕通过个人社交账号、临时链接等非正规渠道进行的交易,不要轻信和点击来源不明的购物链接。建议全程在直播平台内置购物系统完成交易,切勿脱

市场监管总局、中消协联合发布直播带货消费提示

切勿脱离平台进行私下转账交易

《人民日报》记者 林丽鹂 齐志明

离平台进行私下转账交易。

理性对待直播营销话术。警惕“全网最低价”“限量秒杀”“5秒下链接”等宣传,通过第三方比价工具核实历史价格,谨防虚构原价陷阱。不轻信“百分百正品”“特效保证”等绝对化承诺,要求主播出示商品检测报告、授权证书等证明文件。注意识别“刷单炒信”行为,综合查看商品详情页参数、用户真实评价等多维度信息。避免因支持“偶像”“家人”等情感因素冲动消费。

重点品类审慎选购。选购保健食品时,要通过正规渠道,并认准产品包装上的保健食品“蓝帽子”标志,核对保健食品注册号/备案号,根据保健食品的保健功能、适宜人群、不适宜人群等信息科学选择,谨防虚假夸大宣传。选购跨境商品时,要清楚我国对跨境电商

零售进口商品实行正面清单管理,正面清单目录内包括酒、饮料、调味品、食用油等食品。根据相关规定,跨境电商零售进口食品原产地有关质量、安全、卫生、环保、标识等标准或技术规范要求,可能与我国标准存在差异,消费者自行承担相关风险。尤其是宣称“功能”的进口食品,其管理方式可能与我国不同,应谨慎购买。

留存完整消费凭证。在购买商品和服务时,应注意留存完整的消费凭证。使用平台录屏功能保存商品宣传全过程,重点记录质量承诺、售后服务等关键内容;妥善保存订单详情、支付凭证、物流信息等电子证据,对重要信息进行截图备份;通过平台官方渠道与客服沟通,文字聊天的记录需完整保存,电话沟通应录音存证;签收商品时要谨慎,特别是易

碎、贵重物品,要当场查验外观及基本功能,必要时需全程录像。

依法维护自身权益。根据消费者权益保护法,除定作、鲜活易腐等特殊商品外,网购商品均享有七日无理由退货权。若商家设置“不退不换”等霸王条款,可依法主张权益。如果发现商品存在质量问题,及时通过平台维权通道发起售后申请;如果遭遇虚假宣传或消费欺诈,可通过智慧315投诉平台或者热线电话010-63281315向消协组织投诉,也可以向有关监管部门举报。对于金额较大、涉嫌刑事犯罪的案件,应向公安机关报案并提交相关证据。

(转自《人民日报》)