

一刻钟“圈”出美好生活

升级版“加减乘除”

让社区“神经末梢”更便民利民

■ 本报记者 王旭光

以服务“加”、费用“减”、数智“乘”、老旧“除”等方式,在保留区域历史文化韵味的基础上,创新街巷治理、推动消费升级,地处南京市中心的香铺营社区正深入社区“神经末梢”,凝聚各类“神经元”主体,有力促进一刻钟便民生活圈经济与民生共同发展。

服务“加”,费用“减”

香铺营社区辖区面积为0.36平方公里,总人口21071人。2019年5月,香铺营社区引入南京红庙物业管理有限公司,针对小区内部分小区进行系统化物业管理,探索试行“物业管理+社区服务”模式。

活用社区空间。红庙物业租赁房屋打造社区服务中心,活用空间使之兼具社区食堂、休闲中心、自习课堂等多种功能。午饭后,食堂餐桌变身休闲牌桌;学生放学之后,休闲牌桌成为自习课桌。

提供多样服务。服务中心为周边居民提供测量血

压、收发快递、书刊借阅等系列便民服务,定期组织“3元”惠民理发活动,联合康复医疗机构合作进行“家庭医生”义诊。

吸纳居民共建。红庙物业积极推动熟悉社区的本地居民担任社区建设管理岗位,在帮助社区居民增加收入来源的同时节省物业管理成本。由小区的民意领袖或退休社工担当“项目主任”,推荐家庭维修、装修设计等低价有偿服务;聘请收入微薄、经济困难但具备个人技能、具有工作意愿的居民承担保安、电工、保洁等劳务;推荐退伍军人、下岗职工接受划线维护、墙绘设计等特殊技能培训,既为物业公司创收新型业务,又为社区环境增添亮丽风景。

联盟管理,数智相“乘”

红庙街区坐落于社区北面,周边曾

是明清官僚聚居区域,自古便是金陵传统文化和美食聚集地,业态繁多、人气鼎盛。为提升街区管理效率,助力街区小店持续发展,红庙街区巧用“联盟管理+数智平台”管理模式,实现效果相乘。

2019年开始,红庙街区各家餐饮小店联合成立红庙商业街区自治联盟,鼓励和引导商家加强自我约束与自我管理,优化街区行业营商环境,实现由政府管理向商家自治的逐步转变。

与此同时,街区探索建立管理服务外包机制,采购专业化社会服务,针对红庙街巷进行定制化服务,从环境治理、设施升级、媒体宣传入手,带领商户共同学习平台直播、线上推广技能,着力打造特色网红美食街区。

不仅如此,结合红庙街区餐饮业业态特性,红庙物业社区服务中心于2022年11月投入使用百米享购科技平台,着力打造“一刻钟便民生活圈”点餐系统,提供商家活动、预约下单、地图导航等便民服务,利用新一代科技思维延续老一代匠心手艺。目前,平台入驻70余家商户,自启

用以来累计帮助商户引流近万单。

专业规划,老旧革“除”

香铺营社区建成于1988年,历史悠久,借助一刻钟便民生活圈建设契机,社区联合东南大学建筑学院开展改造更新,以零废弃理念为主导,创新探索低成本构建社区“朋友圈”“生态圈”和“生活圈”。

在改造过程中,场地清理与构件组装等部分由专业学生合作完成,地面绘制、小品点缀等则由学生志愿者、社区儿童及热心居民共同完成。通过全过程的陪伴式社区营造,培养起居民的主人翁意识和社区认同感。

社区花园遵循“零废弃”理念,设计团队就地取材,变废为宝。废弃塑料瓶盖制作成瓶盖墙,废弃水果框变身成为弹性种植箱,实现从“城市水泥地”向“自然休闲场”的华丽转变。

设计团队多次与社区居民商讨规划方案,在综合居民需求、社区愿景、操作方式、资金限额等条件下,最终确定五大功能分区,将芳香花园、树下休憩区、疗愈花园区、儿童游乐区、文娱活动区嵌入社区公共空间。

在用好“加减乘除”管理模式的基础上,香铺营社区结合社区现状与居民需求,坚持在社区治理的“温度、力度、品质”上做好一刻钟便民生活圈建设发展的“后时代文章”,通过专业规划、服务扩容、数智升级,使得老旧小区在城市快速发展中愈发展现出独特魅力。

中消协:未成年人医美消费须谨慎

隆鼻、抽脂、磨骨等手术成年后才可进行

■ 本报记者 阎 密

日前,中国消费者协会发布消费提示,提醒广大家长及未成年消费者理性看待医美需求,提高风险防范意识,谨慎选择医美消费。

近几年医疗美容行业热度不减,“容貌焦虑”等负面社会文化影响加深,医美不再只是“熟龄”人士的热门选择,越来越多的未成年人也深陷其中。根据某医美平台《2022年医美行业白皮书》数据显示,20岁以下的消费者占比达11.12%。目前正值暑期,充足的手术恢复期以及低价营销方式更是吸引了不少未成年人走上医美整形道路,但这其中存在较大的风险和不确定因素。

中消协表示,由于未成年人社会经验少,容易轻信部分商家对于手术效果的夸大宣传。消费者应理性看待医美效果,不可忽略风险性,更不要一味求美或盲目效仿明星网红冲动消费,冲动一时,有可能悔恨一生。

未成年人正值身体发育阶段,骨骼、五官等生理发育尚未定型,然而医美手术会产生创伤和外部材料植入,很可能在将来对未成年人自身正常发育造成影响,甚至危害身体健康,得不偿失,务必谨慎。

中消协建议,家长和未成年消费者务必选择有国家卫生健康委员会颁发的医疗执业许可证的正规医美机构,或者有条件的三甲医院。同时,一定要仔细查看主诊的执业医师是否具有相关资质、是否有所做项目的手术经验。医卫机构及医护人员均可在国家卫生健康委员会官方网站查询。

另外,未成年消费者就诊时应如实填报年龄,并且遵照主诊医师从身体健康、正常发育角度给出的专业评估和合理建议。《医疗美容服务管理办法》规定:“未经监护人同意,不得为无行为能力或限制行为能力人实施医疗美容项目。”特别注意的是,隆鼻、抽脂、磨骨等改变人体骨型结构的手术,须在成年后才可进行。

中消协还建议,家长及未成年消费者应在术前详细查看诊疗方案、合同内容及收费明细,并结合自身客观需求及身体发育情况与主诊医师详细沟通,全面知悉所做项目的各项内容以及风险性与禁忌症。此外,某些不正规的医疗机构利用“平价医美”“1元医美体验”等营销噱头招揽未成年消费者“入局”,推销各类项目及产品,并诱导其使用贷款平台借款或分期付款,消费者不要盲目听信此类医疗机构的诳话,务必客观、理性作出抉择。

如果遇到权益受损问题,家长及未成年消费者应该及时留存好消费凭证和证据材料,与医美经营者协商解决,也可向消费者协会或有关行政部门投诉,依法维护自身合法权益。

中消协发布上半年投诉受理情况报告建议

维护消费者权益 促进相关行业高质量发展

存在以下几个方面的问题:一是退费难成行业普遍问题。平台以演唱会门票具有稀缺性、时效性等特点为由拒绝消费者退票要求。二是消费者网购演出门票遭遇“盲选”座位,部分演出场所不支持消费者购票时选座,到达现场才得知购买到的是存在视野盲区的“柱子票”“墙根票”,演唱会全程“只闻声不见人”。三是网购演出票务销售平台疑似“跳票”问题多发,有众多消费者反映购买演唱会门票票面演出时间与购买时选定日期不符。

中消协建议,相关演出票务平台和主办方应该站在促进消费潜力释放的角度,思考如何更好保护消费者的权益和提升消费体验,比如在制定服务条款时,借鉴航空、铁路等其他服务行业的成熟做法,制定阶梯式退改规则,依据退票、改签时间不同实行阶梯化费率,基于公平原则合理制定退票规则并向消费者公示,保证消费者在购票前充分知情和主动确认。如果推出“不退不换”的门票,应当同时推出可退换门票,并且设置合理价格供消费者自主选择 and 公平交易。

中消协还建议相关主管部门加强对演出票务市场的监管,探索建立全国统一的演出票务监管服务平台,实时监控演出票务的来源和流向,推动演出票务交易公开透明,维护好消费者合法权益,促进行业的健康发展。

职业技能培训乱象屡现

职业技能培训是人们提升自身素质和就业竞争力的途径之一。然而,一些不法机构和个人利用公众的需求,实施诈骗或欺诈行为。

这些乱象主要表现在四个方面:一是职业技能培训“陷阱”屡现。一些商家打着技能培训机构名义在社交平台发布影视后期制作、播音配音、游戏原画、塔罗师、心理倾听师等“培训”广告,宣称“包教包会”“承诺兼职”等,并编造其他学员成功案例,但实际课程内容质量低劣,与实际操作脱节,上当受骗者多为在校大学生。二是职业资格培训骗局频发。一些培训机构利用部分人员不劳而获的侥幸心理,声称有“内部试题”包过考试,甚至缴纳费用便可直接获取证书等诱骗消费者支付所谓“培训费”。三是消费者退费难。一些考公、考编、考证培训机构宣传“不过退费”,但当消费者按照合同约定提出退费要求时,却遭到经营者故意拖延或收取不合理费用。四是冒充国家相关部门实施退费诈骗。诈骗分子冒充国家相关部委或有关机构工作人员名义,向消费者推荐以购买所谓“国库券”等方式退还培训费用,造成消费者更大损失。

为了推进简政放权,我国近年来取消了许多行业的职业资格证书准入制度,并将从业者的能力评价交由社会或行业组织评价。但是由此也引发了一些问题,例如培训机构故意混淆官方颁发的职业资格证书和社会机构颁发的职业技能等级证书的区别,进行误导性宣传或实施欺诈行为。

中消协建议相关部门加大对培训机构和相关诈骗行为的监管和打击力度,依法查处和追究相关违法犯罪人员行政和刑事责任,切实保护好消费者合法权益,推动净化职业和技能培训领域市场环境。

卖场倒闭消费者权益受损

近段时间,传统消费认知中风险较小的大品牌、全国连锁等平台或

卖场频频出现问题,此类经营模式中一旦总部资金链出现问题,将波及全国各地,负面影响较大。一些卖场因为经营不善或资金链断裂而倒闭,给消费者带来了严重的损失。一是付款后长时间不发货。一些卖场在倒闭前仍接受消费者正常购买商品,但随后长时间不予发货。二是取消订单后长时间不退款。消费者因未收到货物等原因申请退款,商家虽同意办理退款,但消费者却迟迟收不到退款。三是延保维修服务责任不履行。一些大型卖场平台推出延保维修服务,但倒闭后相关服务承诺无法兑现。

中消协提醒消费者在消费过程中,特别是在交易标的额较大的情况下,应注意与卖家签订书面的买卖合同,保存好发票和相关的付款记录、聊天信息。同时,及时关注平台或卖场的经营状况和动态,如果发现异常或存在风险的迹象,比如延迟发货、拖延退款、关闭客服等,应该尽快联系平台方或相关部门进行咨询和投诉。另外,延保服务分为产品生产者的延保服务和平台(卖场)等第三方提供者的延保服务,消费者在购买延保服务时应仔细阅读和阅读相关条款,不轻信销售人员的口头宣传和承诺。

读相关条款,不轻信销售人员的口头宣传和承诺。



家装建材行业纠纷大增

随着家装建材行业蓬勃发展,相关领域消费纠纷也大量增加。家装领域消费纠纷普遍存在案件复杂、调解难度大等特点。一是装修工期延误,如经营者不按合同约定时间交付家具产品或不按约定时间施工。二是全屋定制家具货不对板,如家具成品的尺寸、款式、颜色与合同约定和设计图不符。三是家装材料以次充好,以普通材料冒充环保材料。如宣称家装材料为“欧标”,但实际上并无相关具体标准。四是家具建材卖场以约定或单方声明排除法定责任。如卖场内商家跑路,卖场以消费者未直接与其签订买卖合同为由,拒绝承担柜台出租者义务。

《消费者权益保护法》第四十三条规定:“消费者在展销会、租赁柜台购买商品或者接受服务,其合法权益受到损害的,可以向销售者或者服务者要求赔偿。展销会结束或者柜台租赁期满后,也可以向展销会的举办者、柜台的出租者要求赔偿。展销会的举办者、柜台的出租者赔偿后,有权向销售者或者服务者追偿。”

中消协表示,家居卖场应加强对卖场内店铺的管理,对于存在撤场风险的商户要及时对消费者作出预警,对于因商户撤场造成的纠纷,卖场

应当承担连带赔偿责任,不能简单粗暴地以未使用买卖合同、未“统一收银”等理由作为挡箭牌拒不担责。

中消协提醒消费者在选择装修公司时,要重点关注经营者的资质、质保服务、消费者评价等方面的信息,签订合同时要对装修质量的标准进行明确和量化,重点审查质保条款、违约责任等内容,注意及时留存证据。施工方应当依法诚信经营,将可能产生的增项和预估价格充分告知消费者,树立良好的品牌形象。

网购演出票务亟待规范

演唱会、音乐会、话剧等线下演出深受年轻消费者群体的欢迎,年轻消费者普遍选择通过网上平台购买演出票务。线下演艺经济的繁荣不仅能够满足人民群众日益增长的文化消费需求,而且还能够带动周边商圈的发展,成为拉动消费增长的新引擎。

报告指出,网购演出票务行业投诉主要

