

一刻钟“圈”出美好生活

2023年浙江省一刻钟便民生活节启幕

十城百圈联动, 便利美好生活

■ 本报记者 王旭光

馥郁馨香的手冲咖啡、独具匠心的文创产品、香气扑鼻的各色小吃……现场看诊的医护人员、技艺娴熟的理发匠人、手法专业的按摩师……11月8日,以“十城百圈联动 便利美好生活”为主题的2023年浙江省一刻钟便民生活节在温州禅街开幕,启动仪式现场让人们切实体会到一刻钟便民圈带来的幸福生活。

本次便民生活节按照“政府搭台、企业唱戏、多方联动、居民受益”方式,结合老字号、汽车、家电、家居、餐饮、再生资源回收等工作开展形式多样的便民服务主题活动,并同步举办温州市邻里节、咖啡文化节等活动,营造商居和谐的良好氛围。

今年以来,浙江省商务厅深入践行“商务为民”的初心,结合主题

教育,将一刻钟便民生活圈建设作为惠民生、促消费的重要抓手,全员发动、全域推进,加强顶层设计、补齐社区商业短板,不断提升群众消费水平和生活品质。

目前,浙江省11个设区市均已启动一刻钟便民生活圈建设工作,其中9个市纳入全国试点城市,覆盖率达到82%,居全国第三;共160多个社区推进一刻钟便民生活圈建设,其中有一半以上完成验收,杭州市杨柳郡社区等4个社区、杭州广宇安诺等4家企业入选全国城市一刻钟便民生活圈典型案例。

浙江省商务厅总经济师朱军在启动仪式致辞中表示,此次在温州举办全省一刻钟便民生活节,就是想以此为新起点,全面提升老百姓“吃、住、行、游、娱、购”各种消费和服务体验,使便民生活圈成为展示城市无限活力和满足人民对美好生活向往的重要窗口,全面提升老百姓

的“获得感、幸福感、安全感”,使一刻钟便民生活圈建设成为高质量发展建设共同富裕示范区的标志性成果。

启动仪式上还发布了《浙江省全面推进城市一刻钟便民生活圈建设三年行动计划(2023-2025)》。未来三年,浙江省商务厅将会同相关部门,结合浙江高质量发展建设共同富裕示范区的工作要求,创新推进以县(市、区)为主体的省级一刻钟便民生活圈试点地区建设,指导各地成立领导小组,合力推进相关工作。力争实现设区市全国试点全覆盖;全省90个县(市、区)全域推进,梯度培育省级试点地区(县、市、区)30个以上;分类打造,形成一批布局合理、业态齐全、功能完善、服务优质、智慧高效、快捷便利、规范有序、商居和谐的便民生活圈,累计创建便民生活圈300个以上;社区消费供需结构更加合理,便利化、

标准化、智慧化、品质化水平显著提升,居民综合满意度达到90%以上,基本建成社区品质生活消费的浙江样板。

温州市副市长陈宽在致欢迎辞时表示,一刻钟便民生活圈建设对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具有十分重要的作用,温州将以此次启动仪式为契机,凸显服务民生定位,加快建设现代化、多层次、多类别的具有温州地方特色的便民生活圈,力争覆盖更多社区,服务更多居民,努力提升群众生活品质,让温州这座城市的“生活更有温度”。

“浙”里生活有“温”度

■ 本报记者 王旭光

以家为圆心,步行15分钟为半径,能走出多精彩的生活圈?让温州来告诉你!日前,2023年浙江省一刻钟便民生活节在温州启幕,这也让温州的便民生活圈站在了高光之下。

近年来,商务部大力推动城市一刻钟便民生活圈建设,围绕发展“一店一早”、补齐“一菜一修”、服务“一老一小”等“六个一”建设,推进便捷消费和舒心消费。

今年,温州市深入开展一刻钟便民生活圈试点城市建设工作,被商务部列为全国一刻钟便民生活圈试点城市之一,出台《温州市推进一刻钟便民生活圈建设三年行动计划》,从优化社区商业布局、丰富居民消费业态、增强多元消费体验、提升智慧服务水平四个方面全面推进试点工作,并计划到2025年年底,50%的县(市、区)创成一分钟便民生活圈建设省级试点,累计培育一刻钟便民生活圈24个以上,各类连锁店数量达到30%,居民综合满意度达90%以上。

便利暖心近在咫尺

鹿城区桂柑社区建于上世纪八九十年代,是温州最早的商品房住宅小区。近年来,该社区以“积极探索社区治理新路子,打造幸福和谐社区”为出发点,依托“共享社·幸福里”建设,充分满足居民的文体需求和生活需要,全面打造一刻钟便民生活圈,建设了包括党群服务中心、文化家园、惠民驿站、邻里驿站、文化生育公园、百姓健身房、卫生服务站、微型消防站、超市、幼儿园、小学等十几处便民服务站,方便辖区居民在社区就近便利生活。

作为养老友好型便民生活圈,这里开办了全市第一家老年食堂,成立了全区第一家居家养老服务中心,成立了全市第一批文化礼堂,荣获了第一批老年友好示范社区、获评首批浙江省现代社区等。由于老年人居住占比高,社区将服务老年群体的慈孝文化作为工作重点,举办慈孝生日会、桂柑慈孝日等充满温情的老年活动,每月为辖区80周岁以上老人们举办温馨别致的集体生日会,目前已经举办100多期,惠及社区4000余名老人。

桂柑社区的邻里驿站则是最受老年朋友们欢迎的场所了。一楼是全

市首家老年爱心食堂,引进现代集团食惠鲜风公司负责专业运营,为社区60岁以上的老年群体提供便民就餐服务。二楼是满足精神生活需求的银龄学堂、银龄舞蹈室等阵地,西侧是满足健康需求的理疗中心。邻里驿站让老年朋友们真切地感受到了改革发展成果,尽享幸福晚年。

今年,社区还推出了“幸福合伙人”制度,招引社区居民最需要、与日常生活关联度最高的业态进驻,引进了理发、修鞋、配镜、健康医养、摄影、书法等业态。原先四处流动的路边小修小补摊,在有了合法合规的经营场所后,既解决了流动摊贩问题,又能为居民提供低偿便民服务,让一度难以寻觅的配镜、修鞋等服务近在咫尺。

智慧商圈引领便民消费

去年,浙江省首批10个省级示范智慧商圈名单中,温州五马一大南智慧商圈成功入选。五马街,温州最为标志性的商业街代表,曾一度因消费习惯转向、电商冲击而萎靡不振。2020年,鹿城区委区政府决心打破五马商业街的传统局面,通过回购公园路物业,引入“五统一”管理模式,即统一规划、统一改造、统一招商、统一运营、统一管理。同时,进一步扩大商圈示范带动效应,融合大南商圈,扩容提质成为现在的五马一大南智慧商圈。

新上线的五马一大南智慧商圈大数据平台2.0集成客流洞察、消费洞察、业态洞察和发展指数等板块,运用大数据对商圈客流、宏观消费趋势、消费群体画像、业态结构、品牌动态等进行实时监测分析。5大维度30个指标数据,1个大数据平台联动3个应用平台系统,有效推动了智慧化转型升级,让五马一大南智慧商圈的发展动态立体式呈现眼前。

吴裕泰相关负责人表示,今年吴裕泰通过线上直播平台,实时展示进博会现场内容、优秀产品、茶艺表演和茶文化互动。观众可以通过网络直播,近距离感受到吴裕泰优质茶叶的品质和工艺,同时也能够了解到吴裕泰对于传统茶文化的传承与创新。展台设置了拍照打卡区域,邀请参观者到现

此外,已上线两年多的“五马商圈会员+”小程序,也是线上便民惠民服务的主要入口。小程序集成了停车、积分、领券、预约、资讯等面向商圈消费者的服务功能,也包含了面向商户的业态申报、空铺招租等模块,这种线上线下融合的开放式数字营销服务,深得商户支持和消费者喜爱。

漫步在如今的五马一大南商圈,精心打造的历史文化街区和浓厚的商业消费氛围相得益彰,动漫节、咖啡节等生动别致的布展随处可见,家门口的citywalk触手可及,一刻钟便民生活圈真正落到了“家门口”。

■ 本报记者 阎 密 何晓曦 李子晨 王旭光

今年,北京老字号再次赴约进博会。在第六届进博会的舞台上,北京老字号以其悠久的历史、卓越的工艺和独有的文化内涵,向世界传递着中国传统文化的魅力。

吴裕泰连续四年参加进博会,一直以匠心传承非遗技艺,创新满足消费需求,在“老字号+文化+体验”中,树立了守正创新的新形象。在进博会中,吴裕泰展示了其高品质、独具特色的各类产品,并创新活动形式,向世界展现中国传统茶文化的独特魅力。

吴裕泰相关负责人表示,今年吴裕泰通过线上直播平台,实时展示进博会现场内容、优秀产品、茶艺表演和茶文化互动。观众可以通过网络直播,近距离感受到吴裕泰优质茶叶的品质和工艺,同时也能够了解到吴裕泰对于传统茶文化的传承与创新。展台设置了拍照打卡区域,邀请参观者到现

新品点燃市场激情

在广州健之杰洁具有限公司展位里,一台一体式水下跑步机闯入人们的视野。在高1.8米左右的大型浴缸里,一台跑步机安稳地摆放在底部,上方设置了一块防水触摸屏,仅靠触动几个按键,便可控制水中跑步机的速度。

这款一体式水下跑步机参加了第134届广交会新品首发首展首秀活动,超级吸睛。“在中央展台前,坐满了专业采购商,产品一经亮相,很快便收获了意向订单。”健之杰事业部总经理陈运任兴奋地说,通过活动,企业结识了来自英国、奥地利等国家的采购商。

水下跑步正在成为健身新风尚,这种独特的运动方式,凭借趣味性和挑战性深受欧美市场消费者喜爱。“水下跑步让人能享受到运动的乐趣,同时达到锻炼的效果。”一位英国采购商积极地向健之杰业务人员询价。“受疫情影响,这款产品在全球很多生产线至今还处于停摆状态,但中国的产能一直非常给力。”

“我们的产品主要出口市场是欧洲和南美。”陈运任对记者表示,公司参展的第一届广交会是第103届广交会,从最初1个9平方米的标准展位,发展到如今12个共108平方米的品牌展位,公司的销售增长迅猛。“第一次参加广交会时,公司年销售额仅300万美元。在广交会的带动下,如今今年销售额已超2700万美



亮相进博会大舞台,老字号展现新活力

场拍照留念,打卡成功即可获得吴裕泰定制精美礼物。同时,还设置了有奖问答,回答正确即可获得精美纪念品,调动参与者的积极性。

吴裕泰在展区设立茶艺表演区进行盖碗茶表演,参观者能够切身感受到传统茶文化的魅力和艺术。此外,还首次表演了宋代点茶,吸引参观者纷纷驻足欣赏。

今年的进博会不仅有室内展馆,还首次开设室外集市新模式,可以说是“热闹非凡、琳琅满目的商业盛宴”。在寒冷的夜晚,很多参观者都在吴裕泰展台前品饮热茶,暖心又暖身。

内联升则借进博会的平台推广千层底布鞋制作技艺这一非遗文化。

内联升第五代非遗传承人徐文浩亲自上阵,为观众们详细介绍了千层底布鞋的制作技艺和历史渊源。他通过现场演示纳底、编鞋等工序,向观众展示了内联升千层底布鞋精湛的手工艺和独特的文化内涵。徐文浩的讲解和演示引起了观众们的极大兴趣,人们纷纷驻足观看,拍照留念。

近年来,不少老字号践行守正创新,基于新的消费需求,通过产品创新和门店焕新,打造健康美食生

创新驱动 “中国制造”拓宽外贸路

■ 本报记者 顾鸿儒

从传统手工艺品到高科技产品,从日用消费品到工业制成品,新品牌、新技术充分展现着“中国制造”的创新活力。中国企业以豪迈的激情、创新的产品、务实的举措、奋斗的精神,让世界聆听中国外贸高质量发展发展的铿锵强音。

元。在广交会上,我们获得的最大的一个订单来自一位英国采购商,他一口气购买了1000多单产品。要知道,我们当时的年销售量只有4000多单。”

在健之杰展位,记者见到一位特别的采购商。来自埃及的瑞安德在一周前因意外导致左小腿受伤,打着厚厚的石膏、拄着拐的他漂洋过海前来,希望采购一些卫浴产品。“一体式水下跑步机,产品理念非常新颖,相信会在我的国家点燃市场激情。”

让品牌走向世界

在第134届广交会上,有一个用手工花装点的展位,远远望去,一片花的海洋,万紫千红,为展馆增添了蓬勃生机。

这家企业——湖南七七科技股份有限公司,再次向世界阔步而来。该公司成立于2016年12月,坐落于城步苗族自治县工业园集中区,是一家集手工花、箱包、皮具等研发、生产、销售于一体的出口型企业。

一支蝴蝶兰的枝丫上,“开”了7朵黄色的花,花瓣如蝶翩然起舞,记者走近后才发现,这些并非真花,全部由环保材质制作而成。一位阿拉伯采购商慕名而来,“我和这家公司要保持长期合作,这些物美价廉的手工花,让我轻松地开拓新市场。”

搭乘广交会“巨轮”,这家来自中国小县城的企业,凭借色彩斑斓的花朵,向世界展示中国外贸的芬芳。“本届广交会,我们带来了十几种新品,主要是蝴蝶兰仿生花,产品远销东南亚、中东、欧美、南非等国家和地区。”七七科技总经理助理孙华伟向记者表示,2018年,在商务部扶贫政策支持下,公司第一次参加了广交会,自此商业模式不断发生变化。

“以前公司出口全部通过与外贸公司对接实现,多了中间环节,出口利润难以提高。如今通过广交会,可以与客户面对面谈合作,这让我们拥有了价格优势,真正开启了‘多彩’的外贸之路。”孙华伟表示,去年销售额同比增长了30%,开拓海外市场取得丰硕成果。

据记者了解,地处湘桂边陲的城步苗族自治县原是国家级贫困县,脱贫攻坚战打响之后,万余群众搬出深山,实现家门口就业脱贫,其中便有七七科技的影子。七七科技在县城周边设置了产品加工点30余个,雇用大量贫困户进行手工花制作。此外,七七科技还帮扶40户建档立卡贫困户家庭,每年每户平均分红5000元,截至2022年累计分红150.08万元。

■ 本报记者 阎 密 何晓曦 李子晨 王旭光

今年,北京老字号再次赴约进博会。在第六届进博会的舞台上,北京老字号以其悠久的历史、卓越的工艺和独有的文化内涵,向世界传递着中国传统文化的魅力。

吴裕泰连续四年参加进博会,一直以匠心传承非遗技艺,创新满足消费需求,在“老字号+文化+体验”中,树立了守正创新的新形象。在进博会中,吴裕泰展示了其高品质、独具特色的各类产品,并创新活动形式,向世界展现中国传统茶文化的独特魅力。

吴裕泰相关负责人表示,今年吴裕泰通过线上直播平台,实时展示进博会现场内容、优秀产品、茶艺表演和茶文化互动。观众可以通过网络直播,近距离感受到吴裕泰优质茶叶的品质和工艺,同时也能够了解到吴裕泰对于传统茶文化的传承与创新。展台设置了拍照打卡区域,邀请参观者到现

场拍照留念,打卡成功即可获得吴裕泰定制精美礼物。同时,还设置了有奖问答,回答正确即可获得精美纪念品,调动参与者的积极性。

吴裕泰在展区设立茶艺表演区进行盖碗茶表演,参观者能够切身感受到传统茶文化的魅力和艺术。此外,还首次表演了宋代点茶,吸引参观者纷纷驻足欣赏。

今年的进博会不仅有室内展馆,还首次开设室外集市新模式,可以说是“热闹非凡、琳琅满目的商业盛宴”。在寒冷的夜晚,很多参观者都在吴裕泰展台前品饮热茶,暖心又暖身。

内联升则借进博会的平台推广千层底布鞋制作技艺这一非遗文化。

内联升第五代非遗传承人徐文浩亲自上阵,为观众们详细介绍了千层底布鞋的制作技艺和历史渊源。他通过现场演示纳底、编鞋等工序,向观众展示了内联升千层底布鞋精湛的手工艺和独特的文化内涵。徐文浩的讲解和演示引起了观众们的极大兴趣,人们纷纷驻足观看,拍照留念。

近年来,不少老字号践行守正创新,基于新的消费需求,通过产品创新和门店焕新,打造健康美食生

活,同时弘扬中华饮食文化,赋能老字号品牌焕发活力。

进博会期间,在以“守正传承 创新发展”为主题的第三届中华老字号创新发展大会上,中国全聚德(集团)股份有限公司党委书记、总经理周延龙表示,“守正”是对食材的尊重、对技艺的拿捏、对消费者的洞察;“创新”则是要研究市场、定位品牌、迎合目标消费者。据介绍,近三年来,全聚德集团回归商业经营逻辑,围绕年轻人的数字化消费需求偏好,从人、货、场三个基本要素和维度去积极拥抱新零售,开启老字号与消费者“两情相悦”的沟通与互动。一系列的突破性举措,让全聚德集团今年在国内餐饮市场强势复苏的背景下,迎来了经营业绩的大幅攀升。

周延龙表示,未来,全聚德将围绕新时期的消费新需求,通过人、货、场的持续打造,用数字化赋能品牌,持续推出高品质产品和服务,加快老字号升级;同时,全聚德也将进一步挖掘老字号的文化内涵,用文化激活品牌,以国潮引领时尚,更好传递老字号品牌的人情味和菜品的好口味,把老字号做成消费者心目中的样子,打造有情怀的民族品牌。