

张烁

堂食用鲜肉、外卖用冻肉，外送分量缩水，瓶装饮料外卖价格比堂食高近50%且“单点不送”……近日，不少餐饮店堂食和外卖的“双标”现象引发广泛关注。

外卖的特殊性为“双标”提供了可乘之机。受制于配送时长和温度变化，外卖食物的口感与形态容易发生变化，消费者对原材料的敏感度降低，个别不良商家“以次充好”的行为难以被察觉。更关键的是，线上交易让消费者维权举证难、追溯源，许多人遭遇外卖分量“缩水”、品质下降等问题时，往往只能放弃追究或接受商家部分餐费赔付，难以真正维护自身权益。

规范行业行为，需要多方协同发力。商家要保障消费者知情权，应主动、明确告知消费者外卖与堂食在分量、食材、加工工艺等方面是否存在差异，并严格执行明码标价制度，让消费者在下单前就能清晰了解相关信息，自主作出选择。

平台作为连接商家与消费者的重要纽带，应承担起主体责任。要加强对入驻商家的资质审核和日常监管，通过技术手段监测异常定价、虚假宣传等行为，对于消费者的投诉，建立快速响应机制，及时核实情况并给出公正解决方案，避免让消费者陷入维权困境。

消费者可更多参与市场监管，推动商家自主改进，提升服务质量。遇到“双标”问题，及时保留订单截图、餐品照片等相关凭证作为后续维权的重要依据，依法维护自身合法权益。

餐饮外卖“双标”乱象频现，不仅损害消费者权益，更会透支整个行业的信誉。线上线下消费标准统一，看似小事，实则事关消费环境、消费体验，只有让消费者感受到指尖下单的公平，才能更好激发消费活力。

签证便利化政策红利释放

(上接第一版)

商会展会成为“磁石”。广交会带动文旅融合发展，为做好保障，广州边检总站开设广交会专用通道，对接设立境外采购商远端办证点，保障36.7万名外籍客商高效通关。广州地区口岸上半年入境外国人超222万人次，同比增长40%，总量、增幅创历史新高。

体育赛事引人注目。自5月10日江苏省城市足球联赛开赛以来，共有1.7万名韩国旅客从江苏口岸入境，同比增长20%。江苏边检总站边检处处长陈祥云介绍，江苏与韩国隔海相望，经贸往来密切、人文交流频繁，不少韩国游客来“微度假”，今年从江苏口岸出境的韩国游客同比增长25.2%。为此，江苏边检总站南京、无锡边检站在口岸现场配备外国人入境卡自助填报终端，旅客1分钟即可填报完毕。

特色活动精彩纷呈。7月18日第35届青岛国际啤酒节开幕，吸引了不少外国游客前来“干杯”。“免签政策不仅省去流程上的繁琐，更为跨国界文化交流打破壁垒。”山东边检总站边检处处长刘忠介绍，截至7月23日，今年以来自山东口岸免签入境的日本籍旅客达1.7万余人次。针对日韩方向旅客持续增加的情况，山东边检机关增派英语、韩语、日语等多语种执勤人员，为入境旅客提供通关保障。

“我们接待的欧美游客较多，大部分都能通过免签政策入境，还可以跨省域活动，便利度很高。”北京六人游国际旅行社股份有限公司CEO贾建强告诉记者，公司正加大海外市场的广告投放，并针对外国游客偏好推出文化含量高、地域特色突出的旅游线路和产品，“希望文旅部门对旅行社给予更多支持，帮助旅行社把‘行前服务’做得更好”。

□ 本报记者 韩秉志

难点村蝶变文明村

近日，记者走进北京市顺义区南法信镇三家店村，绿植郁郁葱葱，主干道整洁有序，村口墙上的村规民约“红黑榜”和展示牌格外醒目。位于北京东六环附近的三家店村，是个典型的“人口倒挂”村——户籍人口不过几百人，流动人口却超过3000人。人口结构复杂、出租房密集、车辆多，一度让这里成为基层治理的“难点村”。如今，三家店村凭着一套“柔性治理”办法，走出一条“小村规”撬动“大治理”的实践路径。今年，三家店村荣获第七届全国文明村镇称号。

“村里的矛盾纠纷，往往都是家长里短的小事。针对纠纷调解的难易程度、涉及问题的专业程度，我们一般按照‘情—法—理’的流程进行调解。”三家店村党支部书记顾宇航介绍，“情”即乡情人情，调解员从拉家常开始了解矛盾点，再逐步解读政策，增进矛盾双方的互相理解。讲情谊解决不了

的矛盾纠纷，就会进入调解环节，根据矛盾尖锐程度及复杂性，邀请镇司法所、派出所、公益律师等专业人员一同参加，形成调解卷宗。若当事人在调解后仍心存不满，调解室还会给予关心帮助。

2023年6月，三家店村正式成立小顾调解室，由顾宇航牵头，联动村“两委”干部、网格员、党员共同参与，专门处理邻里纠纷、家庭矛盾等基层难题。顾宇航介绍，三家店村构建“警网融合”调解体系，村庄被划分为6个网格片区，每个网格内配置“网格长—警长—警网管理员—网格员”的服务架构。凡有矛盾纠纷，小事由网格员就地调解，大事则通过“警调联动”快速处理，必要时还有法律顾问介入。

调解的背后往往藏着民生问题。针对停车需求，村委会利用拆违腾退土地新建停车场，并划定统一车位。2024年7月，拥有600余个车位的三家店村停车场建成

并投入使用，有效缓解了群众停车矛盾。2024年，三家店村通过网格摸排、调解室化解等调处矛盾纠纷90件，解决堆物堆料、施工扰民等民生诉求8件，推动办好了排水沟渠改造、破损路面修缮等一系列老百姓“看得见、摸得着”的实事。“以前楼道常年堵着车，出门拐个弯都困难，现在不仅车位规划清楚，谁家有事，网格员一打电话就到。”三家店村村民宋宝山说。

小顾调解室是顺义区推进精神文明建设的生动缩影。在推动创建“文明城市”向“城市文明”转变、构建城市文明建设新机制的需求下，顺义区以营造“顺义好风气”破题城市文明风气建设，推动地区风气持续向上向善向好。三家店村以营造“顺义好风气”为工作指引，将“文明村”建设融入村庄发展全过程，构建起“矛盾不上交、服务不缺位、人人有参与”的文明治理格局。

三家店村“两委”干部张向军在小顾调解室负责司法卷宗整理、调解书制发等工作。有一次，他帮助群众寻找丢失的电动车，通过村庄自有监控连夜查看录像，积极配合警方查证并抓住窃贼，得到群众赞誉。

在张向军等党员干部带动下，三家店村逐步形成了“做好事、传正气”的风尚。“每年参与调解、防汛、清洁等志愿服务的村民越来越多。”网格员胡月说，大家都愿意贡献一份力量。

全国文明村镇的荣誉，是一块牌子，更是一份责任。三家店村用一套“接地气、连民心、见实效”的柔性治理经验，给出了答案：即使是人口结构复杂的“小村”，也能成为治理现代化的“样本村”。顾宇航说，三家店村正在酝酿推出“文明院落”评星机制，将以成功获评全国文明村镇为契机，带动广大群众共同建设和谐、文明、舒适的美好生活。



8月8日，在广西壮族自治区贺州市平桂区鹅塘镇，公路与田园、民居、山峦相映成景。近年来，当地持续推进交通基础设施建设，便捷的交通路网改善了群众出行条件，为发展乡村旅游产业和推动乡村全面振兴提供了强劲动力。
黎家图摄(中经视觉)

(上接第一版)

此外，我国持续深入推进数字乡村战略，加快“宽带边疆”建设，提升边疆地区网络供给能力，推动农村地区信息化水平稳步提升。截至今年6月，农村互联网普及率已达69.2%，较“十四五”初期提升13.3个百分点。信息技术加速向农业农村各领域各环节渗透融合，精准播种、变量施肥、智慧灌溉、环境控制等加快普及，智慧农业、数字乡村正加速向“盆景”走向“风景”。

“我们累计建设了116个国家智慧农业创新应用项目，稳定实施农机购置与应用补贴政策。探索智慧农业技术装备与研发到制造应用的整体解决方案，征集发布了200余个农业农村信息化典

型应用案例。”农业农村部市场与信息化司副司长宋丹阳说。

与此同时，数字技术在政务、教育、医疗等公共服务领域应用取得显著进展。国家政务服务平台上线运行6年以来，已实现521万项服务事项和3.6万多项高频热点服务应用的标准化服务；远程医疗服务网络不断扩展，覆盖更多地区和人群，互联网医疗从最初的线上复诊、药品配送等，逐步拓展到在线问诊、健康管理、医疗知识普及等多个领域；全国中小学(含教学点)互联网接入率达100%，全民学习渠道持续拓宽……网络强国建设始终将增进人民福祉作为出发点和落脚点，让发展成果更好惠及千家万户。

开封造

近日，一辆辆满载着汽车和拖拉机的集装箱货车在河南开封海关排起长队，整装待发。这些“开封造”产品完成各项准备工作后，将发往阿联酋、沙特阿拉伯、卡塔尔、哈萨克斯坦、菲律宾等国家。

“我们的汽车主要出口到阿联酋、沙特阿拉伯、卡塔尔等60多个国家，贸易伙伴较去年同期增加了20个。”奇瑞汽车河南有限公司相关负责人乔永介绍。

今年上半年，开封市汽车出口66.2亿元，增长67.4%，出口总值位列全省第二。“郑州海关所属开封海关综合业务科工作人员李晗说，为支持汽车出口，开封海关落实报关单“日清零”，推行“7×24小时”无感通关；推动奇瑞汽车成套散件出口基地落户综保区，建成中部地区首家汽车散件出口项目，助力开发国际畅销车型。

在开封，忙着出海的企业不在少数。另一家智能农机设备企业同样订单火爆。“我们公司出口拖拉机、轮式拖拉机、拖拉机成套散件，发往16个国家和地区，主要是哈萨克斯坦、印度尼西亚、乌兹别克斯

坦。”河南中联重科智能农机装备有限公司相关负责人孙磊说。

为加速农业机械“出海”，开封海关积极开展“关长送政策上门”，落实“云塔发”等便利化措施，帮助企业降本提效；围绕农机等开封辖区重点产业链，通过“走访调研+数据分析”，助推“农业神器”更好走向国际市场。今年上半年，开封市出口农业机械1.8亿元，增长10.2%。主要出口商品为拖

加速出海

开封海关关李晗说，下一步，开封海关将继续优化服务，加强与辖区企业联系，通过走访调研、关企座谈等方式，了解企业业务需求；及时进行政策推送，宣传原产地证书智能审核与自助打印等便利化措施；开展企业运营状况跟踪、业务指导等工作，沟通协调口岸海关及时进行沟通保障；依托“智慧企管”系统，为企业定制“3+33+N”共性和个性化签，实现企业精细化分类、惠企政策精准推送，给未来外贸稳定带来良好预期。

湖北省秭归县屈原镇西陵峡村，龙舟场上桃香四溢。记者在不远处的市集上看到，果农柳程正在装箱，“今早拉来的200斤白花桃，两小时就卖完了”。

7月15日，“桃气告白·甜蜜相约”联谊活动在这里火热开场。这场以桃为媒的聚会，成了当地水果产业的最佳展台。“举办活动，就是要让更多人晓得青滩白花桃。”西陵峡村村委主任韩雄说。

屈原镇这场活动，只是秭归水果“甜蜜接力赛”中的一棒。驱车沿江而上可以看到，从西陵峡村出发，连片果园里的累累硕果缀满枝头。在泄滩乡，数架无人机在山脊间开辟出一条条“空中走廊”，驮着夏橙翻山越岭。果农周宗平说：“今年的夏橙个头饱满、色泽鲜亮，市场行情好，价格比去年涨了两成。”

水果丰收富乡亲

本报记者 董庆森

作为秭归“四季有橙”产业格局的夏季主打产品，泄滩乡夏橙以皮薄汁多、酸甜适口的特点，广受市场欢迎。当前，泄滩乡夏橙种植面积达3万余亩，年产量超7万吨。

九畹溪镇石柱土家族村，泉水梨果园依山而建。由于昼夜温差大，光照充足，土壤肥沃，这里产出的鲜梨汁水充盈、清甜爽口。这份天然的馈赠，每年吸引不少游客慕名而来。

记者沿着田间小道走向种植户向玉芳的果园，10平方米的板房内，打

包好的纸箱堆得满满当当。向玉芳介绍，2亩多泉水梨在2017年开始挂果，2024年产量达1.4万斤，销售收入超5万元，今年有望突破6万元。

从屈原镇的白花桃、九畹溪镇的泉水梨，到沙镇溪镇的樱桃李、郭家坝镇的黄桃，峡江两岸，不同品种的水果陆续开园迎客，奏响丰收乐章。

长期以来，秭归县发展低山柑橘、高山蔬菜，产业格局分明，农民收入相对稳定。然而，广袤的半高山地区，传统种植以玉米、土豆为主，辅为生猪养殖，经济效益相对薄弱，成为

产业发展的“夹心层”。据秭归县农业部门统计，如今，全县半高山地区大力发展樱桃李、白花桃、猕猴桃、苹果树等特色水果产业，总种植面积达4.05万亩，总产量3.2万吨，产值1.5亿元。

这些“小而美”的产业，填补了半高山地区的产业空白，串联起沿线打造的茅茅路、芝兰谷、小狗山、鹰嘴岩等景点景观；“采摘游”“观光游”等丰富的旅游产品，不仅有效提升水果附加值，更有力促进全域农文旅融合发展。

稳就业在行动

□ 本报记者 吉蕾蕾

发挥平台优势稳岗促就业

作为连接广大消费者和千万商家的平台企业，美团通过推动服务零售与商品零售增长，助力本地生活商家发展，帮助外贸企业开拓国内市场，持续释放稳就业乘数效应。

美团研究院执行院长厉基巍介绍，通过技术与模式创新，美团不断催生新型服务零售业态，精准匹配用户多样性需求，促进了外卖合伙人、民宿管家、老人助浴师等新型职业的蓬勃发展和就业吸纳，形成“需求驱动就业”的正向循环。

稳企业就是稳就业。美团积极响应服务业助企纾困政策，通过促进商户业务增长，进一步为稳就业提供支撑。据了解，自2022年4月起，美团“繁盛计划”通过返佣佣金、数字化赋能等举措构建餐饮行业良性生态，累

计向超70万家中小商户返佣3.3亿元，提供15万次免费外卖管家服务，召开163场商户恳谈会，显著提升商户经营能力。2024年9月计划升级后，美团投入超百亿元资源，包括10亿元助力金和“品牌卫星店”万店返佣计划，并免费开放数字化工具，持续助力餐饮行业高质量发展。

在外部环境复杂变化、不确定因素较多的背景下，美团发挥平台优势，助力更多外贸企业快速开拓国内市场，以更大力度稳定和扩大就业。

湘辣特工是一个经营魔芋干的休闲零食品牌，产品出口美国、德国、东南亚等地区。随着各地出口产品转内销政策的出台，湘辣特工与美团实现了合作对接。“从合作材料审核通过、上线美团团购平台到正式下单，合作

流程几天就完成了，非常高效。”湘辣特工品牌负责人彭朝阳介绍，目前，工厂采用订单式管理，用工量和订单量成正比，随着美团团购订单量逐渐增长，4个生产工厂也会相应扩大用工规模。

为帮助外贸企业开拓多元化市场，今年4月，美团在“商家入驻、经营扶持、品牌打造”等方面开设绿色通道，通过打造外贸优品专区、开展专项产销对接会等方式，全力支持外贸商品上线美团各业务。

比如，美团小象超市为外贸优品打造专区，提供专享营销方案，利用小象超市在二线城市近千个前置仓和30分钟配送服务触达广大消费者；美团优选发挥在下沉市场的渠道优势，携手优质外贸企业打造外贸优

品特卖专区，通过覆盖全国2000多个市县、超百万个社区团点的“次日达”网络，帮助优质外贸商品走进千家万户；美团团购为外贸企业设立采购交易专区，优先调配优质外贸商品为全国3万家闪电仓供货，为外贸企业免除交易佣金。

除开通线上对接绿色通道外，为更准确把握外贸企业需求，5月3日，美团与中国食品土畜进出口商会在广州联合举办了“2025美团外贸优品拓内销消费品专场对接会”，与160多家外贸企业面对面建立联系。

就业稳定关系千家万户。“下一步，美团将依托丰富多样的数字消费场景，发挥好平台优势，助力国内本地生活商家更好发展，支持外贸企业不断创新销售模式、拓宽内销渠道，更好地稳企业、稳岗位。”厉基巍说，截至目前，已有450多家外贸企业进入实际内销对接流程，覆盖农产品、休闲食品、餐饮、日用品等多个品类。