

# 平台企业缘何着迷“点评”业务

最近,挑起外卖大战的京东,又高调宣布推出京东点评。加上此前阿里旗下高德地图推出的“扫街榜”,深耕多年的大众点评,以及抖音的烟火榜、百度的爱去榜、携程的口碑榜……互联网巨头为啥突然这么关心用户能不能吃好、玩好?

这可不是互联网巨头们心血来潮,而是因为在服务消费时代,点评已成为重要的流量入口。

平台希望找到缓解增长焦虑的新解药。传统电商增长已步入平稳期,今年“双11”的平平淡淡,很多人都感受到了。但是,吃饭、看电影、和朋友聚会、带孩子做手工等,这些服务型消费需求还很大。而且相较食品、美妆、日用等,餐厅好不好吃、游乐场好不好玩都是比较主观的判断,做决策高度依赖口碑与体验分享。谁能提供最可信的参考,谁就扼住了服务消费的咽喉。

所以,京东不甘只做家电产品的评价库,更要介入消费者选择餐厅的决策;高德也不满足于导航,而是要成为影响游客去哪儿的指南。一句话,平台希望通过点评内容留住用户时间,创造高频接触点。

点评榜单再添一员,显示出平台希望通过点评内容留住用户时间,创造高频接触点。点评是门流量的生意,但它更是一门关于信誉的长期生意。平台争夺的,表面是点击与停留,内核却是人心与公信。

对商家而言,多一个榜单,就等于多开了一扇直面消费者的窗口。在营销成本高企的今天,一个宣称“不商业化”的新平台,意味着能以极低的成本直接触达海量潜在客户。

消费者也不排斥。反正是免费看,多个参考渠道也没什么不好,说不定还能发现新地方,顺手“薅”个优惠套餐也不错。

但需注意一点:点评欢迎,“水评”走开。用户花那么多时间一条条翻阅评价,是想挑到纪念日能留下好印象的餐厅、带孩子出游时能玩得开心的酒店、和朋友聚会时能舒舒服服聊天的咖啡厅,我们可不想看到模板化的好评、精修的“照骗”。

现有点评模式在这方面仍有改进空间。被忽悠了太多次的消费者都总结出经

验了:“3.8分的餐厅可能有惊喜,4.8分的餐厅容易踩雷。”这虽然是“不完全统计”,但也反映了消费者对“水评”的抵触和无奈。

点评的基石是信任。用户写下真实感受,是相信能帮助其他陌生人;平台聚合信息,相信其公正性能赢得用户;商家接受公开评价,是相信透明市场会奖励真正的好产品、好服务。然而,这份契约,正被花钱买来的“水评”、折扣换来的美言和恶意差评持续蚕食。

更棘手的挑战,则在于平台的双重角色。它既是维护真实性的“裁判”,又是追求流量与收入的“选手”。一个看似繁荣的内容生态,即便掺杂水分,短期内也确实能带来更漂亮的数据。如何平衡这对矛盾,极大考验着平台的决心与智慧。

新玩家如果想破局,就不能只在功能上复刻,而必须在信任机制上重构。与其宣传“用户最多”“增长最快”,不如用更聪明的算法识别虚假,用更坚定的规则约束刷评,通过消费凭证、行为分析等手段,让真实声音被听见。

点评是门流量生意,但它更是一门关于信誉的长期生意。平台争夺的,表面是点击与停留,内核却是人心与公信。一旦信任流失,或者压根儿没有建立起来,那么数据再漂亮的推介、界面再华丽的榜单,恐怕也只能自娱自乐了。



# 抓住健康消费新机遇

卢杨静

购买护肝片、定制健康餐食、参加健身课……当下,越来越多年轻人正以极大的热情投入健康管理。他们虽然常以“脆皮”自嘲,却也用实实在在的消費,构建起一套全新的健康逻辑。

年轻人自嘲的“脆皮”实际上体现了新一代消费者对自身健康状态的高度敏感,并且愿意为之投资的主动管理意识。随着时代的进步,“以人为本”与“投资于人的”理念日益深入人心。数据显示,我国居民健康素养水平从2012年的8.80%上升到2024年的31.87%。在这一背景下,年轻的消费者不再简单遵循“病了才治”的传统模式,而是更早、更主动地关注健康问题,并将其视为一种需要长期投资、精细管理的“核心资产”。

这背后涌动的是对更高品质生活的积极追求和强大的消费潜能。这种理念转变,使健康消费从“治已病”向“治未病”转变,新的需求也牵引着供给侧的创新与变革,推动健康产业的全面升级。

一是产品形态的轻量化与场景化。传统滋补品一改厚重形象,以“即食燕窝”“冻干灵芝精华”等形式融入消费者的生活,催生了“功能零食”“便携滋补品”等新品类,以及与之配套的“办公室健康轻食”“居家轻健身装备”等细分市场。

二是服务模式的个性化与订阅化。

健康消费不再局限于实物产品,更延伸至个性化的服务。从按月定制的健康餐食到一对一的在线健身指导,其核心是为用户提供持续优化的健康解决方案。

三是技术驱动的数字化与智能化。智能手环、健康APP等数字工具,将健康监测与管理无缝嵌入日常生活。它们不仅是数据记录工具,而且通过与AI结合,进化为早期健康风险的“监测哨”和个性化生活建议的生成器,构成了“数字健康”新赛道。

一系列变化为品牌发展指明了新方向。对企业而言,应深刻理解“真诚是最好的商业模式”,摒弃炒作概念、制造焦虑的短期行为,沉下心来投入研发,凭借扎实的科技支撑和可靠的产品体验,真正满足甚至超越年轻一代消费者对健康生活的期待,才能在这片蓝海中建立持久的竞争力。

从更宏观的视角看,这一变化也具有深远意义。正如《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》中强调的,实施健康优先发展战略,健全健康促进政策制度体系。政策引导与消费趋势正在形成共振,推动一场围绕健康的变革。读懂这场变革,不仅关乎市场机遇的把握,更意味着我们必须重新审视未来的核心命题:未来的劳动方式,将更尊重人性化的节奏;而理想的生活形态,将是健康与日常的彻底融合。

## 治理餐饮浪费不止于餐桌

近日,湖南省等多地发布关于制止餐饮浪费的典型经验做法,在营造“厉行节约、反对浪费”良好氛围的同时,也揭示出一些餐饮浪费的新现象与新问题。

治理餐饮浪费,表面看是减少厨余垃圾、节约粮食资源,深层次的意义是一场涉及国家粮食安全和文明风尚的转变。过去,治理餐饮浪费以倡导呼吁为主,且主要面向消费者,成效有限。仅依靠“少点一道菜”“点半份菜”这类自觉节约行为,所释放的节约空间十分有限,大量浪费实际上隐藏在供应链全链条之中——采购量与用餐需求不匹配,加工过程中的损耗,以及因临期、过期导致的食材报废,其数量都高于餐桌上的直接浪费。因此,治理工作必须从餐桌延伸到后厨乃至市场,从源头把控,把过程管好。

环节越复杂,涉及方面越多,治理过程就越需坚持精细化原则。反对浪费、倡导节约已是企业与消费者的共识,要将共识转化为现实,离不开强有力的管理手段与可操作的具体方法。唯有一个“精”字,才能有效堵住餐饮消费中的“跑冒滴漏”,逐步引导公众形成反对浪费的自觉习惯。

应鼓励餐饮企业在采购端借助动态预测系统,将高损耗食材控制在安全库存临界点。推广“一菜多吃”,合理利用边角料,减少非必要丢弃。在服务端,则需根据顾客实际用餐情况合理备餐,主动引导消费者克制点餐、满意用餐。



朱慧卿作

## 如何破解快递“上门难”

随着电商消费持续升温,快递物流迎来高峰。不少消费者反映,自己明明备注了“送货上门”,包裹却被放进快递柜或驿站。新修订的《快递市场管理办法》规定,经营快递业务的企业未经用户同意,不得代为用户确认收到快件,不得擅自将快件投递到智能快件箱、快递服务站等。然而这种现象依旧屡见不鲜,其背后是当前快递行业利润空间微薄,企业为控制人力成本,一个快递员常常要负责好几个小区的派送,逐户上门派送不现实。配送需求信息的传递缺口,也是“上门难”的原因之一。监管部门要加强正向引导,对投诉量大、屡教不改的企业,依法严肃查处。快递企业要合理规定配送范围与任务,借助技术手段改进服务质量。电商平台可以优化快递页面设计,将用户投递需求同步至快递企业。

(时 锋)

# 立足优势壮大文创产业

常绍舜 路 顺

我国文创产业凭借文化底蕴与创新模式形成独特优势。要完善顶层设计与政策支持体系,推动产业链协同与产业集群建设,强化企业创新能力和市场适配性,壮大文创产业。

与国际文创产业相比,我国文创产业凭借文化底蕴与创新模式形成独特优势。日本文创以动漫IP为核心,虽然其产业链成熟,但文化内核相对单一,受众较为局限。美国迪士尼则以影视内容驱动,通过IP授权覆盖主题公园、消费品等领域,但文化表达偏重于商业叙事,且传统底蕴不足。而我国文创产业则构建起一个以传统文化为根基,以参与体验为路径,实现全民共享的独特生态。例如,四川三星堆博物馆推出的文物修复盲盒,通过模拟考古发掘与文物修复流程,让用户感受历史厚重感。又如,敦煌“数字供养人计划”借助互联网让公众参与敦煌壁画的保护工作,形成了情感共鸣,实现文化遗产的数字化传承。这种以现代场景和互动体验来活化传统文化的模式,实现了文化价值、情感价值与经济价值的统一,具有很强的差异性优势。

也要看到,在文创产业发展过程中,目前还存

就业是民生之本、发展之基,稳岗促就业不仅直接关系亿万劳动者的生计福祉,更关乎经济循环畅通、社会大局稳定,是推动高质量发展、迈向共同富裕的重要支撑。人力资源和社会保障部日前发布的数据显示,今年前9个月,全国城镇新增就业完成全年目标任务

张林山

公丕明

当前,我国就业工作呈现出鲜明的主动治理特征,从过去的被动应急转向前瞻性、系统性布局,就业优先已成为贯穿宏观政策的主要考量。这一转变深刻影响着发展方式的演进——经济增长不再单纯追求GDP增速,而是将就业创造作为核心约束条件;产业政策不再只看税收贡献,而是把岗位吸纳能力作为重要标尺;区域协调不仅算经济账,更统筹考虑劳动力供需平衡。近年来,这一战略导向已显现成效。

更重要的是,就业市场正在发生一系列深刻而积极的变化:一方面,与产业升级相匹配的高技能人才需求持续增长,制造业转型升级催生了大批新型技术岗位;另一方面,新经济形态蓬勃发展,平台经济、共享经济等新模式展现出强大的就业创造力,成为就业市场的“蓄水池”。

这些变化体现了创新驱动发展战略深入实施和经济结构优化升级的积极成效。具体来看,制造业转型升级步伐加快,智能制造、绿色制造等新型模式广泛推广,创造出大量高质量就业岗位。服务业对就业的贡献度持续提升,知识密集型服务业迅猛发展,已成为吸纳高校毕业生等青年就业的重要领域。民营经济活力不断增强,在稳就业中发挥着不可替代的关键作用。

也要清醒认识到,就业总量压力与结构性矛盾并存的局面尚未根本扭转,制造业招工与高校毕业生就业“两头难”问题依然存在。破解这些难题,必须多措并举、精准发力,让就业“基本盘”更稳固、“水平线”再提升。

在宏观政策层面强化就业优先导向。财政政策要加大对支持就业力度,通过就业补助资金、职业技能提升行动资金等渠道,为企业稳岗扩岗提供有力支撑。货币政策要注重与就业政策的协调配合,用好普惠金融等政策工具,帮助中小微企业解决融资难题,稳定就业主渠道。产业政策要突出就业导向,在推动产业升级的同时,要注重保持就业容量,避免出现大规模结构性失业。

着力推动产业升级与就业扩容提质互促共进。大力培育战略性新兴产业与未来产业,在人工智能、生物制造、新能源、新材料等前沿领域提前布局人才培养储备,确保产业发展与人才供给相匹配。加快传统产业转型升级,通过技术改造和数字化转型提升劳动生产率,做好职工转岗安置与再就业培训。大力发展职业教育,深化产教融合,推动教育链、人才链与产业链、创新链有机衔接,鼓励企业开展职业技能培训,支持劳动者终身学习,持续提升就业竞争力。

聚焦重点群体,实施精准帮扶。青年就业关系千万家庭福祉和社会稳定,要将青年特别是高校毕业生就业摆在突出位置,拓宽市场化社会化就业渠道,稳定公共岗位,鼓励基层就业与自主创业。农民工就业关系乡村全面振兴和新型城镇化建设,要持续推动农民工就业,加强技能培训,支持返乡入乡创业。对就业困难人员开展针对性帮扶与必要援助,保障零就业家庭动态清零。健全就业公共服务与失业保障体系,建立就业风险监测预警机制,及时研判形势,防范化解风险。

持续优化营商环境,激发经营主体活力。企业是吸纳就业的主力军,只有企业稳,就业才能稳。要深入落实促进民营经济发展壮大的各项政策措施,切实解决民营企业发展中遇到的痛点难点,稳定经营主体预期,增强企业扩岗能力。着力破除制约劳动力、人才在城乡、区域间自由流动的体制机制障碍,促进就业市场更加高效、有序。完善促进创业带动就业的保障制度,支持和规范发展新就业形态。健全劳动法律法规体系,完善劳动关系协商协调机制,保障劳动者合法权益,促进劳动关系和谐稳定。

(作者分别系国家发展改革委宏观经济研究院研究员、副研究员)

在一些问题。有的产品同质化现象严重,文创产业链上下游耦合不足,上游创意和市场存在脱节的情况,下游生产与销售模式不够灵活,导致产品难以和消费需求匹配,创新成果未能得到有效转化。未来,要在宏观政策、中观产业与微观企业三方面精准施策。

宏观层面,完善顶层设计与政策支持体系。制定产业专项规划,明确目标、领域与布局,防范同质化竞争。优化财税支持,设立创新基金,对IP转化与产业链协同项目给予补贴与融资扶持。加强知识产权保护,严厉打击侵权,营造公平市场环境。

产业层面,推动产业链协同与产业集群建设。贯通产业链条,依托龙头企业带动上下游协同,并通过对接平台促进资源精准匹配。积极拓展“文创+”融合业态,以开辟产业新增长空间。引导资源向特色产业集群集聚,实现集约发展,并建立行业标准与综合评价体系,引领文创产业迈向高质量轨道。

企业层面,强化企业创新能力和市场适配性。通过组建专业团队,联合高校、非遗代表性传承人深入挖掘文化IP内涵,结合现代审美创新,打造差异化产品。建立市场调研机制,依托数据分析精准定位客群,实现以需定产。此外,还要加大技术投入,运用数字手段开发沉浸式、互动式文创,优化体验感,提高生产效率。