

培育放心消费街区景区42处、放心消费外卖集聚区23个、各类放心消费单元1025家
我市擦亮旅游消费“安心底色”

记者从市市场监管局获悉,近年来,市场监管部门一手抓放心消费场景打造,一手抓旅游消费秩序整治,已培育放心消费街区景区42处、放心消费外卖集聚区23个、各类放心消费单元1025家。从台东恣儿街扫码可查的“放心码”,到云霄路美食街就地受理的维权服务站,再到25轮不打招呼的明察暗访,青岛把承诺亮在商户门前、把调解沉到游客身边、把整治落到计量价格食品安全等关键处,全链条擦亮旅游消费“安心底色”,让游客脚步所至,成为放心所及。

放心场景从“点”连成“片”

在傍晚的台东恣儿街,灯牌刚刚亮起,铁板鱿鱼的滋滋声便混着糖炒栗子的甜香扑面而来。王大姐经营着一家海鲜档口,她说:“以前游客买海鲜,总有人心里犯嘀咕,怕秤不准。现在秤是统一检定的,码一扫,斤两、价格全出来,咱卖得坦荡,客人吃得踏实。”说话间,河北游客张先生扫了档口门口张贴的“放心码”,手机上弹出经营者基本信息、良好信息、警示信息等,他说:“信息全都明明白白,这顿饭吃得心里有底。”这样的放心场景并非个例,而是源于系统化的场景培育。“我们深入实施‘放心消费十百千’工程,以10条放心消费街区景区、100家放心消费商场市场、1000家放心消费商店饭店为基础载体,将消费集聚区作为放心消费建设核心抓手,统筹推进街区商圈、外卖集聚区域创建,集中培育一批诚信经营、管理规范、服务优质、维权快捷的放心消费场景和单元,点亮城市消费版图。”市市场监管局消费者权益保护处相关负责人表示。放心消费场景选点讲究“三重导向”:游客最多的地方、投诉最多的地方、最有意愿的地方,最先被纳入培育视野。从游客如织的历史城区,到人气爆棚的营口路、云霄路,再到烟火气十足的台东恣儿街,网红商圈、美食街区一一入列。目前,全市已培育放



台东步行街。市北区融媒体中心供图

心消费街区景区42处、放心消费外卖集聚区23个、各类放心消费单元1025家,“以集聚区带动单元培育、以单元支撑集聚区发展”的良性循环正在形成。良性循环的形成,离不开一街一策的精细治理。市市场监管局逐街调研,一街一策、一域一案,把治理方案写进街区肌理。全国首部老城文化旅游区放心消费管理团体标准在这里诞生,让文旅集聚区建设有章可循。放心消费标识上墙、承诺公示上牌、商户“红黑榜”亮相街头,诚信经营的标尺立在每一家商户门前。在云霄路美食街、登州路啤酒街、台东三路步行街、台东恣儿街4处“标杆场景”,舆情投诉分别下降21%、27%、32%、35%。数字背后,是主城区涉旅重点区域由乱到治、由治到美的转身。

维权服务沉到街面

环境变好之后,纠纷能否就地化解,成为检验放心消费成色的关键一环。“很多纠纷就是一口气的事,我们站在街面上,游客一抬头就能找到人,商

户一转身就能到场,事儿就地就化解了。”云霄路美食街消费维权服务站工作人员表示。市市场监管局将消费维权服务站建到街区里,调解工作室沉到商圈中,移动监管亭立在最热闹的5条街巷,游客的烦心事,就地受理、当场回应。先行赔付公示牌挂出800余处,67.4万元先行赔付资金随时待命,让“吃亏”成为过去式,让“放心”成为第一印象。市场监管“诉易办”投诉举报AI处置助手把法规案例送到一线,辅助各区市场监管部门处置工单7388条。线上1.7万个ODR单位随时响应,线下加强各级行政调解委员会及调解工作室建设,各区市场监管部门入驻区市综治中心,累计受理投诉500余起、调解成功率达95%;“放心码”覆盖餐饮店3.64万家、农贸市场116家、加油站464家,1.9万余次消费纠纷通过扫码就地化解——指尖轻扫,纠纷即解。放心消费,不是市场监管部门的“独角戏”,而是全社会的大合唱。“我们天天在这片跑,哪家后厨敞亮、哪家藏着掖着,心里有数。随手一拍,也算给游客把道关。”外卖骑手小刘在营口

路啤酒屋取餐间隙,顺手拍下一家摊位后厨杂物堆放的照片,上传到“食安八方”举报小程序。与此同时,消费监督员、消费体验官、消费教育宣讲团三支队伍活跃在商圈一线:代表委员进店摸底,体验官明察暗访,宣讲团送法上门,把维权关口前移到事前防范。17家行业协会共同发出倡议,“月月3·15律师专家在线”雷打不动,放心消费“五进”活动走进千家万户;“食安哨兵”举报奖励平台上线。1200余万条消费提示短信飞向八方游客,1.8万余处公益广告点亮机场、车站、地铁,2000余块车载屏滚动播放“放心消费在青岛”——城市的大街小巷,都在为放心代言。

向“坑客”行为持续出拳

放心消费,既需场景“润物无声”,也需整治“出拳有力”。青岛市市场监管局坚持“一口进出”,把7大类28个渠道的网民留言纳入统一调度,三季度425件敏感舆情投诉第一时间响应,有效遏制风险热点扩大;《热点舆情周报》40期、《舆情投诉月报》9期、《风险预警提示单》64期,让风险早识别、早预警、早处置。稳妥处置啤酒交易所等舆情,创新出台《“啤酒驿站”新业态合规指引》,监管从“头痛医头”走向“系统施治”。向牟利性职业索赔重拳出击:向公安机关移送线索300人次,今年以来相关投诉举报同比下降21.47%、8月份以来下降60.99%,让“以打假之名行敲诈之实”无处遁形。同时,市市场监管局统筹全市旅游消费市场整治专班运行,25轮明察暗访不打招呼,19期95起典型案例公之于众,向计量作弊、价格欺诈、食品安全等“坑客”行为持续出拳。计量秤具、网络餐饮、农贸市场三大领域舆情投诉连续两年大幅降量。旅游消费市场秩序持续平稳向好,游客安全感、获得感节节攀升。青岛晚报/观海新闻/掌上青岛记者 陈小川

第29届中国国际渔业博览会在青开幕
澳大利亚首次组织优质水产企业以国家展团形式亮相

本报10月28日讯 28日,第29届中国国际渔业博览会在青岛·红岛国际会议展览中心开幕。本届展会展出规模11.76万平方米,有来自50个国家和地区的1617家企业注册参展,其中包括27个国家和地区展团、16个境内展团。具体来看,欧洲展团阵容多元,挪威展团携30余家企业主打大西洋三文鱼、白鱼、峡湾鳕鱼、大比目鱼、帝王蟹等优质海产,俄罗斯展团则覆盖阿拉斯加狭鳕、三文鱼、粉鲑、秋鲑、蟹类及各类冷冻鱼类等多条产品线,爱尔兰、冰岛、西班牙、英国等国也以独立展团形式呈现各自的优势品类;美洲展团方面,既有加拿大带来的龙虾、蟹类、贻贝、虾贝类、海参、海胆等北美冷水海产,也汇集了阿根廷的红虾与鱿鱼、厄瓜多尔的南美白对虾、智利的三文鱼与贻贝、秘鲁的大鱿鱼等南美水产,整体形成从北美冷水域到南美赤道沿岸及南部冷水海域的水产展示区;亚太·南亚展团涵盖韩国、日本、越南、印度尼西亚、印度、巴基斯坦等多国,产品从韩国



展商与参观者在渔业博览会上洽谈。

的海苔与调理水产,到越南的巴沙鱼,再到巴基斯坦的阿拉伯海产品,覆盖了亚洲主要水产供应链。值得一提的是,澳大利亚贸易投资委员会暨澳大利亚驻华使领馆商务处首次组织优质水产企业以国家展团形



渔业博览会上的丹麦展台。新华社发

式亮相,集中展示来自澳大利亚纯净海域的高品质海鲜产品,包括南方蓝鳍金枪鱼、活岩龙虾、生蚝、鲍鱼、贻贝、黄尾鲷鱼以及可持续捕捞章鱼等特色产品。作为全球水产产业最重要的盛会之一,中国国际渔业博览会持续链接全球

水产供应链,展品涵盖可持续捕捞海产、高科技养殖产品、便捷加工食品、优质餐桌食材和配料,以及各类创新产品,吸引了越来越多生产商和采购商前来寻求商机,推动全球水产贸易发展。(青报全媒体/观海新闻记者 李勋祥)