

# 骑手友好场景建设,推进成效如何?

新华社 冯家顺 周思宇 陈旭

当前,我国外卖骑手人数已超1000万。穿行在城市大街小巷,“四季无休、三餐不定”是广大骑手的日常。

一段时间以来,中央社会工作部、住房城乡建设部等部门持续推进友好场景建设,为外卖骑手等新就业群体在工作和生活上提供便利和服务,帮助解决进门、停车、用餐、技能提升等问题。这些举措在各地推进情况如何?能否满足骑手实际需求?记者进行了调查走访。

## 外卖骑手有了“能量补给站”

暑期以来,重庆迎来多轮高温天气。记者走进重庆(沙坪坝)新就业群体党群服务中心的驿站,多名外卖骑手正在休息纳凉。

“我从午高峰一直跑到下午3点,回来休息一下,待会儿又要上线接单了。”外卖骑手小吴说,附近还有多个骑手驿站,具备休息、饮水、给饭菜加热等功能,相当于一个“能量补给站”。

沙坪坝区沙坪坝街道党工委委员、组织委员刘婷婷介绍,辖区内有高校校区,在校师生超3万人,日均点单量超6000单,外卖需求量较高。

友好商户、友好医院、友好车位……记者在位于沙坪坝街道的骑手友好街区看到,方圆几百米内,汇聚了多项面向骑手的暖心服务。

今年1月,中央社会工作部等八部门发文加强快递员、网约配送员服务管理,将推进友好场景建设列为重点任务。6月,中央社会工作部、住房城乡建设部举行新就业群体友好场景建设现场推进会,要求积极探索数智赋能,因地制宜完善不同场景服务网络。

规划专属停车区、设置道路交通指引、

完善楼层信息等,着力解决找路难、停车难等问题;设置专用外卖取餐柜,解决难进入、等待久等问题;在人行天桥增设坡道,重要交通要道增设电动车道……全国多地因地制宜制定措施,让骑手送餐更安全、更舒心。

送餐高峰期过后,“用餐难”成了外卖骑手的烦心事。

“5元一碗抄手,15元一顿简餐。”刘婷婷介绍,“骑手平时用餐时间一般在下午1点半以后,沙坪坝街道骑手友好食堂与社区食堂相融合,专门推迟闭餐时间,并且为骑手提供优惠价。”



重庆(沙坪坝)新就业群体党群服务中心  
新华社记者 周思宇 摄

记者了解到,全国多地或是依托社区食堂、与餐饮连锁企业共建,或是招募爱心商户推出专属套餐、折扣优惠,为新就业群体提供优惠餐品、错峰就餐等便利。

## 帮助新就业群体解决后顾之忧



北京市西城区广安门内街道24小时暖“新”蜂巢。  
新华社记者 陈旭 摄

不久前,北京市西城区广安门内街道24小时暖“新”蜂巢墙上多出一个“希望每个月能提供一次免费理发”的便利贴。没过几天,暖“新”蜂巢便张贴了爱心理发的具体时间。

“小哥刹这一脚、停这一次,我们要倾听他们的内心呼唤。”广安门内街道党群服务中心主任李欣说,聚焦小哥高频需求,街道还开设公益法律援助窗口、恋爱指导小课堂、技能提升服务点等特色项目,构筑新就业群体的“暖心港湾”与“服务绿洲”。

新就业群体中,不少人与公司没有签订劳动合同,收入不稳定,利益诉求多样。“推进友好场景建设,要着力解决他们最关心、最直接、最现实的利益问题,让新就业群体切实有感。”中央社会工作部有关负责人说。

福建厦门制定灵活就业人员专属职业伤害意外保险“益鹭保”;北京顺义区后沙峪镇董各庄村向新就业群体提供公寓、“小哥食堂”以及免费健身房、图书室等;深圳定向配租保障性住房,提供暑期免费住房……针对“保障弱”“看病难”“住房

贵”等急难愁盼,各地织密关爱“暖心网”,切实提高新就业群体获得感。

7月的一天傍晚,28岁的外卖骑手卓佳兰走进重庆(沙坪坝)新就业群体党群服务中心,来接在“袋鼠宝贝之家”上托管班的儿子。

“我和丈夫都是外卖骑手,7岁的孩子在家里没人看管,担心出安全问题。现在有了专门的托管场所,我们很放心。”卓佳兰说,这里周一到周五有志愿者给孩子辅导作业,有时候周末还会带孩子外出开展活动。

## 让骑手有更多归属感、认同感

推进友好场景建设,需要在解决新就业群体“融入难”“发展难”等问题上持续发力,让骑手有更多归属感、认同感。

中国劳动关系学院劳动关系系主任孟泉表示,引导骑手尊重不同小区的管理规定,建立空间秩序共识和多方协商机制,维护好业主、物业服务企业、骑手等各方合法权益,真正实现“骑手友好”。

对此,中国物业管理协会联合相关平台发布倡议书,畅通配送服务“最后一百米”。截至今年7月底,已有23家全国性物业服务企业在150多个城市与平台企业就“骑手友好社区”通行解决方案达成合作,月度覆盖骑手超过73.2万人。

推进友好场景建设,还需拓宽骑手职业发展通道。

“新就业群体普遍年轻化,有的把外卖行业当作短暂过渡,并未打算长期从事。”重庆市沙坪坝区暖新社会工作服务中心社工周玲玲表示,一些骑手由于自身文化水平和技能有限,跳槽去别的行业后难以适应,又返回外卖行业,存在“想走又走不掉”的困境。

针对这一问题,多地建立学历、技能培训提升基地,帮助新就业群体拓宽职业发展通道。

孟泉建议,加大对骑手先进事迹的宣传引导及荣誉奖励,提升全社会对骑手的认知与尊重,增强骑手的职业自豪感。

“友好场景建设涉及多部门各领域,相关部门要加大政策支持力度,街道发挥属地作用,平台企业履行社会责任,协同配合更好满足新就业群体需求。”首都经济贸易大学中国新就业形态研究中心主任张成刚说。

# 减肥需谨慎,莫让“瘦身”变“伤身”

《人民日报》向子丰 董童

近期,随着减肥瘦身成为许多人的“夏日刚需”,减肥市场迎来消费高潮。然而,诸如“快速燃脂,一周瘦10斤!”“不节食不运动,轻松瘦身无负担!”等夸张的广告宣传背后,暗藏着不少消费陷阱。

虚假宣传、夸大功效是减肥消费中的突出问题之一。广东惠州市网友在人民网“人民投诉”平台留言,她今年4月在网上购买“纤体膏”后被要求添加企业认证的微信客服,客服以“赠送礼品”和“定制方案”为由向她索要个人信息,并推销高价减肥套餐,承诺“3至5天见效”“打造不易胖体质”。其后,客服更是以“防止反弹”“停用危害健康”等话术,让她在4月至5月多次转账升级套餐,累计消费达1.8万元。“后来我发现所购买的产品就是普通的代餐食品,并无特别的减肥功效。包装标注的厂家电话无法接通,疑似为‘三无’产品。”

减肥产品诱导消费和虚假宣传不仅损害了消费者的经济利益,还有可能对其身心健康造成不良影响。来自河南信阳的王女士反映,她在电商平台花费2000余元购

买了某品牌减肥药,商家承诺“无效果可退款”且提供180天售后保障。但服用一个月后,她体重不仅没减反而增加了5斤,还出现便秘现象。“我向商家投诉,客服一直让我正常服用,不理睬退款要求。我向电商平台投诉,订单页面却找不到退款选项。”王女士无奈地说。

“减肥首先是减脂,每个人的身体状况、基础代谢率、饮食习惯和生活方式都不同,减肥效果也会因人而异。因此没有任何一种减肥产品能够适用于所有人,并且能在短时间内取得显著效果。一些减肥产品可能会通过利尿、增加排便次数等,让人在短时间内排出大量水分,从而减重。但这种效果是暂时的,一旦恢复正常饮食和水分摄入,体重就会反弹。”首都医科大学附属北京中医医院心血管诊疗中心主任尚菊菊说。

减肥服务领域的合同陷阱与维权障碍不容忽视。许多读者反映购买减肥产品试用装后,体重未降,还出现较大副作用,维权时平台和商家相互推诿,“商家以产品开封为由拒绝退款,平台只提供小额优惠券的解决方案”。一些暑期减肥训练营广告称“精准减重”“科学塑形”,但在合同中对

效果的描述含糊其词,且标注“不退不换”“自愿放弃维权”等条款。

一名浙江慈溪市的读者说,自己报名参加了某减肥训练营,6月8日晚入营后发现营区条件与宣传不符,居住条件不好,餐食较差,宣传的训练场地也没有。“我一晚上没睡着。第二天要求退款,结果一天课还没上就要扣掉35%的违约金。”商家的“霸王条款”令他很恼火。

在减肥消费中,消费者个人信息泄露问题也时有发生。比如一些减肥APP在线测试要求用户填写身高、体重、病史等详细数据,随后却将信息外泄,导致用户频繁接到骚扰电话或遭遇精准诈骗。

如何识别减肥产品的宣传是否“靠谱”?中国政法大学经济法研究所副所长范世乾表示,许多减肥产品宣称“3至5天见效”“不节食不运动”,这类宣传往往属于夸大或虚假宣传。“正规减肥类保健食品应有相应标识,药品需标注‘国药准字’,医疗器械需有注册证或备案证。而且根据广告法规定,保健食品广告不得含有表示功效、安全性的断言或者保证。由此,很多减肥功效承诺都违反了法律规定。”

专家建议,购买减肥产品或服务而遭受权益损害时,消费者可积极维权。“如果商家承诺的减肥效果未达成,消费者应当关注合同中的服务内容、效果保证、退款政策等条款,并积极收集证据。若产品损害了消费者身体健康,消费者还应及时就医,保留好诊断证明、病历等相关医疗资料,以便后续要求商家承担相应的医疗费用及赔偿。”范世乾说。

该如何选择适合自己的减肥方案?尚菊菊建议在医生或营养师的指导下使用减肥产品。对于减肥训练营等服务,要关注其专业性,看其能否制定个性化方案,同时一定要关注其在减肥营中是否有医师和营养师。“减肥是一个长期的过程,需要足够的毅力,控制饮食,适当运动,调整睡眠,避免快速减肥后体重反弹。”

此前,国家卫生健康委举行新闻发布会时,在例行健康提示中指出,现在互联网上有大量的健康方面相关信息,大家获取信息的渠道也非常多,面对海量的健康信息,掌握一些辨别真伪、识别谣言的方法非常重要。国家卫生健康委工作人员表示,“片面夸大声称通过某种食物、某种减肥产品或者某种偏方就能轻松减重的信息,通常都是谣言。”