市监管部门对3个重点行业近6万家企业开展风险监测

确保40余种重要民生商品价格稳定

本报记者 张楠

今年以来，市市场监管部门不断创新应用大数据、人工智能、物联网等新技术，全面提升市场监管水平和服务效能。其中，为防止预付费企业“闭店跑路”，本市今年已对教育培训、健美健身、美容美发等3个重点行业近6万家企业开展监测；为保供稳价，对土豆、白菜等40余种重要民生商品的价格进行监测，根据不同情况开展合规指导和执法检查活动。

对3个重点行业企业开展风险监测

近年来，预付费企业“闭店跑路”，导致消费者出现维权困难的问题屡有发生。为此，市市场监管局对社会关注的“闭店跑路”企业、近一年被投诉“关门”的预付卡消费企业以及注销企业的特征数据进行分析。通过将“信用+风险预警”有机融合，筛选出10个风险指标构建风险监测模型，开展事前监测预警。

“今年，我们已经对教育培训、健美健身、美容美发等3个重点行业近6万家企业开展监测，并将监测出的3230家‘亮红灯’企业推送给各区政府和行业主管部门。”市市场监管局消保处相关负责人表示。

自动化监测土豆白菜等民生商品价格

重要民生商品每日价格不仅能够自动化监测、在线展示，还能分区间预警。记者从市市场监管局了解到，今年以来，市市场监管部门应用大数据、人工智能、物联网等一系列新技术，监测重要民生商品价格涨跌，保供稳价。

“点击业务应用中的价格监测模块，就可以看到土豆、白菜等40余种重要民生商品每日的批发、农贸和商超的价格及环比增长情况。点击右侧的‘趋势分析’，还可以选择某一种商品查看近30日的价格趋势图和涨跌幅数值情况。”在一场价格在线监测功能培训会上，市市场监管局科技处和价格监督处有关负责人向各区局代表详细介绍价格在线监测系统的新功能。

今年，市市场监管部门通过与市商务局、市发改委等有关部门数据共享对接，实现对重要民生商品每日价格情况的自动化监测和在线展示。同时，针对商品品类和7日内价格波动情况，设置蓝、黄、红三级预警区间，及时提醒基层监管干部密切关注价格变化，并根据不同情况开展合规指导和执法检查活动。明年，市场监管部门将进一步拓展价格数据来源，通过与大型超市、农贸市场等数据对接，进一步提高价格监测和形势分析的准确性、时效性，着力保障生活必需品供应充足、价格平稳。

“电子身份证”让电梯实现多元共管

“范大爷，您看就是这张卡片，咱们刚维保过，您可以放心啦，平时可以随时查看，发现问题第一时间反映！”通州区世纪星城小区社区工作人员正在给居民介绍新贴的电梯码。

今年，聚焦居民住宅老旧电梯安全监管问题，市市场监管局依托事中监管平台建设启动“一梯一码”智慧监管。通过为每部电梯张贴专属“身份码”，支持居民一键扫码了解电梯基础信息、维保信息、电梯检验信息、救援电话等电梯信息；也支持电梯维保人员扫码进行人脸识别和位置定位验证后，开展维护保养，实现维保记录电子化；同时，执法人员也能通过系统后台调阅检查，实现全过程非现场监管。

借助这张“电子身份证”，实现人人可扫码、信息可追溯，推动电梯的安全指标状况在监管部门、使用单位、维保单位之间的即时共享，也为公众提供便捷的信息查询和紧急呼救渠道，推动电梯治理从“单向管理”向“多元共治”转变。

一块村庄产业用地项目成交

潞城镇产业集聚区将建设新办公总部

本报讯（记者 曲经纬）近日，通州区潞城镇TZ02-0101-0009地块村庄产业用地项目（C3，商务办公等多功能用途）顺利成交。该项目位于通州区潞城镇，规划建设用地面积约1.33公顷，总建筑规模约1.74万平方米，最终由北京阔阔同创商务有限公司以6823.12万元成功竞得。

从该地块公示的宗地图上看，该项目位于潞城镇产业聚集区，可以说是本地的“黄金地段”，东至规划潞城产业园，南至规划启运西街，西至甘棠路，北至规划武兴大街，建筑控制高度24米，局地36米。记者梳理发现，此次拍下地块的北京阔阔同创商务有限公司所属北京阔阔同创工贸有限公司。公开资料显示，TATA木门（北京阔阔同创工贸有限公司）始建于1999年，集成品居室门研发、生产、销售、服务为一体的专业企业，也是中国木门行业十强中的一员，相继完成了奥运场馆、北京首都机场、清华大学、冬奥会场馆等重大工程项目。

这里要建什么呢？市规自委通州分局相关负责人介绍，该项目是充分利用集体产业用地资源的典型案例，拟打造一座集商务办公、产品研发、产品展示及商业配套等多功能于一体的智慧办公总部，将全面满足企业多元化发展需求。“此项目不仅为企业提供了发展空间，也为类似企业提供了可借鉴的范例，有效统筹了地方政府的减量腾退、产业落地与经济发展目标。”这位负责人说。

此外，本项目的落地建设也与潞城镇“生态智慧小镇”的特色定位相契合。该项目建成后，也将加速推动潞城镇产业高质量发展，壮大潞城镇集体经济组织。记者了解到，该项目入市土地增值收益70%都留给乡镇联营公司，用于统筹和推动乡镇的整体发展，这一分配方式增强了乡镇集体经济实力，为乡村振兴注入新动力。

首批32所学校入选全国健康学校建设单位

要给学生打造“能出汗”的体育课

本报讯（记者 李祺瑶）本市将打造“五育融合”的健康教育生态，推进大中小一体化健康学校建设。近日，市教委介绍，本市首批32所大中小学入选全国健康学校建设单位。今后，市教委将持续推进健康学校建设，一校一特色构建“大健康”教育模式。

首批健康学校建设单位包括中关村第二小学、北京市第九中学等20所中小学，北京大学等12所大学。本市将依托健康学校建设，构建以运动、卫生、心理、营养为一体的“大健康”教育模式。各校将落实“健康第一”理念，强化体育锻炼，面向所有学生打造“能出汗”的体育课，以班级为单位，组织开展班级联赛，激发学生体育运动兴趣，培养终身运动习惯。“五育融合”也是建设健康学校的重要内容，各校将推进健康+美育、健康+劳动教育，加强课程与实践的有机结合，提高学生审美和人文素养，培养学生的劳动习惯和能力。

本市将健全多部门合作和家校社协同的育人机制，用“健康”连接课堂内外、家庭和社会。教育部门将加强与卫健、疾控等部门合作，利用丰富的教育资源、优质的医疗资源和其他社会资源，支持服务学校各项工作，密切家校沟通，提升家长监护责任意识和健康管理能力。各校将健全学生健康监测评价体系，健全学生心理健康工作体系，家校共同防范学生心理健康问题。

为推进健康学校建设，各校还将统筹规划校医院、卫生室、心理咨询室等健康场所布局，按标准配备AED（自动体外除颤器）等急救设施；开发健康教育教学资源，全面提升学生健康素养和健康意识，向师生普及心肺复苏术、AED使用、止血包扎等急救知识和技能；建设服务于学生身心健康的信息化平台，实现对学生体质健康、心理状态、健康素养的动态监测和精准预警。

本市将发挥学校健康教育教学指导委员会的作用，为健康学校建设单位提供“智库”资源。学生健康水平和健康素养将作为评价学校办学质量、教师教学绩效等内容的关键指标。

十大举措培育文化新质生产力

5年后京城文化科技融合的有效机制将基本形成

本报讯（记者 路艳霞）记者近日获悉，北京市推进全国文化中心建设领导小组近日出台《关于培育新型文化业态 大力发展文化新质生产力的若干措施》。此次出台的措施涵盖十个方面：

■促进文化领域技术创新和成果转化

积极推进人工智能、区块链等新一代信息技术、数字技术赋能文化新场景新业态。支持文化科技企业享受科技创新相关扶持政策，推动大型文化科技企业牵头加强产学研深度融合。

■加强影视新技术研发应用

大力发展技术密集型影视拍摄基地，建设人工智能、水下摄影棚等现代化专业摄影棚，鼓励建设基于算力支撑的新型影视后期制作基地。推进中国（怀柔）影视产业示范区建设，支持朝阳区建设国际一流影视后期制作基地。

■推进超高清视听产业优化升级

支持超高清视听技术与人工智能等技术的融合创新应用。推动建立国产自主超高清视听技术标准并推广应用。建成一批影视与科技融合的实验室、示范园区等。

■拓展演艺新业态新空间

引导市场主体发展线上演出、艺术直播等新业态。推动智慧剧场建设，大力拓展沉浸式交互体验等数字演艺新场景，鼓励会馆、园区等建设文化新空间，运用新技术丰富文化内容供给、增强体验效果。

■激发数字出版新动能

加快传统出版数字化、智能化转型，打造融合发展重点项目。探索生成式人工智能等新技术赋能网络文学产业新路径，用好中国“网络文学+”大会平台，激发网络文学创新发展活力。积极引进高品质、国际级的电竞赛事，发挥带动作用，推动电竞产业健康发展。

■打造文旅消费新场景

健全文化和旅游融合发展体制机制，激发文旅消费活力。建设智慧文旅平台，支持运用虚拟现实、数字孪生等新技术，打造沉浸式游览等消费新场景，推动建设全国智慧旅游沉浸式体验新空间培育试点项目和“5G+智慧旅游”应用试点项目。

■创新文博数字活化利用

积极开发文物机构数据要素，打造一批文博藏品数字文化IP。支持利用扩展现实等新技术，创新展陈内容形式，形成可感知、可互动展示新场景。推动文博藏品“触网创新”，鼓励社会力量创新举办以数字呈现、沉浸式体验为特点的展览活动。

■深化媒体融合数字化智能化发展

探索将人工智能等新技术运用在新闻采集、生产、分发、接收、反馈中，以先进技术驱动媒体转型。推进主流媒体加快技术革新，建好全媒体一体化采编平台等。

■强化文化供给延链建设

深化文化领域供给侧结构性改革，优化文化服务和文化产品供给机制，打造具有中国风格、北京特色的文化IP。推动演艺、出版、影视等不同领域内容的创作生产和贯通转化，推出具有综合竞争力和市场影响力的优质文化产品等。

■支持优质市场主体和项目

进一步加大文化企业培育力度，支持头部文化企业、总部型文化企业加快发展，打造细分领域高增长潜力的平台型文化企业，扶持创新性强、成长性好的专精特新中小文化企业，推动传统文化企业数字化转型。

按照该措施的规划，北京市经过5年左右的努力，文化和科技融合的有效机制将基本形成，科技创新带动文化产业创新能力明显增强。演艺、出版等重点领域新业态、新场景、新模式不断涌现，文化与其他领域实现深度融合，优质文化产品供给更加丰富，全国文化中心示范引领作用进一步彰显，文化软实力和国际影响力进一步提升。

本报社会观察

新能源车销售火热，充电是个难题

为新能源车充电找辙

本报记者 孙毅 莫凡

新能源车销售如火如荼，充电问题再度引发关注。记者近日走访发现，一些充电“老大难”问题依旧存在，但办法总比困难多，在新能源汽车渗透率越来越高的当下，很多人在想办法，让充电变得更便捷、更便宜。

没辙

充电桩只能“自己想办法”

大兴区观音寺小区，建成于20世纪90年代。记者走访时发现，机动车可以随意进出小区，暂时无人收费，也没有固定车位。

有居民告诉记者，现在小区里新能源车日渐增多，对充电桩的需求也在增加。“我也想换一台新能源车，但是咱们小区装不了充电桩。”

观音寺小区里有个别临近楼体的车位，是安装了充电桩的。有些充电桩就装在楼体上，新能源车在楼前找个空当就能充电。但整个小区内，私人充电桩的数量非常有限。记者咨询小区物业得知，物业目前不允许装充电桩，原因是“电压不够”。

在人民网领导留言板上，有关部门去年底回复过居民：“观音寺社区无固定停车位，不符合安装私人充电桩的要求。”小区周边有3处公共充电桩，目前居民的新能源车主要在这3处公共充电桩充电。

从观音寺再往南，大兴区一品嘉园小区的停车区域零零散散有一些充电桩。按照相关规定，在小区内申请安装充电桩需由物业出具盖章文件，证明申请人拥有或长期租用车位。而该小区物业工作人员表示“物业这边盖不了章”。至于目前小区里已有的充电桩，工作人员称“自己想办法装上的”。

再往南到椿蓉园小区，这里的问题也一样，小区车位不属于业主个人，想安装充电桩，无法实现。有关部门在人民网领导留言板上回复居民：“小区地上停车位为公共停车位，属业主共有。个人如需占用安装充电桩需要由小区全体业主或业主大会委托的业主委员会或其他可以代表全体业主利益的单位及组织同意方可安装。现物业公司已向国家电网提出申请安装公共充电桩，方便小区居民使用。”

找辙

移动充电车便宜又方便

同样是老小区，无法安装私人充电桩，有的小区正在寻找替代方案。

下午3点，记者在海淀街道小南庄社区看到，一位工作人员推着一台白色的小车，来到一辆新能源车旁边，将小车上自带的充电枪往新能源车上一插，点击扫码充电，小车就开始充电工作了。

这台白色“充电宝”，是北京首钢城运公司设计的智能移动充电车，之前在商场停车场、大型活动的临时停车场等场景就使用过，但投放到社区场景还是第一次。首钢城运技术研发部负责人常一龙介绍，为了适应社区相对复杂的环境和路况，这台车在引入社区之前还做过一次改造升级，增加了转向的灵活度。

小南庄社区书记柳春英介绍，社区的居民院大多建于二十世纪八九十年代，用电靠的都是建楼时搭的临电，电容量很有限。社区里的新能源车主曾反映过想加装充电桩，但经过测算，仅能满足很少一部分车主的需求，充电缺口依然很大。考虑到现在社区里的新能源车越来越多，车主的充电问题会越来越难，社区通过海淀区“大家商量着办、围着基层转”工作机制把问题反映给了街道，最终由海淀区城管委和街道共同对接了北京首钢城运公司，在今年10月中旬引入了四台移动充电车。

“这个车真的帮大忙了！”居民何先生对社区里的这个新设备可谓是赞不绝口。作为新能源车主，何先生在小区里就没有自己的充电桩。平时想充电，只能去找外边的公共充电桩。充电的过程大约要一小时，其间何先生什么也干不了，只能在车里干等。

而现在，何先生只需要在社区微信群里提前预约一下，把车牌号和停车位的号报过去就行了。之后，有专人会根据当前排队情况来安排时间。

低廉的价格也是何先生满意的另一个因素——在社区用移动充电车，一度电只要花1元钱，而在外边的公共充电桩，一度电可能得花1.6元、1.8元，贵的甚至要2元以上。“我一次可能得充个四五十度电，换算下来，一次就能便宜二三十元，用的次数越多便宜的就越多。”

想辙

增强管理破解占位、排队

不仅是小南庄社区，今年10月，海淀的育新花园小区也引入了移动充电服务。晚上6点，小区东门附近，四台“晨满电”移动充电车正随时待命。负责“送电”的王师傅刚刚收到了一个居民下的充电订单，他拿出遥控器，操纵着充电车向着车主定位的方向走去。

育新花园小区的道路并不宽，王师傅时不时就得靠边避让。车主停车的位置离东门不算远，但因为中途等一辆私家车停车花了不少时间，这一趟下来就走了十几分钟。

把充电车停好，拉线充上电，王师傅的手机上又收到一条新订单。这回车主停车的位置在北门附近，距离充电车所在的东门比较远，王师傅走过去又花了一刻钟的时间。刚充上就来了一个新订单。就这样，王师傅来回奔波，等第四辆车充上电，第一辆都已经充完了。

虽然小区东门外有公共充电桩，但选择在小区里使用移动充电服务的车主依然不少。仅一天，王师傅就收到了十几个订单。负责这个小区移动充电工作的暂时只有王师傅一个人，他每天处理完全部订单往往已经到了凌晨三四点。王师傅向公司反映了人手不足的问题，记者采访当天，公司已经安排了两名新人过来试岗。

除了小区充电，公共充电桩占位、排队，也是“老大难”问题。去年冬天，有很多市民反映丰台区小瓦窑充电站排长队的情况，从当时的视频看，排队等待充电的新能源车，已经挤到了充电站外的道路上。

记者近日走访小瓦窑充电站，发现在下午2点半这个充电相对高峰期，站内外秩序井井有条。“这位女士，麻烦您，车再挪一挪，您这一停，占了两个车位了。”工作人员在指挥刚刚进场的司机挪动车辆，避免多占车位、多占充电桩。

曾经，充电车辆甚至燃油车长时间占位，导致充电桩利用率低，是较普遍存在的现象。现在，小瓦窑充电站所在的停车场，将燃油车和新能源车分开。充电站的工作人员，只对新能源车放行。而且，这里24小时有人值守，对占位现象随时疏导。一共64个充电桩，利用率高，充分流转，能满足更多车辆充电。

在这里充电的，很多是新能源出租车。有出租车司机说：“我们都是下午没什么活儿的时候，过来充一会儿。这附近，这里算是最大的充电站，我感觉秩序还是很不错的。下午1点到5点是波谷期，比较便宜。”

和人对话困难 转人工服务更难

智能客服普遍“听不懂人话”

本报讯（记者 徐英波）近年来，智能客服越来越广泛地应用在电商平台、金融、物流、教育、医疗等行业。与此同时，智能客服沟通不畅、答非所问、转接人工客服难等问题，也饱受消费者诟病。为什么宣称“高科技”的智能客服，消费者实际用起来却感到“连人话都听不懂”？在企业降本增效的同时，未来智能客服该如何优化，才能让消费者有良好的体验？

李女士在一家线上旅游平台预订了去海南旅行的套餐。就在出行前几天，她发现当地即将有台风过境。因为担心行程会受影响，她赶紧联系平台客服询问相关情况，手机另一端是智能客服在回复。经过一番“驴唇不对马嘴”的沟通后，李女士觉得智能客服解决不了自己的问题，于是想转到人工客服。没想到，转接更是难上加难。

李女士输入“转人工”后，对方回复：“请您先输入订单编号、个人身份信息验证，再详细描述您的问题。”李女士按照要求填好信息后，对方又回复：“请先选择问题类型，以便客服更好地为您服务。”随后李女士陷入了无尽的预设问题循环……历时十多分钟，页面上终于出现了“正在转接人工客服”的提示，结果等了几分钟后，对方一句“很抱歉，当前人工客服繁忙，请您耐心等待，预计等待时间30分钟以上”。无奈之下，李女士只能继续等待，其间多次询问进度，但客服每次都回复“请耐心等待”，没有任何实质性的解决方案。最终，她错过了调整行程或协商退款的时效，有了一次很不愉快的旅行体验。

根据艾媒咨询2024年发布的《中国智能客服市场发展状况与消费行为调查数据》显示，无法解决个性化问题、回答生硬机械、不能准确理解提问，是智能客服最让人难以接受的三大缺点；还有30.98%的用户反映当前智能客服无法顾及老年人、残障人士等群体。

据第一新声研究院发布的《2024年中国智能客服市场研究报告》显示，经过近几年的迅速发展，2023年中国智能客服整体市场规模为39.4亿，预计到2027年将达到90.7亿，2022年至2027年复合增长率将达到22.6%。智能客服的大面积应用是无法改变的趋势。

“使用智能客服可以为企业降低人力成本，降本增效。”北京果然智汇科技有限公司CEO郑俊成表示，“以电商平台为例，商家每天要面对大量重复性、流程化的问题，这里有个‘二八定律’——即大概有80%的用户，咨询的问题集中在20%的问题上。一名人工客服每天回复同一问题可能会达到几十遍甚至上百遍，相当枯燥。最顶尖的金牌客服，一天最多也只能接待200多位客户。而使用智能客服，可以对这些问题快速高效地响应，如果客服系统的‘并发’能力强，就可以同时回复多位顾客，一天的回复量也没有上限，还能7×24小时在线，这些都是人工客服做不到的。”郑俊成说。

“在智能客服系统建立初期，需要向模型‘投喂’包含用户问题和对应解答的‘语料库’，让智能客服不断‘学习’不同场景下用户的提问偏好，从而形成‘知识库’。在具体使用过程中，用户提出问题后，智能客服在后台的‘知识库’里马上调取相应的答案，缩短问题与解答之间的路径，这就大大提高了客服回复的效率。”中国传媒大学信息与通信工程学院人工智能系副主任苗方解释道。

智能客服虽然具有人工客服无法比拟的优势，但从消费者目前实际的使用体验来看，智能客服却显得并没有那么智能。苗方解释道，这种现象一方面是因为目前大模型技术还不完全成熟，具有不稳定性等固有的缺陷，有些系统也在不断优化迭代；另一方面，智能客服本身是没有思考能力的，投喂给它的“语料库”的全面性、准确性和专业性，也难以得到保证。

苗方介绍说，从纯技术手段来说，可以继续引入先进的辅助技术，例如“智能体”技术，让智能客服能够“像人一样思考”。“目前智能客服的这种对话大模型，是一种‘你问我答’的被动状态。而引入类似‘智能体’技术，则可以为其增加外部的知识库，让大模型在回答问题时，可以检索外部知识，实现信息或知识的全面串联。”

互联网产业时评人张书乐则表示，技术的使用不能失去人文关怀。企业使用智能客服，虽然能降本增效，但这不能成为企业回避售后问题的借口，也不能牺牲消费者的消费体验。“人工客服也有着智能客服不可替代的作用，尤其是对老年人、残疾人等特殊群体来说，人工客服显然更加便捷。未来，企业在使用客服系统时，应该合理分配智能客服和人工客服的占比，‘一键转人工服务’等选项也必不可少，让客服系统能真正成为为消费者服务而不是添堵的工具。”张书乐说。