

城管、商务委回应“夜市”防疫难题

共依法查处无序设摊案件 8301 起 取缔 2.1 万余处

□见习记者 张叶荷

目前，上海正在举办“五五购物节”，对于美食节、夜市等人群集聚的地方，如何加强疫情防控，是一个重点问题。昨日，市商务委副主任诸旂在疫情防控新闻发布会上回应称，下一步，市商务委将指导督促夜市等活动主办方重点强化测温管理、人员限流、通风消毒等措施，完善应急工作预案；上海市城管执法局局长徐志虎在 2020 上海民生访谈节目中表示，目前市民喜爱的“夜间经济”场地都已明确要求实现“五定”即定人、定时、定点、定品种、定标准，实现指定区域、指定人员从事指定的经营活动。

坚持入场测温、上岗检查和场所消毒

诸旂表示，在疫情防控期间，市民消费习惯也发生了转变，相比室内封闭式空间，更愿意参与户外活动。为了让市民安心消费，安义夜巷、BFC 外滩枫径等夜市制定了应急预案、配置了红外线测温、客流监测等设备，活动期间坚持入场测温、上岗检查和场所消毒，并根据客流监测情况及时采取“限流”措施。各属地政府加强了对夜市主办方在落实各项疫情防控措施方面的检查、督促和指导。市场监管部门也根据各种类型夜市业态特点，采取驻场保障、错时监管等方式加强监管，守牢食品安全底线。

下一步，市商务委将指导督促夜市等活动主办方严格落实《夜市等人员密集夜间经济场所疫情防控工作指引》，重点强化测温管理、人员限流、通风消毒等措施，加强从业人员管理和食品安全监管，完善应急工作预案。

共依法查处无序设摊案件8301起

外摆位对提高就业、刺激消费起着积极作用，然而，“外摆位”不意味着“乱摆位”。徐志虎表示，今年，市城管局巩固提升全市 5305 条道路环境综合治理成效，对经批准设置的夜间集市和“外摆位”要求依法依规有序管理，绝对不能破坏街区环境。1-5 月，全系统共依法查处无序设摊案件 8301 起，取缔 2.1 万余处；依法查处跨门经营案件 5671 起，维护了街区干净有序。

徐志虎表示，市城管局要求经营方严格落实“五定”标准，具备工商营业许可证，特别是对餐饮商户，要求食品安全许可证，从业人员具备健康卫生证，确保食品安全。主办方为防疫也做足了准备，除了定点定时做好清洁消毒，主办方还准备了口罩供给游客使用，设置了收集口罩专用垃圾箱，工作人员会提醒市民游客佩戴口罩。为控制人流，主办方升级了人员统计系统，一旦每小时客流超过 3500 人，将采取限流措施，引导部分市民游客暂时到嘉里中心等周边点位。

此外，徐志虎介绍，目前城管执法系统已建立了全市约 24.6 万家沿街商户数据库。根据商户数据库，市城管局开展防疫措施落实情况检查、指导、教育，要求严格落实阶段防疫措施。因势因情调整，通过微信小程序将防疫措施及时告知商户，确保落实到位。

徐志虎透露，通过共享市大数据中心、各部委办局、城管执法办案、勤务、诉件等系统数据，市城管局计划在 2020 年底建成包含沿街经营单位经营信息、厨垃圾和废弃油脂产生运输处置单位等 22 个子库的城管执法监管对象数据库。

日最大检测量将增至约 9 万人份

□见习记者 张叶荷

本报讯 上海开放个人申请核酸检测以来，全市总体情况怎样？在昨天举行的疫情防控新闻发布会上，记者获悉，全市共 84 家机构具备检测能力，日最大检测量约 7 万人份，计划 6 月底前再增加 21 家，届时日最大检测总量将增加到约 9 万人份。

据介绍，市卫生健康委不断提升本市核酸检测能力，截至目前，全市共 67 家医疗机构（46 家医疗机构+21 家第三方检验机构）以及 17 家市区疾控中心，共 84 家机构具备检测能力，日最大检测量约 7 万人份，计划 6 月底前再增加 21 家，包括 18 家医疗机构和 3 家第三方检验实验室，届时日最大检测总量将增加到约 9 万人份。

市卫生健康委主任邬惊雷透露，发热门诊和发热哨点的建设是上海在疫情防控当中非常重要的工作环节。截至目前，全市已有 117 家发热门诊和 200 家发热哨点诊室，发热哨点诊室主要在社区卫生中心。市卫生健康委推动部分有条件的发热门诊安装专属 CT，截至目前，35 个发热门诊已安装专属 CT，45 个正在安装中。目前，上海已建立了社区发热哨点诊室对接区域医疗中心或指定医院的转诊机制，对于确诊（疑似）患者或需上级医院进一步诊治的患者，由各社区卫生服务中心联系 120 或专用车辆进行转运，并跟踪患者

后续诊疗情况，确保服务管理闭环运行。

截至 5 月底，全市 200 家发热门诊点诊室中，已有 148 家接诊过发热患者，共 3346 人次。其中，有明确发热原因的患者 2593 人，2326 人由哨点医生予以诊治，267 人安排至社区卫生服务中心全科或其他科室作进一步诊治；753 人有可疑症状或病史需作进一步诊断，均由 120 或专用车辆转运至上级医院发热门诊诊治。

下一步，上海将继续按照“外防输入、内防反弹”的原则，重点抓好“入城、落脚点、流动中、就业岗、学校门、监测哨”6 个关键点，落实“属地、部门、单位、个人”四方责任，严格落实各项常态化防控措施。在如何继续做好国内疫情中高风险地区来沪返沪人员健康管理方面，上海将根据“国务院客户端”APP 对全国疫情中高风险地区目录调整的情况，继续对来自或途经国内疫情中高风险地区的来沪返沪人员加强管理。

所有来自或途经国内疫情中高风险地区的来沪返沪人员，应在抵沪后的 12 小时内向所在社区居村委和单位（或所住宾馆）报告。对所有来自或途经国内疫情高风险地区、中风险地区的来沪返沪人员，一律实施 14 天集中隔离健康观察，实行 2 次新冠病毒核酸检测。对所有来自或途经国内疫情中风险地区的来沪返沪人员，一律实施 14 天严格的社区健康管理，实行 2 次新冠病毒核酸检测。

打好诚信根基 直播带货才能“大有可为”

直播带货要筑牢诚信基石才能越走越远

从本质上说，“直播经济”是一种“注意力经济”或“体验经济”的延伸。主播个人的影响力、感染力，让消费者对其推荐的产品有着更高的信任度；而即时性、互动性以及社交化的消费场景，又给消费者带来了更便捷、新鲜的购物体验，这样的特性更容易吸引用户，但也更容易藏匿问题。比如，一些主播在“选品”时，只对产品“好不好卖”进行预判，却对产品质量疏于把关，甚至为博人眼球、提升销量，夸张表达、使用“极限广告词”等引导消费者冲动消费；一些平台支付和订单跟踪系统不完善，一旦产生消费纠纷，后期

退换货就难以保障；一些商家在售卖伪劣商品后，即采取下架商品、拉黑用户等手段，导致购买者陷入维权困境……如此种种，损害的是消费者的权益，伤害的是直播经济的未来。

直播带货，借助的形式是直播，但最终交易的仍然是产品。产品质量过不过关、服务有没有保障，才是决定用户下一次会不会“买它”的关键。从这个角度来说，直播经济也是“口碑经济”“信任经济”，从业者的守法、诚信才是其发展壮大基石，如果抱着做一锤子买卖的想法，必然无法行之久远。从主播、商家筑牢诚信基石，在产品

质量、服务上严格把关，杜绝问题商品进入直播清单，到平台加强对经营者及主播的规范引导，完善消费者投诉举报渠道，再到相关部门加强对网上“带货”行为的监管，只有各方协同发力，才能让直播带货在“阳光大道”上越走越远，让消费者在安全放心的环境中提升消费体验。

诚者，百行之源也。未来，5G、虚拟现实等新技术的不断成熟和发展，将为消费市场带来更大的想象空间。但无论模式、技术如何改变，诚信作为商业的价值基石不会改变。为商业文明注入更多正能量，就能为我们的消费生活带来更多惊喜。

刷单的虚假繁荣是在开直播行业的倒车

面对这场“数据”狂欢，除了消费者，一些正规商家也深受其害。据媒体报道，有商家找人做了三场直播，成本花了 9 万元，最后却落得亏了 5 万元的结局。一些主播通过数据刷量来营造直播间的热闹氛围，抬升“坑位费”，动辄一场费用上万、上十万元的直播“说走就走”，大多数时候商家销售额还不如请主播的“坑位费”。直播的经济泡沫在一些刷单的灰产公司或个人的操纵下也愈发膨胀。

不论是商家刷单亦或是主播刷单，可以预见的是，这种直播

间的从众消费和冲动消费在经过这一波“数据”虚假繁荣之后，必然会促使消费者的购物理念回归理性正轨。峰值之后即低谷，此前受过某些商家或主播欺骗的消费者也会对此强烈不满而丧失对平台和直播形式的信任。需要明确的是，失去了真实消费者的商家与主播仅靠数据泡沫是无法存活的。直播带货仅是一种新兴的销售方式，虽然依靠网络的便捷和公众人物的影响力在短期内可以赚取一定收益，但消费者最终关注的依旧是产品本身质量。在直播行业中，优胜劣汰尤为明

显，那些“数据”造假的商家和主播必将会因其产品而被消费者慢慢淘汰。

面对刷单“灰产”，既需要靠商家和主播自觉抵制以营造良好的直播环境，也需要平台有所作为，制定更为完善的数据监管措施，尽可能阻断刷单之路。另一方面，则需要国家完善这块“中间地带”的相关法律法规，对一些“灰产”操作实行立法，依法打击直播乱象，让直播行业能够得到健康、有序、绿色的发展环境，为我国经济发展增添新的动能。综合人民网、新京报（彦路 整理）

日前，有媒体报道起底网红直播刷单，利用一个刷单软件，粉丝评论、互动、销量甚至发言的间隔时间，都可以随意设置，1288 赞+88 条真人评论+10 万播放的直播数据仅需 30 元就能完成。

作为一种新的零售模式，近年来，直播带货风头日盛。但在市场表现火爆的同时，一些问题也随之而来。从夸大其词的虚假宣传，到产品质量的货不对板，从售后服务的难以保障，到刷单、售假等各类乱象，都让消费者在购物中难以安心、放心。中消协的统计数据显示，37.3%的受访者在直播购物中遇到过消费问题，“担心商品质量没保障”和“担心售后问题”是消费者的两大主要顾虑。

别让刷单将直播带货变成数字游戏

可以预见，直播带货的泡沫已经到来，热闹的只是冰山一角。其实，网红直播带货就像一阵风，网红通过打造个人 IP，把流量转化成粉丝，再把粉丝运营成用户，以形成一个可以广泛宣传推销的直播平台，如此可实现短时间内大量销售的效果。而这阵风过去后，留下来的还是产品质量和品牌文化本身，只有让消费者得到实实在在的高质量的产品才能维持持久的生命力。像品牌方自己薅自己羊毛、各路人员一窝蜂扑进直播带货、网红变相骗取“出场费”等行为，都将会在大浪淘沙中淹没，最终剩下的只有产品本身。

面对直播带货泡沫化和刷单等乱象，一方面要充分发挥直播带货的优势，促进相关产业的革新和发展；另一方面也要通过各种手段打击直播乱象，让直播带货实现可持续发展。

在国家层面，要积极出台相关

法规条例，加强监管，规范直播带货从业人员，加大对假冒伪劣、侵犯知识产权、侵害消费者权益等违法行为的打击力度，实现多方协同共治，引导“直播经济”良性健康发展；从技术上，要积极顺应 5G 时代下新技术应用，如 AI、AR、VR 等在直播中的应用，打造虚拟现实场景，让消费者身临其境地进行购物体验；在平台层面，直播平台在做好自我监管的同时，要积极从商业模式、内容生产、主播培育和吸流能力等方面不断创新和升级，满足消费者不断变化的消费习惯；最根本的还是在产品上下功夫，无论是企业不断打磨和推出新产品，还是网红筛选质高价优、迎合大众需求的好产品，都要细细钻研，切不可本末倒置追求一时的销售。

直播带货作为新的“风口”，已成为经济转型升级的新突破。从一开始就打好根基，趋利避害，防止泡沫的滋生，走可持续发展之路，直播带货将大有可为。