

什么样的商场老人爱逛?

上海发布“银发友好商场”建设指引

什么样的商场老人爱逛?上海通过一系列实践给出了答案。近日,上海市民政局、市商务委、市老龄办联合发布《银发友好型商场建设指引(试行)》《银发特色商店建设指引(试行)》,推动城市银发消费体系建设从理念探索迈向规范引领。

“人”的服务是关键

在打造银发友好型商场过程中,硬件标准相对易实现,如配备无障碍设施、防滑地面等,上海多数商场已基本达标。真正的挑战在于软性服务提升。《指引》倡导设立“长者服务中心”,提供免费饮水、轮椅出借等服务。

不少商场已积极行动,配备心脏除颤器(AED)、提供高血压检测及轮椅租借服务,部分还配有医护人员。

休息区设置也至关重要。目前大部分商场公共座椅数量不足,《指引》倡导在卫生间、紧急出口附近设合理数量的休息区。一些商场增配座椅,考虑老人需求,成为受欢迎的休憩点。服务人员接受适老化服务培训,使用标准化用语,为老人解决“数字难题”。商场还定期收集老年顾客反馈,优化服务细节。

去掉老年标签

商场打上“银发”标签,

是否与“年轻”“潮流”无缘?市场给出了否定答案。普陀区中海环宇城率先试水“银发友好”,老年会员积分礼品不断升级,还推出电竞、玩滑梯、撸猫互动等新鲜体验。电玩城里,银发玩家活力满满,享受科技带来的乐趣。商场创新推出“KTV+下午茶”等组合套餐,提升老人消费体验,盘活场地设施,拉动商户业绩。老年群体对场景化、体验式消费接受程度高,反对过度强化“老年标签”。

打造社交氛围

《指引》鼓励商场举办老年活动,引入老字号、提供沪语服务,加强与社区融合。

“百联繁花里”融合多种业态,为退休人群设计沙龙课程,形成复合型社交场域,老人自发分享体验,实现流量反哺。中海环宇城成立“老友记俱乐部”,提供多元课程,合理安排活动时间。当商场嵌入银发友好理念与社交元素,公共属性放大,重塑城市商业空间的社会价值。

上海在“银发友好商场”建设上的探索,为老年群体创造了更舒适、便捷、有趣的消费环境,也为城市商业发展注入了新活力,开启了银发经济的新篇章。

王海燕

黄金税收新政落地 足金首饰价格上调

日签,财政部等发布黄金税收新政,2025年11月1日起实施至2027年12月31日。新政区分标准黄金投资性与非投资用途,实施差异化税收。

《关于黄金有关税收政策的公告》施行后,多个品牌足金首饰单克价格均有所上调,普遍上调60元至70元。

业内人士表示,新政使黄金首饰企业进项税额抵扣率降低,税负成本增加,企业为维持利润上调价格。新政还可能引发投资性与消费性黄金分流,降低投资者交易成本,吸引资金流向标准化投资产品,推动黄金交易规范化。

张芎逸

图片新闻



立体草莓工厂

四川省成都市温江区中农·超级植物工厂是西南地区目前最大的规模化立体栽培草莓智慧工厂,车间内设置着密密麻麻的立体栽培架,一株株草莓苗在“空中苗圃”中整齐列队结出硕果。

张浪

新华社

专家提醒:

“偏方”治感冒 未必奏效

天气渐冷,感冒高发,社交平台上各种“居家妙招”频出,如床头柜放洋葱、吃生蒜、大剂量服维C等,但大多缺乏科学依据,甚至可能适得其反。

西班牙专家瓜达卢佩·布莱对这些“妙招”进行评判:房间放洋葱无科学依据,气味还可能刺激眼鼻;吃生蒜抗菌作用微弱,且可能刺激胃部;感冒初期24小时内服锌片或糖浆,或能缩短病程,但有副作用;普通人群额外补维C无法预防感冒;紫锥花等草本偏方疗效未证实;盐水漱口、生理盐水洗鼻安全有效;热水熏蒸有烫伤风险;加湿器可保持呼吸道湿润;热汤热饮有助于补水和疏通鼻腔。

布莱提醒,自行服用这些偏方可能产生相互作用或毒性,还可能延误诊断,因感冒症状也可能是其他疾病表现。她强调,多数人感冒后通过辅助护理、补水和休息,7天至10天可康复,最有效的预防措施是勤洗手、保持通风、避免与患者密切接触。

韩超

女儿

暴雨倾盆而下,豆大的雨滴砸在车窗上,噼啪作响。养老院的路总是漫长且令人厌烦,我踩下油门,车轮碾过积水,溅起浑浊的水花,疲倦的情绪被雨水渗透着愈发沉重。

走廊里消毒水的气味浓重刺鼻,一路蔓延到尽头那扇虚掩的房门。我正要抬手推门,动作却骤然凝固在冰冷的空气里——门缝中泻出一角场景,无声地钉住了我的脚步。

父亲半躺在病床上,嶙峋的手正轻轻覆在一个陌生女子的手背上,缓慢而笨拙地摩挲着。父亲的声音嘶哑得厉害,“还是你最贴心啊……”

我推开房门,迈步入去,冷硬地笑出声来:“爸,说什么呢?”

父亲猛地一震,他慌乱地看向我,浑浊的眼珠里刹那间溢满了巨大的惊惶与失措。他嘴唇嗫嚅着,却没能发出任何声音。那女子慌忙站起身,脸微微涨红,局促地低下头。

病房的空气凝固成了冰。我沉默地放下果篮,父亲的目光始终躲闪。

第二天下午,我面无表情地再次踏入走廊。昨日那年轻护士小芬迎面快步走来,她低着头,飞快地往我手中塞进一张折叠的小纸条,随即转身匆匆离去。我展开那张字条,纸条上字迹匆忙却秀丽:“张小姐,张伯伯常常糊涂地叫我女儿,总念叨着女儿最爱吃苹果。他说,能亲手削一个苹果给她才好。”

推开那扇熟悉的门,消毒水的气味依旧浓烈而冰凉。父亲瘦弱的身影背对着我坐在窗边的椅子上,窗外灰云低垂,暮色初染。他手里正握着一只苹果,另一只枯瘦如枝条的手,笨拙而执拗地攥着一把老式小刀。刀刀在果皮上艰难地推进,每一次移动都带着颤抖的固执,鲜红的果皮断了一次又一次,狼狈地垂落在他膝头的毛巾上。

酒店线上预订乱象丛生,消费者权益谁来守护?

“9月28日订的民宿,后来行程变,提前3天想取消预订,平台和房东却一口咬定‘不可取消’。”北京的李先生满脸无奈。此后,他多次联系平台,退款申请直到入住当天仍被“驳回”,860元房费打了水漂。多名游客反映,预订酒店时遭遇诸多“糟心事”,酒店预订市场乱象丛生。

“不可取消”退改难

和李先生一样,天津王先生也陷入退改困局。他在某旅行App预订酒店,房费467元。出行前他意外受伤需卧床休息,向平台申请取消订单,客服却称要扣212元手续费,即便提交伤病证

明也无用。更让他不解的是,同行的母亲以同样理由申请取消订单却能全额退款,平台始终无法给出合理解释。

调查发现,退改难是常见情况,平台或酒店常以“不可取消”为由拒绝退款,且“不可取消”条款多藏在页面下方,不刻意点击根本看不见。

解释权都在平台

当失约方变成平台,情况又不同。天津赵女士提前十几天预订国庆期间贵州某酒店,却被酒店以“不接待”为由取消订单。平台承诺赔付重新订房差价,可她重新预订后申请赔付时,平台却

以“房间数量不一致”为由拒绝,甚至提出以优惠券形式抵扣赔偿。赵女士无奈表示:“感觉解释权都在平台,消费者维权太被动了。”

北京互联网法院曾发布一起案例,消费者杨先生预订酒店后,平台以“满房”为由提议取消订单并赔偿,杨先生同意后却发现同款房型仍可预订且价格大涨,重新订房花费2000余元,平台承诺的赔偿未兑现。法院审理认为平台需承担责任,判决其按约定赔偿。

高级会员被“杀熟”

不少平台称会员等级越高优惠力度越大,但北京秦

先生却遭遇“杀熟”。10月初,身为高级会员的他预订江苏南京某酒店,价格比中级会员、普通会员都高。他联系平台客服,对方却找各种理由推脱,不正面回应“杀熟”问题。此外,不少消费者反映,预订酒店时宣传与实际不符,如天津张女士看到90元/晚的酒店,点进去却变成208元/晚且房型变差。酒店线上预订本应简化流程、提升效率,如今却乱象不断,消耗着消费者的信任。多名消费者呼吁相关部门加强监管,让网上订房少点套路、多点安心。

韩丹东