

如果说不断改善的物质条件让越来越多的人“愿消费”，那么塑造安全放心的消费环境才能让更多人“敢消费”。加强消费领域信用体系建设，既是亿万消费者实现美好生活向往的共同期盼，也是促进高质量发展的必然要求。

# “发力信用建设 助力品质消费”

## 天眼查：完善消费信用体系是消费升级重要驱动力

□ 本报记者 卢岳

对于经营者和消费者来说，信用是沟通交流、交易买卖的“硬通货”。但在现实中，夸大宣传、假促销等失信违法行为时有发生，特别是网络购物、保健品和金融理财，成为亟待加强信用建设的重点领域，这让以天眼查等为代表的商业查询服务平台成为获取企业、品牌或个人信用信息的最重要渠道。

**商业查询平台使用成为基本习惯**

艾媒报告显示，自2014年政府数据进一步开放，工商主体信用体系逐步完善，目前中国已有超过4.79亿人使用商业查询服务，预计2022年将增至5.89亿人。分析认为，随着国家推进社会信用体系建设及数据公开，商业查询平台作为征信体系的重要组成部分，行业发展潜力得到释放。“十四五”规划鼓励各类主体创新发展，商业查询行为在助力中小企业发展和规范营商环境中起到关键作用，相对应的服务需求在同步提升。

当前，中国已经成为全球最具活力的经济市场之一。商务部研究院信用研究所发布的《中国市场主体发展活力研究报告(2011—2020)》显示，仅2020年就新增了2000多万市场主体，中小微企业新增数量尤为庞大。对于庞大企业数量背后潜藏的旺盛商业大数据，传统信息

索引和查询方式难度大、便利性差，能帮助用户快速准确获取全面商业信息的商业查询服务变得更为重要。伴随云计算与大数据技术的落地应用，移动互联网让商业查询变得人人都能用、人人都在用、人人都会用。记者看到，如今随着征信数据渗入国民生活方方面面，不管是企业间合作、采购商品服务还是工作求职，通过商业查询平台获知企业情况成为基本习惯。

**信用环境依赖商业环境透明**

“因为医美试错成本太大，所以我会用商业查询搜索下医美企业相关资质证照、成立时间、周边风险、法律风险、用户真实口碑等。”消费者陈曼告诉记者。调研显示，天眼查在医美消费避坑场景中广受消费者欢迎，2021年我国医美相关企业超过4.6万，超8成注册于5年之内，大多数医疗事故投诉案例均与消费者权益纠纷相关，而提前对企业各项情况的查询实现了有效“避雷”。

“在直播间买了不少东西，问题产品也不少。现在我会通过商业查询平台实时关注相关企业的注册时间、资本、融资、资质证书等信息，避免‘假燕窝’等事件发生，保障自己的合法权益”。消费者张特向记者分享了自己对直播带货品牌口碑、产品质量把关的小技巧。“百姓消费形态从实物消费向服务

消费转变，消费结构由基本生存型向发展享受型转变。这也就意味着，从健康养老到金融理财，从文化旅游到信息服务，信用消费在消费领域的应用场景越来越多，信用环境将直接影响消费者的满意度和消费市场的新增长点，这标志着新消费时代已经到来。”天眼查副总裁孙健在接受记者采访时表示，天眼查作为国内领先的商业查询平台，积极发挥自身数字技术优势，现已成为普通用户、企业和政府提升决策确定性、避险提效的首选平台。

**助力创建安全放心的消费环境**

对消费者而言，新消费带来的最直观感受是服务体验和商品品质的提升。但同时，新消费时代的商业营销也在真正意义上做到了无孔不入，以天眼查为代表的商业查询平台就显得尤为难得。

谈及信用建设，天眼查副总裁孙健给出了一个公式：“信息传递 × 信用传递 = 价值传递”。在他看来，信息传递只是与信用传递叠加才能真正实现价值传递。“互联网技术的发展为市场供需双方提供了便捷丰富的信息传递手段，但选择对象和传播方式的极大丰富又放大了供需双方之间信用缺失的风险。天眼查努力降低交易双方信用传递上的不对称，从而最终实现商品和服务价值和使用价值的有效交换。在这一过程中，不

仅能帮助消费者厘清真实的企业、产品情况，还能协助消费者排除营销干扰，获取客观中立的商家信息。”

作为国内领先的商业查询平台，天眼查如何确保提供的信息可用于数据存证、溯源追踪、合规监管、隐私保护等方面发挥作用？记者了解到，这背后离不开数据的采集、结构化和可信传输，天眼查基于独创共识机制的区块链技术，提供高效的企业公开数据可信解决方案——天眼链；在采集公开数据后，记录数据时间戳，存储在天眼链中，保证数据真实不可篡改，具备司法效力，并具备可与其他区块链实现跨链交互能力，实现让每一个人公平看清世界的愿景。

“这种正向循环，提升了普通公众的对信用价值的感知，实现了增信、用信习惯的养成，减小企业间信息不对称，从而降低商业交易成本，积极促进了社会信用体系的发展，在这一过程中，”孙健指出，大量基于天眼查商业数据的学术研究成果也不断涌现，如今天天眼查推出科研公益数据开放平台，免费向高校、科研机构开放，在各个领域不断绽放出促进社会进步的蓬勃力量。“在信用行业日新月异、数据要素流通、信用信息应用需求不断增加的当下，天眼查用大数据约束商业失信，以信用激发消费潜能，竭力创建安全放心的消费环境，营造诚实守信的消费氛围。”孙健如是说。



□ 本报记者 卢岳

商谚有云：宁可失钱，不可失信。随着新冠肺炎疫情的常态化及其对经济社会的深刻影响，我国食品行业正在经历变革，消费市场进入了一个新阶段，消费者对于产品的选择更加谨慎，也更加注重消费的安全和品质。食品企业的立足之本是消费者的信任，但近年来随着食品安全事件的频频曝出，“还能吃啥”成为群众的普遍困惑，食品行业遭遇空前的信任危机。宁愿受累、多花钱，也要让家人和孩子吃上更健康的食物成为越来越多消费者的普遍心态。而对于经营者和消费者来说，信用无疑成为当下沟通交流、交易买卖的“硬通货”。

**以质量安全维护“信任”成发力方向**

记者看到，无论是传统食品企业还线上食品销售平台，以产品的质量和安全维护消费者“信任”成为重点发力方向。对于“放心吃”，不少消费者提到了安心健康食品新零售平台春播。据悉，致力于为消费者带来安心健康食品的春播自2015年上线至今，始终在搭建与消费者的互信桥梁上持续发力，目前已和全球近30个国家使馆及食品行业协会建立长期信任的合作关系，并持续深耕健康食品领域，围绕行业痛点建立了严格食品安全标准，在收获消费者满意评价的同时，更带动着行业整体向善。

春播相关负责人在接受记者采访时表示，自成立起，春播就组建自有农庄团队开展无污染、无农药的有机农业生产。为保证有机蔬菜供应的数量与品质，更建立了良心守护大地生产者联盟，耗时三年沉淀出有机栽培技术管理体系、品种体系、农场工人管理体系、KPI激励措施等农庄一整套成熟的管理体系，不仅满足了消费者端以有机蔬菜为首的食材供应需求，更有效地提升了有机农业新农人的成长与收益。

**严苛标准助力食品安全“眼见为实”**

“从孩子曾经的辅食，到现在家中常用的食材，春播平台的各类认证和可追溯，让我的购买更安心。”消费者邵菲在接受记者采访时坦言，在选购过程中，每种产品都经过不同标准的认证，春播农庄、春播联盟农庄、安心直采、春播有机栽培、“杨晶种植”、“耿林种植”等源头认证，和“春播BEST”、“春播品控”严格的品质认证，让自己的食材采购明白且放心。

“为了在全球生产者、种植者和消费者之间建立一套有共识的信任标准，春播率先于行业自建拥有CMA认证的品控实验室，由15位硕士、学士组成专业质检团队，负责对所有上架商品例行每批次全检和仓库计时巡检，对每个人库批次进行农药残留、重金属残留、激素、兽药残留、防腐剂、人工色素等检测并实时出具检测报告，每年超过8万个批次。只有检测结果符合以国家有机标准为蓝本制定的「春播BEST」标准或以国家食品安全标准为蓝本制定的「春播品控」标准，才可上架销售。”春播负责人指出，每款产品的专属检测报告将食品安全的抽象概念具象化成看得见的数字，用透明信息重构消费者对于食品安全的信任。

**以溯源和用户参与性构建信任生态**

随着我国城乡居民生活改善，消费升级以有机食品为代表的高品质农产品需求快速增长。但在巨大的消费需求下，围绕有机食品认证、鉴别等却成为当下消费者的一大痛点。而相对于市场普遍存在的“不信任”，春播平台用户的粘性和持续复购率却让消费者互信的桥梁日益坚固。

记者了解到，春播平台中不少热门商品“上架即售罄”的情况十分普遍，而这背后要归功于春播农庄和品控实验室作为农产品产销管理技术和品控上的双重保障，成功在农业生产者与消费者之间建立起安全、信任、高品质的交易模式。

春播创始人兼CEO王昕女士常说：“你的每一次消费，都在为你想要的世界投上一票。”可以看到，春播的初心正是借助互联网的透明、溯源和用户参与性，与用户共同打造安心健康食品的信任消费生态。

## 春播：用透明信息重构消费者对食品安全的信任

## 微医：落地与规范让互联网医疗更值得信赖

□ 本报记者 卢岳

新冠肺炎疫情发生以来，特殊时期的医疗需求让互联网医疗成为大众的“应急选择”，很多消费者开始接触互联网医疗，采用在线咨询、医药配送等方式替代到线下医院门诊就诊，既避免了交叉感染的风险，也减轻了医院疫情防控的压力。

但业内人士在指出，疫情只是互联网医疗走向大众的“催化剂”，如何在后疫情时代持续稳固大众的互联网医疗意识，建立大众对互联网医疗的信心并形成良好的消费互信关系，仍是互联网医疗从业者及相关政策制定者最关心的议题之一。

记者注意到，随着微医等数字医疗服务平台开始在越来越多的场景中满足大众的医疗健康需求，以及近期国家卫健委《互联网诊疗监管细则(征求意见稿)》的发布，互联网医疗向着更加亲民化、规范化的方向发展，在与消费者生活日益贴近同时也更值得信赖。

**从“云端”落地 互联网医疗更可亲**

“做膀胱造瘘手术挂尿管以来，这是第一次有医生上门来为我插尿管。

我不用在去医院的路上折腾了，治疗过程也和去医院时没两样，真的由衷感谢居家医疗这项服务。”现年81岁的消费者佟德生在接受记者采访时说道。

这一幕发生在天津市滨海新区太平镇的老年公寓，医务人员从基层医院到患者住所上门服务。这是天津市基层数字健康共同体“云服务”中的居家医疗项目，今年以来，这项服务已在天津各个区逐渐落地，收获了越来越多患者的信任和赞誉。

据了解，天津市基层数字健康共同体是在天津市卫健委的指导下，由天津微医互联网医院牵头、协同全市267家基层医疗卫生机构共同组建。它通过统一的云平台让医院“联起来”，让医疗“跑起来”、让医保“动起来”，以“线上申请、线下服务”的方式上门为百姓提供家庭医生签约、健康风险评估、慢病随访、用药指导和送药到家等服务，并能提供诊疗费用的在线医保结算，打造出了群众放心、满意的基层医疗卫生服务体系。

面向佟德生老人这样的行动不便人群以及其他有居家护理需求的特殊人群，健康共同体还能提供静脉采血、导

尿管、留置或更换鼻饲管护理等58项特需上门服务。患者只需在线预约所需服务项目，云平台会自动匹配距离最近的社区医院，第一时间对患者需求以及病情进行评估，并派出相应的医护人员。

“建立信任关系并不是口头上那么简单，老百姓最关注的是互联网医疗是不是能真正解决问题。”微医相关负责人介绍，“因此互联网医疗不能只停留在‘云端’，一定要落到实处、贴近服务对象的需求，这是我们的互联网医疗服务受到老百姓信赖的根本原因。”

**规范化发展 互联网医疗更可信**

建立大众对互联网医疗的信心是个漫长的过程，而摧毁这种信任关系只需要一瞬间。因此保证医疗质量、实现规范化发展，并持续维护自身专业可信的形象和口碑，是互联网医疗从业者的首要职责。与此同时，国家层面也在不断完善互联网医疗的顶层设计，并逐步加强对互联网医疗的监管，让互联网医疗更值得信赖。日前，国家卫健委发布《互联网诊疗监管细则(征求意见稿)》，正像一剂

良药，既让互联网医疗步入规范化发展的正轨，也让互联网时代的医患信任的裂隙得以有效弥合。

《监管细则》中提出了大量关于提升服务质量的规范性要求，如“医师接诊前需进行实名认证，确保由本人接诊”“禁止统方、补方等问题的发生”等。整体而言，《监管细则》传递出了一个明确的监管信号，就是要让互联网诊疗与实体机构提供的诊疗服务“同质”，让互联网诊疗“提供严肃医疗服务”。

“必须专业可信赖，这是互联网医疗的发展信条。”微医相关负责人介绍，“以确保医疗质量和患者安全为核心，《监管细则》对一些平台的不规范行为进行了纠偏，让负责任的合规平台更值得大众信赖，这对于互联网医疗行业的发展意义重大。”

记者了解到，此前，互联网医疗的出现打破了时间和空间的界限，改善了医疗资源稀缺及其分布失衡等问题，缓解了“就医难、看病贵”的现象。而如今，在政策的指引下，互联网医疗行业步入高质量发展新阶段，这将进一步为互联网医疗消费互信奠定坚实的基础。



□ 本报记者 卢岳

叫出租车，是常见的消费场景。在传统扬招模式下，乘客在线下扬招到一辆出租车，上车前无法通过顶灯获知司机的服务水平，上车后也看不到基于该司机的任何服务评价。而此时，若能有一套服务信用体系，让乘客能快速方便获知或查看到司机的服务水平和个人信息及车辆信息，便能对搭乘是否靠谱做出基本判断；一眼看到司机的真实服务评价，便能够直观了解到该司机的服务

风貌。与此同时，司机为了获得更多顾客的认可与选择，也将不断提升其服务水平。

在嘀嗒出行看来，对出租车行业进行扬招数字化，是信用建设的基石。在全方位数字化基础上，乘客和出租车司机的天然隔膜才能被打破，行业才能真正实现长效服务机制，最终搭建起司乘间透明、公正、有保障的信用桥梁。

**让乘客和司机打破天然隔膜**

对于传统出租车行业而言，建立信任

## 嘀嗒出行：以长效评价机制助力司乘共建“信用体系”

的首要问题在于信息的不透明，而更深层的原因，则是整个行业缺乏数字化。记者了解到，嘀嗒出行在2019年，便开始推动出租车“三化”工程，即网约车、数字智能化、线上线下一体化，助力出租车数字化转型升级，并率先搭建起了行业的“智慧码”。“所有扬招用户在上车后，通过手机扫描车内的智慧码，便可将原来的线下订单数字化，并获得一系列数字化体验。”近日，嘀嗒出行相关负责人告诉记者，目前嘀嗒出行在三化领域的这两项发明创新，已于近日获得了国家专利。

一位嘀嗒用户在采访中表示，“通过智慧码可以查看到司机的档案，包括他的身份信息、车辆资质信息等等。疫情期间的实名防疫登记服务和本地的健康码服务互联，让自己乘车安心了不少”。

据数据显示，在嘀嗒出行三化示范城市西安，2020年累计实名登记已达1.02亿人次。记者了解到，通过嘀嗒出行智慧码的一系列数字化功能创新，让司乘双方实现更多搭乘体验中的互信。比如打破以往出租车司机手动输入

车费，实现与计价器实时数据打通，并支持多种在线支付模式；对于乘客担心的“绕路”问题，智慧码可一键同步目的地并自行选择行驶路线，行驶轨迹在司乘两端同步显示。此外，嘀嗒开发的行驶路线偏移预警功能在路线偏移后会做提醒，“失物招领”功能也进一步让信任“延续”。

**评价体系让服务水平提升“正向循环”**

“若要司乘双方建立更深的、持续的互信，离不开出租车行业的整体服务，而服务机制的缺失也是传统巡游出租车行业的短板。”嘀嗒出行相关负责人表示，扬招数字化入手可以帮助行业搭建起一套服务评价体系推动司机实现服务水平提升“正向循环”。通过嘀嗒乘客上车扫描智慧码获取和进行司机实时服务评价，建立了以用户点评的方式来评价出租车司机服务优劣的机制。

据嘀嗒出行三化两周年成绩单显示，运营两年，西安智慧码累计使用量从5000余万次增至1.87亿次以上，增长超200%。

而累计服务评价总数则从2400万条增至6800万条以上。有了评价数据，出租车公司就能够对司机进行精细化管理，服务较差的司机可通过培训、考试等机制针对性地提升服务水平，星级司机平台会通过线上派单抢单机制进行倾斜，鼓励更多司机自发提升服务水平。

嘀嗒出行出租车三化负责人表示，“从数据收集、分析司机画像、奖惩确定、司机教育和触达等方面，目前西安已经跑通了整个服务流程机制，这对于其他城市的出租车行业借助数字化手段来提升行业服务水平，具备积极示范意义。”为了进一步让服务可视化，产品负责人表示，未来还会基于出租车司机收到的服务评价，探索将司机服务星级与顶灯连通的方式，让所有线下场景的用户都可以直观看到出租车司机的服务优劣。通过打造优胜劣汰的长效机制搭建起可推动出租车行业良性发展的综合信用体系。

**从“扬招”体验破局**

数据显示，作为城市交通不可或缺

的一环，巡游出租车生命力旺盛。目前出租车有150万辆合法的运力，每天有将近5500万的订单，而扬招订单依然占据90%以上。在嘀嗒出行创始人、CEO宋中杰看来，巡游扬招方式有机会实现比网约车更好的用户体验和更高的效率，而未来打车也一定是扬招网约车并融合的方式。

自2019年嘀嗒出行开始对出租车行业原有模式进行赋能，对巡游出租车行业整个服务链条进行彻底改造和数字化，通过科技赋能、业务模式创新等对管理能力、司机运营效率等方面进行综合提升。“截至目前，城市出租车智慧运营模式已经拓展到了全国14座城市。而提升扬招场景体验，也成为了帮助出租车行业与用户深化互信和认可的突破口。”

“未来，我们将进一步创新产品模式和提升用户扬招体验，进一步深化行业服务链条数字化升级，让市民在综合打车体验上更舒心，让巡游出租车行业成为城市亮丽的名片。”嘀嗒出行三化负责人说道。