

对华关系 尹锡悦最有望处理好

第20届韩国总统尹锡悦就职典礼5月10日在首尔举行。应韩国政府邀请,中国国家主席习近平特别代表、国家副主席王岐山率团赴韩国参加典礼。出席典礼的还有美国副总统哈里斯的丈夫埃博霍夫、日本外务大臣林芳正等300多名外宾。

在国际格局深刻调整的大背景下,韩国的政权交接更加受到各方关注。进入“尹锡悦时代”的韩国将在东北亚扮演什么样的角色,虽然已现端倪,但仍存在着较大不确定性。自尹锡悦胜选至今,美国进一步加大了对韩国的拉拢力度,在其操控下的北约也将触角伸向朝鲜半岛,东北亚互利共赢的大环境正面临侵蚀。华盛顿想把韩国变为其“印太战略”布局中的一颗棋子,而这将成为影响韩国对华关系的最大变量。

事实上,华盛顿在将一道单选题摆

家庭藏书共享 拓宽全民阅读路径

广东佛山市图书馆“易本书”平台让家庭藏书和公共图书馆藏书一起流动起来,实现了全社会家庭藏书的共享与流通,大大丰富了社会图书资源供给。通过创新服务模式,提高公共图书馆服务及资源的覆盖面,市民在共建共享中收获更多幸福感、获得感。

家庭藏书的种类丰富,包罗万象。家庭藏书共享可以丰富人们的阅读选择,拓宽人们的阅读视野,也能激发人们读书的活力。通常而言,家庭藏书被读过之后,就会被闲置起来,被束之高阁,其价值多被限定于家庭范围内。把家庭藏书共享出去,则能让更多的人阅读家庭藏书,让更多的人受益,家庭藏书也就实现了价值的最大化。同时,人们借阅他人的家庭藏书,更容易产生珍惜和重视的心理,而这种心理有助于借阅人提升阅读的效率和质量。比之买书,借阅他人藏书还能减轻人们阅读的经济负担,让阅读变得更加轻松。

家庭藏书共享的价值不仅限于阅读,还有社交溢出效应。实际上,参与共享的家庭藏书也是一种媒介,经由这一文明媒介,越来越多的人会相互认识、增进交流、了解,建立友谊,会得到温暖和快乐。

家庭藏书共享是一座宝贵的“阅读富矿”,可以有效提升全社会的图书资源流通运营效率,促进家庭阅读与全民阅读。(据《劳动午报》)

警惕“躺赚神器”背后的“忽悠”套路

“只需一部手机,30分钟内赚不到200元你退款,宝妈、学生党、未成年人、待业者可用,纯干货,无套路”“不用任何资金,没有任何门槛,只要你购买了这份赚钱秘籍,仅需一部手机,就可以轻松实现‘睡后收入’”……当下,在一些电商平台和网站广告链接中,出现了不少“躺赚神器”的宣传。

简单来看,所谓的“躺赚神器”,其实就是各种类型的“接单”App,用户下载后可以通过领取App上的任务,比如商品砍价、下载其他App帮助任务发布者领取新人福利、小程序注册使用等获得佣金赚钱。也就是“玩手机就能轻松赚钱”,据悉“躺赚神器”标价大都在1元左右。

事实上,借助媒体记者体验就能发现,其背后的套路及隐私安全隐患不容小觑。比如,这些App在正规的手机应用商城都搜索不到,且下载后要想注册使用、领取新人奖励,往往还要求用户必须提供手机号、联系人,甚至身份证照片等隐私信息。而这些任务往往很难完成,想拿到钱更是难上加难。

上述可见,“躺赚神器”不足为信,更值得警惕的是背后套路。其实,从其本质上来讲,也正如专家表示,“躺赚神器”以赚钱为噱头,吸引用户实名注册并接单,为其他App创造流量,实际上就是利用用户的赚钱心理,牺牲用户的时间、个人信息隐私的方式为自身攫取远高于用户佣金的利润。对于用户来讲,应该增强防范意识,谨防被套路。

“躺赚神器”的背后也暴露出监管方面存在的短板。此类App正是实际运行过程中由于缺少监管,加上电商平台自身未设置合理必要的审查机制,从而给其提供了胡作非为的便利,致使用户的合法权益受到侵害。相关职能部门当加强互联网应用尤其是各类App的监管,更需要公安部门、市场监管部门以及网信部门等应加强合作,让违规App无生存空间。

对于个人来讲,应该清醒认识到,“躺赚神器”背后的法律及隐私安全问题万不可小觑,更何况,要让“躺赚神器”App顺利提现,获益金额与耗费的大量时间、精力相比,也是得不偿失,对此更不应贸然尝试。

(据东方网)

挂失声明

银川益人二手车贸易有限公司,特申请挂失公章、财务章,特此声明!

在韩国新政府面前,无论拉拢还是施压,目的都是要让韩国加入“遏华阵营”,让韩中关系成为韩美关系的“附属品”,而这必然会损害韩国的切身利益,破坏韩国的经济发展势头。韩国往届政府对此多有清醒认知,因此一直避免“选边站队”,努力进行着复杂而微妙的平衡。

如今,来自美国方面的压力明显增大,日本又表现出甘做北约“带路党”的积极性,这使得韩国的战略空间被大大压缩。但只要韩国继续坚持独立自主路线,从本国人民的根本利益出发,就一定找到破解之道。尹锡悦不久前在接受美媒采访时称,美中紧张局势持续对韩国来说,可能是机遇也可能是风险。他表示相信有办法确保美中和平、共同繁荣和共存。如果韩国真能在这方面发挥出建设性作用,那么其国际地

多方合力推进“以旧换新”行稳致远

近年来,随着消费品的不断迭代,数码产品和家用电器的数量也不断提升。随着大家消费观念的转变,“以旧换新”成为不少市民的新选择。

“以旧换新”是好事,把好事做好并顺利长期开展下去,需要综合施策,多向发力。首先是消费者积极参与。个人应首先将手机上保存的个人信息尽可能删除后,再以旧换新,避免个人信息被不法分子获取。当然,要想消除个人信息泄露风险,需要手机生产商在技术上不断创新,通过技术升级,让消费者能够简单便捷地将旧手机信息彻底删除,无法恢复。如此,就能从

位和形象,将甩开同为东北亚国家的日本一大段距离。

不少韩国媒体在报道中方派遣王岐山参加就职典礼时都提到,这个高规格安排体现出中国对韩国的重视以及对中韩关系的期许。不同于一些国家逼人站队的霸道,中国始终坚持与各国平等交往、友好相处,对韩国的尊重和重视不会因总统换届而有所改变。中方为推动中韩关系行稳致远、向更高水平发展展示了很大的诚意。与此同时,在涉及重大利益关切的敏感问题上,中国也不会有任何改变和退让。

我们也注意到,尹锡悦团队近日公布的施政大纲,没有将“追加部署萨德”列进去。大纲将施政主题定为“再次腾飞的大韩民国、共同富裕属于国民的国家”,提出韩方有必要与中方保持和发

多方合力推进“以旧换新”行稳致远

源头上切断旧手机信息被窃取途径,让旧手机数据无法“复活”,窃取个人信息就不可能得逞,打消人们对个人信息安全的疑虑。

其次,还需要商家和生产厂家的协同并进。线上电商平台和线下商场超市都要将手机、数码产品“以旧换新”作为一项日常业务长期开展,并提供细致周到的售后服务,让消费者随时能够“以旧换新”。与此同时,生产厂家积极履行旧手机、数码产品的回收利用责任,做到应收尽收,循环再利用。当然,作为政府,要出台优惠政策,支持旧手机、数码产品生产厂家回收,大力培育

展合作关系,并将在互相尊重与合作的基础上推进对华外交工作。尽管有国际地缘政治形势变化及内外潜在政治压力的影响,但中韩建交30年所累积的经验表明,中韩关系理应是尹锡悦最有望平稳处理并留下正面政治遗产的重大事项之一。

值得一提的是,美国总统拜登即将访问韩国,有消息披露,届时拜登可能会“邀请”韩国加入美方“对华封锁阵营”。敏感的韩国舆论注意到,这是历届韩国总统上任后与美国总统会面最快的一次,而且这次是先访问韩国再去日本。对此,韩国舆论并没有“受宠若惊”,反而对华盛顿可能压韩国做出有悖于国家利益的选择怀有一定警惕。应该说,这种务实冷静的态度,是一个自尊自强的民族所必备的。

(据《环球时报》)

多方合力推进“以旧换新”行稳致远

旧手机、数码产品回收产业做大做强,进而淘汰不规范的小作坊。

多方合力推进“以旧换新”行稳致远,让旧手机、数码产品“价值变现”,并有一个安全去处。旧手机、旧冰箱、旧空调等家庭废旧物品绿色回收事关环保,废旧物品扔掉就是污染环境的垃圾,回收利用就是绿色环保的可再生资源。构建体系完善、遍布城乡的废旧物品绿色回收网络,需要政府、社会、厂商、个体等多方协同合力,各尽其责,方能把这件事情做实做好。

(据《北京青年报》)



安心采购

疫情防控期间,买菜成为很多人的“心头事”。外出采购需要注意什么?到超市、菜市场采购的人们,出发前请牢记:装备齐全,速战速决。

新华社发

水果连锁店“塌房”再敲品牌扩张警钟

据中新社报道,近日,有视频博主暗访百果园门店,发现有门店将小凤梨标签打成价格更贵的大凤梨标签、将已经发酵出酒味的蜜瓜切块处理后当作果切上架出售,还有门店把放了一个半月的啤梨正常售卖。5月7日凌晨,百果园官方微博发布致歉声明,称经查涉事门店为成都、武汉区门店,存在将水果违规分级、售卖变质果切水果等问题,涉事加盟门店已停业整顿,并责令涉事店员停职再教育。

百果园目前拥有5000余家线下门店,年营业额超百亿元,但加盟模式下也容易出现一系列问题,如门店各自为政、缺乏团队合作意识、总部难以实现统一有效管理和运营等。事实上,近年来该企业频频面临产品和服务质量方面的投诉,还曾被消费者质疑“涉嫌销售不符合国家食品安全标准的水果”,因此被告上法庭。

有奶茶店在加工果茶过程中使用腐烂水果,有咖啡店使用过期原料,更有大型超市销售过期肉品或者用其加工食品,网红餐厅使用隔

夜死蟹冒充现杀活蟹……近年来,媒体曝光的食品安全事件不少,涉及诸多品牌,这背后反映出一些餐饮连锁企业加盟模式的痛点,应该引起反思和警醒。

一般来说,餐饮连锁企业初期都会大力招徕加盟商,在资本加持下进入高速增长长期后,便可能将精力更多用在追求营销效果、缩减各类成本上,而非用在食品安全以及增加产品与服务的独特性、差异性上。表面看,企业总部都有较完善的质量内控体系,但由于人才培养跟不上,企业文化建设不足、过度追求KPI(关键业绩指标)等原因,说好的管理往往是鞭长莫及。

近年来,餐饮行业诸多侵害消费者合法权益的行为都与加盟店相关,这提示相关品牌不能一味追求扩张速度,而疏于对加盟店的管理和监督。一定程度上说,没有平衡好质量与速度、快速扩张与专业化建设、产业表面火爆与食品安全隐患之间的关系,已成为国内餐饮业的痼疾,严重阻碍着行

业的升级与创新。一些餐饮企业抓住了中国消费市场整体发展的趋势和机会,却忘记了科学管理才是企业行稳致远的秘笈。

随着消费需求日益多元,以及消费主体渐趋成熟,餐饮消费早已不再是单纯的物质消费,亦非简单的吃喝果腹。成为“餐饮+文化+个性化体验”的商家和平台,尝试跨界合作、跨界发展,或将成为趋势。加盟连锁餐饮企业,不能空有庞大的体量,还要加强品控,坚守质量标准,同时要与时俱进思路,通过不断了解市场趋势、行情,主动创新求变,进而迎来更可持续的发展。

须知,店开得再大、生意再红火,安全、健康等也依旧是餐饮行业的核心竞争力。珍惜羽毛,踏实练好内功,把对各门店的管理和监督落到实处,把好质量、口味、服务的关口,永远是餐饮企业的“本分”。在守好这个“本”的基础上去创新、去探索,才能不本末倒置,才能活下去、活得久、活得好。

(据《工人日报》)

■快评■

去高速路口“抢人”解决不了“用工荒”

近日,一则关于富士康在河南郑州各大高速路口“抢人”的新闻登上热搜,只要在取90天且满勤55天,便可奖励8000元,推荐人可领500元,简而言之,“急缺人,钱多速来”。

点评:

不管我们发展到什么程度,都不能离开实体经济,不能忽视制造业。近年来,国家日益重视职业教育,着力提升职业教育吸引力。要真正拓宽职业教育学生上升通道,关键还在于能给技能型人才提供更多收入高、前景广的就业机会。当工厂工作环境更好,工资福利更有保障,技能型人才有更宽广的上升通道,“用工荒”难题才能真正解决,工厂自然不再需要去高速路口“抢人”。

(据《工人日报》)

家庭教育宣传 事关人人

2022年5月15日国际家庭日所在周为首个全国家庭教育宣传周,全国妇联、教育部近日联合发出通知要求各地在9日至15日宣传周期间,以“送法进万家 家教伴成长”为主题,面向广大家庭广泛开展家庭教育宣传展示和主题实践活动。

点评:

“家有谱,地有志,国有史”,有家就有家教家风的存续。家教家风好,就能家道兴盛、和顺美满;家教家风差,难免子孙不贤、贻害社会。国是千万家,家是最小国。国家富强,民族复兴,人民幸福,与家庭氛围、家教风格、家风传承、家学渊源密不可分。每一个家庭的前途命运都同国家和民族的前途命运紧密相连。所以说,设立首个全国家庭教育宣传周,引导家长帮助孩子扣好人生第一粒扣子,具有非常重要的价值。

(据《广州日报》)

“劳动仲裁建议书”让企业用工更规范

“处理一场劳动争议费力又费神,仲裁院的同志专门给我们梳理出用工不规范的地方,让我们知道怎么避免纠纷。”对照着宁波余姚市劳动人事争议仲裁院给出的劳动仲裁建议书,刚刚打完仲裁官司的余姚一家装饰材料公司负责人开始对自己公司用工流程进行纠正和改进。

点评:

一些企业由于不熟悉劳动用工的法律法规或法治意识淡薄,常常存在用工不规范的现象,一旦发生劳动纠纷,不仅输掉了官司,还对企业造成了不良的影响。如何让更多的企业“健康用工”?余姚市劳动人事争议仲裁院在做好劳动仲裁的同时,向企业发出劳动仲裁建议书,就是一个好做法。首先,以案说法,让企业实实在在地感受到了依法用工的重要性,进一步提升了法治意识;其二,把劳动争议化解从“出现一个纠纷、解决一个问题”推进到“处理一个争议、规范一家企业”,解决了就事论事的弊端,让法律服务得到了延伸和发展,促进了企业的和谐稳定;第三,精准的“用工良方”,为企业提供了良好的法治宣传和法律服务,帮助企业建立了规范的用工的制度。这样的做法,值得学习和借鉴。

(据《劳动午报》)

“借给陌生人肩膀”传递城市的温暖与文明

日前杭州一名律师在乘坐地铁时,一个满身泥垢的农民工靠在他肩膀上睡着了,但他一动不动,让这位大哥安睡。这份善意流露被对面乘客记录下来并发到短视频平台上,年轻小伙因此被点赞。

点评:

广大农民工在融入城市的过程中,需要被理解、被接纳。如果一座城市的陌生人都能对农民工温柔以待,那么人文友好型城市不难建成。让每一个人都用自己的一言一行去点亮道德的火炬,汇聚成磅礴的社会暖流,进而改变人们的生活,这是人们的共同愿景。而勾勒这样的图景需要“双向奔赴”——每一个人在被周边的事物温暖的同时,要在文明的感召下,培养城市文明共同体意识,在力所能及的范围内乐善好施、助人为乐。原本我们并未期待被陌生人温柔以待、施以援手,但恰恰是这种善意与关怀,构成了人生旅途中温暖的惊喜。

(据《今晚报》)

谨防“超长预售”透支信任

中消协日前发布的一份报告指出,有些网络经营者利用不公平格式条款减免自身义务和责任、加重消费者责任。如一些网络商家对预售商品设置超长预售期,同时设置预售商品不退换、预付金不退等不公平格式条款。电商平台商品的超长预售问题,已成为一个值得关注的现象,对此需要理性客观地分析对待。

点评:

所谓预售,是指消费者在产品上市之前预先付款,预售量积累到一定程度后商家才集中发货。而一些电商平台标注类似“30天预售”“45天预售”等的商品标签,意味着这款产品的提前销售期较长,即“超长预售”。不过,“超长预售”存在将风险转移给消费者的嫌疑。比如,有些网红店商品销量的增长幅度,与“上新日”密切相关,因此这些店面在设置“超长预售”的同时,未必会在新品上架前大量备货,甚至有可能选择分批发货,用首批消费者的退货作为补单,卖给第二批消费者。按照这样的逻辑,商家可以避免库存积压,也会挽回“退货”造成的经济损失,然而却在一定程度上侵害了消费者权益,损害其对商品的期望值,影响消费体验。电商平台可出台一些“实招”“硬招”,对卖家发货时间、交易价格、运送方式等承诺进行有效监督,不遵守承诺的商家需向买家支付一定的违约金,从而提高失信成本。对于商家本身而言,需提高预测库存与市场的快速反应能力,从而有效避免“超长预售”透支消费者对品牌的热情与信赖。

(据《经济日报》)