

中国春节“开门红”给世界带来暖意

快评

招聘会开在商场 是就业市场服务新模式

日前,安徽省淮南市田家庵区吾悦广场商场内,市民在春风行动“接您回家”专场招聘会现场找工作,招聘会在人流量较大的大商场内举行,招聘会现场共有59家企业提供700多个就业岗位。

点评:

一场专门为回家过年的在外务工人员举办的现场招聘会,在当地一家人流量较大的大商场内举行,为想在家乡找工作的返乡人员提供了便利,他们可边逛商场边找工作,购置年货与找工作两不误。同时也为一些实际存在的“招工难”的企业提供了便利,他们可以更有针对性的为求职者提供相应工作岗位,体现了企业求才若渴的诚意,扩大了企业与求职者“相中”的机会,提高了“牵手”率。

招聘会开在商场,是政府有关部门服务就业市场供需双方的新模式。从一定意义上来说,体现了当地政府有关部门为进一步提高就业效率,用心用力,在精准精细服务百姓就业方面确实是下了功夫,既提高了招聘效率,又降低了招聘成本。(据《劳动午报》)

刚刚过去的这个春节假期,尽管多地气温因寒潮直线下降,但全国消费市场却一路上扬,呈现出超级火热景象。各地热门景点人潮淹没、酒店一房难求、网红餐厅等位超千桌、电影院座位爆满……中国的农历兔年,以井喷式消费迎来了“开门红”,中国经济的强大脉搏正通过无数“毛细血管”有力地传输到各个领域,展现出令世界刮目相看的韧性与内生动力。

人们乐观情绪在这个春节假期里充分释放,展现了中国人对生活的热爱与向前走的热情。这种情绪是从岁末年初各地脚干劲促发展延续而来的,自疫情防控措施优化调整以来,各地加快了抓经济的步伐,广大市场主体紧锣密鼓投入复工复产,一批又一批地方招商团“出海抢订单”,一些厂矿企业春节期间仍然在加班加点保供应。这些是兔年经济冲刺“开门红”背后的动力来源,也是社会普遍对今年抱有乐观预期的坚实支撑。

春节假期的“开门红”表明,中国社会的信心正在不断升温。而这仅仅只是一个开始。国内外多家机构纷纷预测,随着市场需求的进一步释放,中国今年第二季度的旅游市场将有望迎来全面繁荣,这也将极大促进全球旅游业的复苏进程。更重要的是,这种信心不仅来源于旅游业等市场的复苏,更来源于党中央近期释放的明确信号,以及对中国经济长远上升周期的确定。

春节假期历来是外界观察国内消费市场走向的重要窗口,今年更特殊一些。作为中国优化调整疫情防控措施后的首个春节长假,无论是国际机构、各界观察人士还是市场交易员都急于从各项数据中摸到中国经济的水温和潜能。

尤其值得一提的是,与很多发达经济体不同,中国的政策空间迄今仍然相对充裕,我们没有出现很多国家已经遭遇的严重通胀以及粮食和能源等危机,这意味着,中国经济有着强有力的主动性和确定性,而这是当下世界的稀缺品。事实上,有迹象显示,全球资金正在涌入中国市场——受中国经济增长势头的鼓舞,香港恒生指数已经连续6周上涨,本月上涨14%更是“标志着至少三十年来的最佳开局”,彭博社则预测,如果乐观情绪继续下去,沪深300指数基准在下个开盘的周一“将可能进入牛市”。

兔年的中国站在了一个相当不错的起点上,乐观和活力成为这一年的开篇关键词,我们有理由相信,这也将贯穿今年中国经济表现的主要脉络。尽管未来仍可能有外部不确定因素的影响,但这种影响注定将是次要的。这个春节的“开门红”,很大程度上昭示着中国经济新一轮的跑起来、热起来,而这也将在相当程度上融化世界经济大船所遇到的困顿和坚冰,带来更多发展的机遇。

(据《环球时报》)

写好“返乡消费”这篇大文章

据某支付平台发布的2023年春节消费观察显示,“城乡消费迁移”在春节期间效果显著,三线及以下城市消费金额同比去年春节同期涨幅近20%,超过一二线城市。春节不但是一个观察中国风土人情的窗口,也是感知中国经济脉搏的节点。全国数以亿计的人口,通过铁路、公路、水路、民航等通道向乡镇、农村奔涌,衣、食、住、行、游、购、娱,短短数天春节假期内,供销两旺、市场红火,返乡消费需求呈现井喷式增长,

由此描绘了一幅“流动的中国充满活力”的美丽画卷。不说县城,就连小乡镇,过年期间商场排队付款、农贸市场人头攒动、特色美食夜宵店天天爆满,连奶茶店都灯火通明,人声鼎沸,夜生活不逊于城市。

返乡消费是一篇大文章,意义非同一般。从小处着手,做好这篇大文章有助于满足人民群众对美好生活的需要,不断提升人民群众的生活品质;从大处着眼,它是畅通国内大循环、扩大内需的一根杠杆,蕴含着巨大

的撬动能力。小乡镇的梅园,虽地处僻壤,经过当地精心打造,成为一个远近闻名的乡村网红景点,春节前后正值花期,吸引了大量返乡人士驱车前去游玩,从而带动了门票、交通、住宿、特产、吃喝等消费。

返乡群体是根脉在农村、居住在城市,春节期间返回家乡的人群,返乡消费具有城乡间断性、集中性、“两栖性”等特点。促进返乡消费,要在供给端充分利用、体现这些特点,使供需衔接更加有效、

高效。以农产品购销为例,返乡消费群体对产品品质、食品安全等方面要求比较高,对价格反而不太敏感。因此,要鼓励农产品生产者采用标准化、绿色化方式生产品质稳定、安全可靠的优质土特产,引导支持农户做好土特产分等定级及原产地标识工作,完善假冒伪劣产品查处机制等,让返乡者买得放心、吃得开心。因地制宜、巧花心思,扩大返乡消费大有可为。(据《广州日报》)

挂名玩梗 不能玩出界

上海市场监管局执法人员近日在检查中发现某咖啡店在销售饮品时,在其使用的杯子上贴有“莲花清温咖啡”标签。虽然店主表示只是玩个梗,但执法人员正告:此举存在一定法律风险。

点评:

除了咖啡,近来类似的“莲花清瘟干红”“莲花清瘟可乐”也曾在网上引起过热议。我们可以理解部分人是想通过开玩笑的方式来放松心情、减少焦虑,但一些商家“挂羊头卖狗肉”则可能触犯法律。擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识,属于虚假宣传,是侵权行为。如果因此对消费者的身体健康造成不良影响,干扰防疫抗疫大计,商家更是难辞其咎。相关部门应以法律法规为准绳,加以规范约束。

特殊时期商家如此玩梗,与其自辩是幽默一下、减少焦虑,不如说是在消费焦虑,把无知当有趣。(据《今晚报》)

建设“一刻钟便民生活圈”是民心工程

北京商务局近日发布消息称,2023年将提速全市“一刻钟便民生活圈”建设,新增便民商业网点540个、推动无接触式智能配送站落地社区……推动首都生活服务业由“品质提升”进入“转型升级”新阶段。

点评:

“一刻钟便民生活圈”关乎老百姓生活品质,打造“一刻钟便民生活圈”,推动便利店连锁化发展,是民心工程,也有利于促进商业发展、城市繁荣,应成为城市治理的应有之义。(据《中国妇女报》)

“案例汇编”是职工维权好帮手

日前,山东省总工会利用工会12351职工热线数据对近3年来10万余条职工来电反映情况进行分析梳理,遴选出广大职工最关心、最具代表性的热点问题,编辑印发《山东省工会12351职工热线案例汇编》,帮助全省各级工会全面深入了解职工群众诉求,找准维权服务工作的着力点。

点评:

为了向职工普及法律知识、引导职工依法维权,不少单位在宣传橱窗定期更新法律常识,或者聘请法律专家开设讲座,有的单位还举行职工法律知识测试。相比之下,山东省总工会编辑印发的“职工热线案例汇编”,则更具指导性和操作性,更受职工欢迎。“职工热线案例汇编”,是职工实用的维权工具书,是职工维权的好帮手,也是职工最好的普法读本。(据《劳动午报》)

谨防“节后综合征”

随着春节假期的结束,大家纷纷返回工作岗位,重新开启紧张的“工作模式”。然而,有些人却总是患上“节后综合征”,年已过罢,但心仍旧处于“过年状态”,从而出现了工作松松垮垮,办事效率低下,开门不办事等现象。倘若将“节日病”带上班,收假不收心,不仅耽误工作,也有损党和政府的形象。

点评:

人到心不到的“节后综合征”,看似生理和心理没有调节到位,说到底还是思想和作风问题,缺乏对纪律的敬畏。因此,防治“节后综合征”,首先要开好收心会,淡化节日氛围,调整思想状态,细化工作安排,让干部职工节后到岗就有所做,用看得见的工作去倒逼干部收假收心,把心思和精力用到工作中去。其次,要强化作风建设,从思想上、精神上找找病因,克服精神懈怠、思想懒惰,把“精气神”从过节的放松状态中提振起来、凝聚起来,尽快从“假日模式”切换到“工作模式”。

俗话说,一年之计在于春。尽管鞭炮声未尽,年味尚存,但春节假期的结束,意味着新一年的开始,广大党员干部应该抓紧收心提神,从慵懒闲散的生活节奏中走出来,回归到正常轨道上,撸起袖子加油干,为新一年的工作开好局、起好步。(据《人民法院报》)

300元一张电影票? 所谓“展示价格”太离谱

近日,一名博主发文称,在大连万达国际影城遇到一位老爷爷带孙子看电影,线下现场买票,《流浪地球2》单张电影票价为300元一张。相关图片显示,除了《流浪地球2》,《满江红》在个别场次的标价也是300元。该影院一名工作人员称,300元仅仅是“展示价格”,并非实际购买价格,“线下购买是100-150元之间”。

据报道,此文发布后随即引发网友热议,觉得价格太贵。此后,该博主也提到,在微博发出后,万达影院的工作人员也与他联系,并称没有查到按照线下显示的价格购买的信息。但该博主认为,不能因为没有卖过这样的票价而忽略这个屏幕上价格的存在,既然展示就有参考意义。

近些年来,电影票价贵尤其是春节期间票价虚高,是一直被人们所诟病的问题。除此之外,一些影院还搞起了花活儿,玩起了“猫腻”,如该报道所提到的,以“展示价格”的名义在电子屏上显示更高的票价,大搞“泡沫价格”的游戏。

实事求是地说,根据市场行情,电影票到底标多少价、卖多少价,事关电影院等市场主体的经营自由,只要不违法违规,且合乎商业道德,他人不宜过多置喙。可如果非要弄个公开的影票“标价300元”进行“展示”,实际票价却不过半,很大程度上这就是对经营自由的过于泛化和自我加权。

按理说,票价定下来之后,该显示多少就是多少,实际卖多少钱就应该显示多少钱。我国价格法规定,经营者销售、收购商品和服务,应当按照政府价格主管部门的规定明码标价,注明商品的品名、产地、规格、等级、计价单位、价格或者服务的项目、收费标准等有关情况。《价格违法行为行政处罚规定》第七条则进一步明确,经营者利用虚假的或者使人误解的价格手段,诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易的,责令改正,没收违法所得,并处罚款,情节严重的,责令停业整顿,或者吊销营业执照。从此角度看,影院的这种“泡沫价格”套路,显然正是“利用虚假的或者使人误解的价格手段”,属于典型的违法行为。更为重要的是,这种“泡沫价格”套路一定程度上也会对稳定乃至降低国内电影票价产生负向引导。(据《东方网》)



增势较好

商务部电子商务负责人1月30日介绍,商务大数据对重点电商平台监测显示,2022年我国农产品网络零售增势较好,全国农产品网络零售额5313.8亿元,同比增长9.2%,增速较2021年提升6.4个百分点。

新华社发

远离“野冰场” 别让生命如履薄冰

据媒体报道,近日,吉林省通化市一名5岁男童和家人在河流上的“野冰场”玩耍时,不慎坠入冰窟窿溺亡,引起社会广泛关注。记者根据公开信息梳理发现,近一个月内,全国多地发生因滑“野冰”导致的伤亡事件。对此,消防部门提醒,禁止滑“野冰”等危险行为,市民应前往正规冰场游玩。

“野冰场”冰面光滑、易碎,冰冰寒冷,一旦不小心落入冰窟窿中,施救难度非常大,可谓是暗藏杀机。值得注意的是,尽管许多“野冰场”周边已经设有“冰面危险,请勿滑冰”等警示标语,有的还有

工作人员拿着喇叭进行巡逻劝阻,但仍有不少滑冰者在这些地方玩闹,不少租赁滑冰车和冰鞋的商贩设摊招揽生意。更令人担忧的是,一些城市郊区的“野冰场”经网络博主“种草”后,甚至变成了网红打卡地,吸引了更多游客。

冰面的承重能力,用眼睛是无法观察到的。而在流动河道上结冰的冰面,由于河水水位会随着水量的大小发生变化,冰面下会形成两三厘米的“真空”,隐藏着危险。因此游客不能只顾游玩而忽视这些安全隐患,更不能存在侥幸心理,跟风滑“野冰”,还须增强安全防范意识。

“野冰场”的管理漏洞也急需堵上。一方面,相关部门应及时发布安全风险提示,提醒群众前往正规冰场游玩,禁止滑“野冰”等危险行为;另一方面,对于公园、景区内的河道形成的“野冰场”,相关经营主体要设置警示牌、配备巡逻人员,发现滑冰者要及时制止,避免游客滑“野冰”发生事故。相关平台及博主对公众做正向的引导。在一些社交平台 and 短视频平台上,不少网络博主将这些暗藏危险的冰面用“绝美”“免费”“出片”等诱人的词汇进行包装,吸引一拨拨游客慕名前往。这样的行为虽不违法,但不能为了流量忽视

“野冰场”的安全隐患,博主、网络平台也有义务承担起对公众的安全提醒责任,平台要及时对不适宜传播的内容做删除、屏蔽处理。

个人是生命安全的第一责任人,永远不能存在侥幸心理。即便因为管理不到位导致相关事故发生,管理方需要承担相应责任,但事故主要责任仍是由行为为自己承担。想要享受冰上运动的乐趣,不妨选择去设施完备的正规滑冰场,万不可因为图省钱或者省事滑“野冰”,一旦酿下不良后果则悔之晚矣。

(据《工人日报》)