

# 平台经济促就业如何发力

平台经济凭借其就业形态创新、灵活用工机制和普惠性岗位供给能力，成为稳就业关键载体。当前，如何更好发挥平台经济在促就业上的重要作用，值得关注。

商务部数据显示，2023年以来，平台经济年均新增就业岗位占全国比重稳定在22%以上，已累计吸纳超2.3亿人就业。同时，平台经济加速推动人才结构向高端化演进。据人社部统计，截至2024年，全国人工智能工程技术人员突破120万人，近3年复合增长率达45%，其中AI训练师、区块链应用操作员等新兴职业本科及以上学历占比超60%。在灵活就业领域，平台企业通过弹性用工模式吸纳骑手、快递员、网约车司机等新就业形态从业者超3000万人。

不过，一些问题也不容忽视。例如，一些企业通过协议嵌套方式规避用工责任，将劳动者单方面界定为“个体工商户”或“合作伙伴”，导致其工伤保险、失业救济等法定权益实质性缺失。数据显示，截至2024年，全国外卖骑手、网约车司机群体中纳入城镇职工社保体系比例不足四成，养老保险断缴率超40%，相关保障缺口已成为制约平台经济持续吸纳就业的重要因素。又如，外卖平台通过算法“优化”压缩配送时效，造成骑手交通违章率较高；网约车平台利用“高峰期加价算法”转移经营风险，导致司机高峰时段收入难以覆盖车辆运营成本；直播行业阶梯式抽成机制叠加算法流量倾斜，持续挤压新人主播生存空间。为有效解决这些问题，还需多措并举。

强化新就业形态法律保障。制定相关法律法规，明确平台从业者法律身份和分类标准，禁止平台通过协议嵌套规避用工责任，将符合事实劳动关系的从业者纳入社保覆盖范围。鼓励平台企业为符合条件的从业者缴纳商业年金和专属医疗保险，探索建立跨区域、跨平台累计缴费年限的“社保积分银行”机制。建立平台用工工时刚性约束，明确每日最长工作时限、连续接单强制休息机制等，推行电子工时记录备案核查制度。

搭建算法治理与收益分配调节机制。对外卖配送、网约车调度等核心算法实施分级分类备案管理，组建由有关主管部门、行业协会和劳动者代表等共同参与的算法治理委员会。规定运输服务类平

台保底收入占比，对高峰时段溢价幅度实行上限管理。建立直播行业阶梯式收益分配机制，对从业者年度收益超过社会平均工资多倍以上部分征收行业调节基金。

提升智慧监管与协同治理能力。建立“算法监管数字中枢”，实现平台企业数据动态监测、实时抓取、智能预警、一键固证。建立跨部门数据共享、联合执法及风险会商机制，推动平台企业用工监管规则标准化、程序规范化。搭建“新就业形态波动监测平台”，将性别、年龄等因素纳入反就业歧视审查体系，对特定岗位群体实施裁员比例动态预警。建立信用约束机制，将裁员补偿标准与企业信用评级挂钩，对恶意规避经济补偿行为依法实施失信联合惩戒。（据《经济日报》）

## 冰激淋市场新意不断

进入夏季，骄阳似火，冰激淋销售迎来爆发式增长。数据显示，雪泥/棒冰销量环比增长167%，棒冰冰激淋销量环比增长127%，凸显季节性消费的热情和活力。

甜蜜的冰激淋，不仅给人们带来清凉享受，更成为观察消费活力与市场韧性的窗口。对商家而言，如何精准把握消费脉动并作出创新回应，成为关键课题。

在产品策略方面，商家需在主力品类上深耕细作。消费者对冰激淋的健康属性日益重视，开发低糖、低脂的冰激淋以及趣味和创意产品，是巩固市场基本盘的关键。

在区域策略方面，既要深耕细作成熟市场，增强品牌黏性，更要敏锐捕捉高增长地区的独特需求，开发贴合当地口味偏好的特色产品，并通过高效渠道下沉和精准营销触达新兴消费者。同时，需持续研究消费群体偏好，为不同消费群体提供个性化产品。

另外，家庭自制场景的兴起也给冰激淋市场带来了新商机。数据显示，冰激淋勺和冰激淋粉同比增长均超10倍，追求个性化乐趣的消费新风尚悄然兴起，为市场注入新活力，也呼唤更完整的产品种类——操作简便、口味丰富的原料套装，安全耐用的配套工具，以及便捷的制作指南。

市场的活力最终要落在有序与创新的良性循环上。对监管部门而言，季节性消费高峰意味着更重的责任。各地市场监管部门要就夏季冷饮、冰激淋可能存在的微生物超标、超限量使用食品添加剂、标签标识不规范等问题做好检查监督，确保从生产线到消费者手中的每一环节安全无虞。尤其对于销量爆发式增长的区域，监管部门需前置布局，防止市场快速扩张伴随的假冒伪劣等问题滋生，让消费者在享受清凉甜蜜时无后顾之忧。（据《经济日报》）

## 减少“只为颜值”的过度创新

当前汽车市场竞争愈演愈烈，车企为在风阻、续航、空间等指标上抢占优势，不断追求设计“创新”。但部分看似炫酷的设计暗藏安全隐患，需引起高度重视。

以隐藏式门把手为例，其设计初衷是提升车身线条流畅度、降低风阻，进而增加续航。然而，在某些严重碰撞事故中，很难避免出现导致车门变形、车身断电或系统瘫痪的破坏性故障，致使门把手无法正常弹出或识别。在此类场景中，乘坐人员和救援人员“打不开门”，原本畅通的生命通道或许就成了救援的阻碍。还有实验数据显示，这种设计对降低风阻的贡献似乎也微乎其微。

类似现象还有不少，在现实生活的应用场景中，很多消费者也早有吐槽。半幅、椭圆或异形方向盘更具科技感，有的还能拓宽仪表盘视野，可一旦出现某些紧急情况，在车辆失控或需要紧急避让时，驾驶员在操作过程中极易出现“脱手”或是“握空”，增加出现事故的风险。而将换挡功能整合于中控大屏，看上去简洁大方，也给其他设计“卖点”腾出了空间，可一旦系统崩溃、响应迟滞甚至大屏死机，驾驶员就可能无法顺利完成换挡操作。全景玻璃天幕很通透，坐在车里就能“仰望星空”，确实让乘坐成为一种新的体验和乐趣。但有的玻璃天幕物理隔热性能不足，可能直接把车厢变成了“蒸笼”，更无法保证烈日炎炎之下乘用的舒适性；有的玻璃天幕抗压强度低于传统车顶，事故发生时，反而无法发挥安全保护功能，尤为危险。

一些忽视安全的设计，失去了创新赖以生存的土壤。有些甚至走入“为噱头而创新”的误区。而随着《汽车车门把手安全技术要求》公开征求意见，部分个性化设计需要更多考虑安全要求。

“过度设计”反映出车企在激烈“内卷”中寻求突围的迫切心情。但汽车行业要行稳致远，必须将设计的初心回归到安全性、实用性、舒适性上来。只有将创新建立在安全之上，汽车业才有可持续发展的坚实基础。（据新华网）

## “弹幕”互动须文明

时下，网络已深度融入人们生活的方方面面，逐渐成为信息传播的主渠道，文化繁荣的新空间、经济发展的新引擎。在此过程中，网络文明的重要性越发凸显，不仅关乎个人素养与价值观念塑造，更影响着整个社会的文明程度与和谐发展。弹幕互动作为青年网络表达的一种渠道，同样需要坚守文明底线。

弹幕是一种以悬浮形式在视频画面上实时滚动的评论文字或符号，因其即时性和趣味性成为网络互动的独特形态。在青年群体中，弹幕互动具有广泛的使用场景，追剧时的情感共鸣、综艺里的幽默互动、学习视频中的知识交流，青年以专业见解、个性表达与新潮符号传递多元情感态度。这种形式不仅为青年提供了话语表达的有效渠道，让个体观点能快速融入群体讨论，还能在思想碰撞中催生新的文化符号，成为青年群体社交互动与价值塑造的重要载体。

值得注意的是，弹幕中也充斥着不少虚假、空洞，甚至过激或不当的言论内容。从断章取义的谣言碎片、无实质意义的空洞灌水，到宣泄情绪的过激言论、突破底线的低俗玩梗，类似不良表述时有出现。这些内容不仅干扰正常的信息传播秩序，更会对判断力尚在发展期的青年群体产生价值误导，使其在不知不觉中模糊表达边界。尤其当低俗言论与极端观点借由弹幕高频传播时，不仅破坏网络空间的文明底色，更可能触及法律与道德的双重红线，对青年群体产生不良影响。

弹幕虽短，但也是网络公共空间的一部分。国家网信办发布的新修订的《互联网跟帖评论服务管理规定》明确指出，弹幕是跟帖评论的一部分，并将其纳入规范管理的范围之中。青年人在弹幕互动时，应自觉遵守弹幕礼仪，文明发言、理性表达。

发送弹幕应当将“真实”作为基本准则，不以肯定语气发送未经核实的信息及不确定的答案。对发现的错误知识，及时指出，并标注正确答案或链接，让每帧画面都成为可交互的知识节点，使弹幕地由碎片化评论区升维为可验证、可信赖的流动知识库，让真实信息在交互中持续增值，为数字空间注入严谨的知识传播基因。

青年可以将弹幕作为媒介，让正向价值成为网络交流的精神底色。以理性思辨廓清认知迷雾，用文明表达校准话语边界，使每条弹幕都成为时代精神的青年化表达。在信息交互中，以社会主义核心价值观为坐标锚点，将碎片化的弹幕文本凝聚成价值共识的纽带，在集体刷屏中构建青年精神图谱，让时代精神触达青年日常，汇聚成网络空间向上向善的价值洪流，使青春表达与时代精神同频共振。（据《光明日报》）



助力企业

食品抽检作为食品安全监管的关键抓手，在守护公众饮食安全方面发挥着不可替代的作用。记者日前从市场监管总局了解到，针对食品抽检中检出不合格和问题食品的食品生产企业，市场监管部门在排查整改落实到位的前提下，对企业开展技术帮扶，有效破解中小食品生产企业食品安全防控能力难题。新华社发

## “防近视”不能只是营销噱头

“我的厂按我的标准就够了”“可能没有达标，但我可以把国标打上去”“什么质量都能做”……

近日，有媒体对中小学生学习常用的作业本开展调查，通过暗访多家作业本生产厂家发现，“防近视”成了噱头，原本的护眼作业本却成了“伤眼”本。目前，湖南邵东、山东平原两地市监部门已跟进调查。

文具的安全性是个老话题。从使用劣质香精的橡皮，到引发过敏的荧光笔，再到不合格的书皮，类似新闻一桩接着一桩，让人触目惊心。如今爆出的问题作业本也并非孤例，这些年不乏报道提醒，作业本纸张越白越要小心，可能含有可迁移性荧光增白剂，长期使用会损害视力和皮肤。

相关人等的直言不讳更令人震惊。从暗访视频可见，对于国家标准，他们比谁都清楚，可并不妨碍他们明知故犯，直

接将其当成了摆设。某纸品公司的销售人员就表示，防近视只是噱头，实际生产时不作区分。即使不达标，也可以打上“防近视”和“新国标”字样，还能提供不同规格产品的第三方质检报告。一句话，甭管质量如何，直接照印就是了。

是谁给了他们这样的勇气？说白了就是利益。许多厂商都提到了一点，达标产品的成本要高出很多，两相比较，利润自然就没那么可观了。“这种东西，100个(买家)估计就只有一个人会去找(问题)。”他们之所以卖得安心理得，大概是基于这样的“自信”，认为近视怎么也怪不到一个作业本头上。如此“事不关己”，简直是拿孩子的健康当儿戏。

好在这回他们碰上了较真的媒体。在调查过程中，记者还发现，用低克重、高松厚度的纸张冒充高克重纸张，主打一个“性价比”，成了行业内的“潜规则”。然而，是骡子是马，一旦碰

到懂行的，便会立马现形——调查队将暗访期间获取的课业簿册、纸品送检，同样发现多款产品D65亮度、D65荧光亮度不达标，部分产品D65荧光亮度超标严重。

儿童和学生用品安全是全社会的“心头事”，需要曝光更需行动落实。近年来，从加大抽查检查力度，到开展专项整治，再到召回问题产品，各地严守文具质量关的努力有目共睹。这次调查涉及多家厂家，且分布在不同地域，说明暴露出的乱象有一定的普遍性，监管仍然存在漏洞。从行业现状来看，国内文具生产门槛较低，行业集中度不高，容易形成以牺牲品质为代价的低价竞争，产品流向学校周边的“下沉”市场。扎实监管的篱笆，既要从源头上净化，也要在标准上细化、在监督上深化，严格把控从生产到销售的每一个环节，实行全链条治理、全方位共治。（据《南方日报》）

## 快评 导盲犬不能进博物馆 盲人权益何以保障

近日，温州盲人小伙在自己的社交账号上发视频称，他想带导盲犬参观陕西历史博物馆，却被博物馆工作人员告知“宠物带不进去”。小伙解释，导盲犬是工作犬不是宠物，工作人员的回复是“动物带不进去”。

点评：

在处理导盲犬进入博物馆的问题上，博物馆不妨把握两个原则：首先是弱者优先原则。博物馆应在综合考虑文物保护、客流密度及管理能力的条件下，制订详细可操作的方案，尽可能为导盲犬进入博物馆创造条件；如果不能，也要安排好志愿服务，陪同残疾人参观，并管理好导盲犬。

其次是最大公约数原则。在人流极端密集或脆弱文物区，应该切实考虑现实因素，充分评估是否应该让导盲犬进入，以及进入之后的后果。换言之，哪怕允许导盲犬进入博物馆，也不宜一概而论，最好分时段、分区域，灵活动态调整，做好管理服务。打造残疾人友好型社会，是一个长期议题，需要逐步实现，谨防流于情绪化与道德化。（据《新京报》）

## “麦田课堂”探索劳动教育新模式

河南开封一高校近日将课堂搬进麦田，70余名学生挥镰镰刀收割麦子。有学生称虽然在烈日下劳作很辛苦，但收获很多。还有学生称深刻体会到“谁知盘中餐，粒粒皆辛苦”。

点评：

劳动是成长的必修课，把劳动教育纳入人才培养全过程，是教育部门的本职工作，是办好人民满意教育的题中应有之义。一些学校劳动教育在思想观念、实施路径、师资保障等方面依然存在短板，应拿出更有针对性的举措，让劳动课堂形式更丰富、内容更吸引人，推动劳动教育高质量发展。学校要遵循教育规律和学生身心成长规律，健全“课内+课外、理论+实践、校内+校外”育人体系，多推出“麦田课堂”这样的劳动实践，鼓励学生下农田、进车间，让他们爱上劳动、享受劳动，掌握劳动技能、养成劳动习惯，进而实现全面发展、健康成长。要建立科学合理的评价体系，真正发挥劳动教育的育人功能，为培养更多适应社会发展需要的高素质人才奠定坚实基础。（据《河北日报》）

## 守好文化普惠初心

暑假临近，学生游客大幅增加，不少热门博物馆却陷入“一票难求”的怪圈，从国家级场馆到地方重点文博机构，“官方渠道秒空、第三方平台高价频现”的乱象已成顽疾。

点评：

技术异化无疑是这场乱象的核心推手。“黄牛”依托代码文件、虚拟IP集群和毫秒级响应程序，形成由外挂开发者、数据黑产从业者、代拍团队构成的完整产业链。制度层面的滞后问题同样突出。尽管反不正当竞争法等对刷票行为有明确规定，但实践中仍然存在法规更新速度跟不上技术变异、执法资源难以覆盖全链条、既有的处罚标准缺乏足够威慑等问题。

博物馆门票乱象绝非简单的票务管理问题，而是检验社会治理现代化水平的试金石。当技术应用已经带来问题，制度设计必须保持动态进化能力——既要善用AI、大数据构建防护网，也需通过立法提高违法成本、厘清平台责任。文博机构也应在扩大夜间开放、弹性预约等供给侧结构性改革中，让技术进步真正服务于文化普惠的初心。（据《云南日报》）

## “大胃王挑战”式引流不可取

近日，“吃完55个包子免单还奖励6666元”“1分钟吃完10串羊肉筋奖励666元”等“大胃王挑战”，成为不少餐饮店的引流噱头。此类营销看似能快速抓取流量，实则是以浪费粮食、损害健康为代价的畸形狂欢。

点评：

遏制“大胃王挑战”乱象，需要多方协同发力。商家应遵守法律法规，合理设计挑战规则，杜绝食品浪费。相关部门也应加强对餐饮行业此类活动的监管，对违规商家进行严肃处理。消费者也要树立正确的消费观念和饮食观念，理性看待此类挑战活动。

唯有全社会共同行动，才能将“厉行节约、反对浪费”落到实处，助力国家粮食安全保障。（据《湖南日报》）

## 微短剧不能靠“离谱”吸睛

霸道总裁挥金如土，一出手就是几十亿元；保安、外卖员、保洁员竟是隐瞞身份的“传奇大佬”……一些超乎常理、违背法理的剧情，成为时下一些微短剧的吸睛利器。和卖点。

点评：

微短剧创作可以脑洞大开，但不能过分夸张、离奇，更不能违背公序良俗、偏离基本常识。治理微短剧乱象，需构建多方协同的长效机制。平台要切实履行主体责任，完善内容审核机制，不能只看重流量数据，而要守住价值底线。监管部门则需进一步健全各项制度、加大执法力度，对触碰法律法规红线和公序良俗底线的行为露头就打，为行业健康发展营造良好环境。

创作者应摒弃急功近利心态，牢记社会责任、回归创作初心，在尊重艺术规律基础上深入生活、扎根人民，打造有筋骨、有温度的作品，传递积极向上的理念和价值，让微短剧真正成为大众娱乐的轻骑兵、文化传承的生力军。（据《河北日报》）