

畅通人岗匹配“高速路”

稳就业是当前经济工作的重点。近期，人力资源和社会保障部等5部门联合发布《关于进一步健全就业公共服务体系的意见》，提出20条服务举措，着力健全均等普惠、功能完备、帮扶精准、基础巩固、数字赋能的就业公共服务体系。

福建省公布的一季度职业供求状况显示，快递员、营销员等岗位需求缺口较大，而会计专业人员等工种的登记失业率为负数。一正一负的反差，是当前就业市场结构性矛盾的一个缩影。该如何实现人岗精准匹配？信息畅通是关键。

求职者打开手机程序，轻触屏幕，岗位信息一目了然；企业依托“AI面试官”，

可同时开展跨地域、大批量的线上面试；劳动者接受“订单式”技术培训，结业后可直接定向输送至企业上岗……在劳动者和用人单位之间，人力资源服务业架起一条“高速路”，让双方更快更精准地“双向奔赴”。作为国家基本公共服务的组成部分，完备的就业公共服务有利于为劳动者提供就业信息、提升职业技能、畅通劳务沟通渠道，进而优化就业市场生态。

近年来，我国就业公共服务体系建设进入了快车道。从2018年的《关于推进全方位公共就业服务的指导意见》，到2020年的《关于支持多渠道灵活就业的意见》，再到2024年的《关于推动公共就业服务下

沉基层的意见》，一系列政策持续优化就业公共服务，为实现高质量充分就业奠定了体制机制基础。截至2024年10月份，全国已有各类人力资源服务机构6.99万家，从业人员105.84万人。

也要看到，当前就业公共服务仍存在区域分布不均、发展基础不牢、服务质量参差不齐等挑战。农村地区公共就业服务资源相对匮乏，服务覆盖不足。新就业形态催生了新型劳动关系，对服务的专业性提出了更高要求。因此，有必要进一步健全制度、优化体系，充分释放公共服务效能，缓解就业和用工矛盾。

此次《意见》围绕“为谁服务”“服务什么”“怎样服务”“谁来服务”“服务质效”5

个方面，为新时代健全就业公共服务体系明确了实施路径。要开展分层分类服务，大力推行“就业服务包”，根据服务对象不同情形，实施分层分类就业服务，及时精准把握各类群体的基本需求，促使人岗相适、人尽其才；健全基层就业服务网络，打造“15分钟”就业服务圈，进一步提高就业服务的可及性与便利性。

就业公共服务一头连着经济发展，为各行各业输送人才；一头系着民生福祉，助力万千家庭捧稳“饭碗”。只有不断提升就业服务的便捷性、可及性，强化精准性、高效性，持续完善高水平就业公共服务体系，才能让劳动者的就业之路越走越宽。

（据《经济日报》）

以青春创意重塑传统文化角色定位

日前，清华大学美术学院毕业生张钰的“中国传统古诗文绘本”视频走红网络，120多幅插画作品让网友惊叹于传统诗画与现代画笔碰撞出的火花。这个毕业季，不仅有古诗词绘本，以青田鱼灯为灵感设计的光影装置，以古建神兽为原型的文创插画……一批大学生将中国传统文化融入自己的毕业答卷中，以令人惊喜的方式，让沉睡的传统文化在当代语境中焕发新生。这不是简单的复古怀旧，而是一场关于文化传承的创造性转化、创新性发展实践。

不同于以往对传统文化的程式化再现，这一批大学生更擅长从自身兴趣与成长经验出发进行文化解码。有人着迷于古籍中的奇珍异兽，将其设计为潮流文创；有人关注非遗技艺的濒危现状，用新媒体技术重现其工艺细节。当每个创作者带着独特生命体验切入传统文化，古老的故事便能在不同维度被重新激活，形成百花齐放的诠释生态。

更重要的是，青春创意正在重塑传统文化在当代社会的角色定位。过去，传统文化常被视为需要被“抢救”的文化遗产，而如今在年轻群体的实践中，它成为可以自由调用的创意资源库。毕业生们将古建神兽、民间传说转化为可穿戴的服饰设计，把传统纹样解构为适合现代家居的装饰图案，这些尝试让文化传承不再是单向的保护，而是双向的共生，传统文化在当代语境中获得的生命力，反过来又为其自身提供了更坚实的存续基础。

真正的文化自信不是排外，而是在对话中确立自我。曾几何时，洋气是许多年轻人追求的美学标准，当代西方艺术开始从本土文化资源中寻找创作灵感和精神依托。这种转变不是简单的复古潮流，而是全球化语境下文化主体意识的觉醒。这些融入传统文化元素的毕业作品，展现的正是年轻一代在多元文化激荡中逐渐形成的文化自信。他们既不自卑于传统，也不迷信于西方，而是以平视的姿态对待一切文化资源。

不过，在这股将传统文化融入毕业作品的热潮中，也需要保持理性和冷静。一方面，创新不能仅仅停留于表面的形式，而忽略了传统文化的本质内涵。在创作时，要深入挖掘传统文化的精神内核，确保作品能够真正传承和弘扬传统文化。另一方面，要注重作品的质量和原创性，不能盲目跟风，要有自己独特的视角和思考。只有当创作者真正走进传统文化的内核，才能实现有深度的创新而非肤浅的挪用。

当毕业展成为文化传承的新场域，我们看到的不仅是艺术才华的绽放，更是年轻一代对民族文化的深情凝视。这些作品或许尚显青涩，但其中蕴含的文化自觉与创新勇气，正勾勒出传统文化在数字时代的新图景。让毕业设计成为文化传承的青春注脚，不仅是对传统文化的致敬，更是对未来的期许。

（据《云南日报》）

小熊猫“叫早”是危险的噱头

近日，重庆一家酒店推出的小熊猫叫早服务引争议。对此，重庆市林业局工作人员表示，已责成酒店方面立即停止相关业务，后续调查进展和结果将及时公开发布。

小熊猫虽外表萌态可掬，但仍存有野性，其咬合力足以伤人，此前已有游客被咬伤。而且，即便动物已经接种过疫苗，与游客零距离接触仍存在传播病毒的风险。

当前，文旅经济火热，市场竞争激烈，商家打造亮点以吸引游客，本无可厚非。但凡事都有边界，文旅产品创新不能为了流量不顾一切，甚至突破安全、法治、生态、伦理的边界。以野生动物主题酒店为例，这些充满噱头的做法，就反映出经营管理方面存在的诸多问题。比如，其经营行为是否属于野生动物保护法所规定的公众展示展演这个范畴？这些问题一日不解决，野生动物、游客的权益便一日得不到保障，酒店也就难以获得健康持续发展。（据《福建日报》）

“学步鞋”收割套路该如何破解

据报道，“孩子穿上这双鞋，走路能少摔跤。”当前，童鞋市场热销“机能鞋”“学步鞋”。商家宣称，一双“科技含量十足”的专业“学步鞋”能“减少摔跤”“矫正步态”，这让不少家长甘愿为之买单。动辄数百元的“学步鞋”何以备受家长青睐？这类热销产品到底是“玩概念”还是“真实用”？

市面上不乏商家以“科学育儿”“给孩子最好的”之名，将商品包装成成长刚需。这背后是被标价待售的“育儿焦虑”，此前已有不少商家通过“基因检测”“婴儿用饮用水”“儿童食品”等制造“育儿焦虑”，“学步鞋”则是商家收割家长的又一种手段。

以“学步鞋”为例，其卖点基本“大同”，多包含大底、三分之一弯折、较硬后跟、方便穿脱等适配儿童行走的设计，但同时还有“小异”，即宣传自己的“独家科技”，如“对孩子脚部发育有好处”“专为减少宝宝摔跤次数而设计”。这样的宣传确实戳中了部分家长的焦虑，如儿童走路易摔跤。

但这种自称含独门科技的“学步鞋”，真的能防止儿童摔倒受伤吗？从其“鞋底增宽”等关键词来看，似乎比普通童鞋更有安全保障。其售价少则三五百元、多则上千元，也从某种程度上印证了好鞋不便宜的说法。很多家长愿意为这种高价童鞋买单，原因也在于商家的宣传。

值得注意的问题有两个：一个是不同品牌对儿童学步阶段的划分不同，缺乏统一标准，这让家长无从选择；一个是儿童医院骨科专家认为，相对于产品本身的性能，现有儿童机能鞋的概念性更强，商家所突出的功能性宣传缺乏医学上的论证。这意味着，“学步鞋”更多是概念营销，且目前尚未纳入童鞋国家标准。

对此，应从多个角度遏制“学步鞋”营销乱象：要完善国家标准，以规范商家行为、指导消费者选购。去年实施的《童鞋安全技术规范》未提及“学步鞋”“机能鞋”的附加功能，但商家却以“多项专利”为“学步鞋”证明，似乎有必要在国标上作出回应，这对

规范童鞋附加功能、保障消费者权益有好处。

期待从医学科学上论证“学步鞋”功能。无论是促进儿童脚部骨骼健康发育，还是防止儿童摔跤受伤，说到底是一门科学。但据专家透露，目前并无研究证实这类鞋子能帮助孩子更快掌握步行能力，也没有哪款产品做过对比试验，得出通过“学步鞋”能减少摔跤次数的结论。

对童鞋虚假功能宣传进行依法处理。对于没有科学依据支撑、虚构童鞋功能的虚假宣传，有关部门应依据广告法、消费者权益保护法进行查处。

专家建议专业机构通过评估检测、“医育结合”缓解家长焦虑心态；通过科普养育知识帮助家长理解儿童发育的个体差异和自然规律。家长也要主动通过正规渠道学习相关科学知识，才能抵御商家虚假宣传。

坦率说，治理“学步鞋”营销乱象的基础是，在医学上进行研究论证，在国标中作出明确规定。

（据《北京青年报》）

快评

让“流量”追着创作跑而非创作仅仅靠“流量”

近日，一位小有名气的演员因不是“流量明星”而接戏困难，无奈兼职泰山陪爬员，引发热议。话题屡屡登上热搜，将影视创作中流量与生存的议题再次推到聚光灯下。

点评：

流量明星凭借粉丝基础，确实能为影视作品带来更高关注度。但如果选演员仅凭“面孔”和“身价”，作品难免会浮于表面、落于窠臼。选演员定角色，应根植于作品内容与人物性格，不能单单盯着“流量”。

流量崇拜之风绝不能任性蔓延。首先，需要多方协力构建更为科学的评价体系，在专业口碑、艺术创新、社会价值和流量数据之间，找到完美的“算法模型”；其次，创作者要坚守艺术初心，让“流量”追着创作跑，而非创作仅仅靠“流量”；此外，主管部门也应当使出更有效的组合拳，严打数据造假，为潜心耕耘者提供广阔公平的舞台。

（据《新华每日电讯》）

回怼游客 美术馆服务“病”在哪儿

近日，一名游客在社交媒体发文称，周末前往上海外滩美术馆参观时，虽然闭馆时间为20时，但是工作人员17时不到就叫停排队，导致许多人白跑一趟；为此建议恢复预约制或实时更新客流信息，以提升游客体验。没想到，该馆官方账号却回复：“我们无需这样做，也请你不要再来。”

点评：

官方账号是公共文化机构与公众沟通的关键桥梁。面对游客提出的建议，管理人员选择直接回怼，如此态度会瞬间激化矛盾乃至引发舆情危机。事情发生后，上海外滩美术馆迅速发布致歉公告并调整入馆模式，展现出整改诚意。从更深层次看，这一事件反映出公共文化机构在追求开放共享时，管理服务存在滞后。

美术馆免费开放是践行艺术平权理念的好事。不过，只有合理安排游客入馆方式，才能更好地拉近艺术与大众的距离；反之，若缺乏科学合理的管理措施支撑，有可能适得其反。对此，美术馆应充分利用现代信息技术，如推出线上预约、实时客流监测及公示等功能，让游客提前规划行程，合理安排参观时间；同时，加强对工作人员的培训，提升其服务意识与沟通能力，在面对游客咨询、建议和投诉时，能耐心地回应处理，为公众打造更理想的观展环境。

（据《福建日报》）

“140倍”折射文明进步之光

安徽宿州，患有先天性成骨不全症的“瓷娃娃”王子文在考点工作人员全程搀扶下步入考场；广东深圳，广东省唯一一名全盲考生陈信和在考点安排的特殊教育老师、心理老师与医生的陪同下，作答盲文试卷……今年高考，许多残疾考生在悉心保障下走进考场，留下一幕幕感人画面。

点评：

全盲考生作答时间为普通考生的1.5倍，听力残疾考生允许携带助听器、人工耳蜗等助听辅助设备，上肢无法正常书写或无下肢考生等书写特别困难考生作答时间延长30%……今年报名参加高考的1335万名考生中，有1.4万余名残疾考生获得合理便利支持。

高考被广泛视作最公平的人才选拔制度。对残疾考生来说，能有更好的机会追逐梦想是莫大的鼓舞。曾经作为“特例”的合理便利申请，如今已渐渐制度化、常态化，这正是文明社会对弱势群体应有的暖心托举。

“残疾人是推进中国式现代化的重要力量，也是需要格外关心、格外关注的特殊困难群体。”从高考的“特殊”考生身上，我们可以清晰感知到个体奋斗与社会关怀之间的同频共振。同心携手，推动残疾人事业接续开拓新局面，更温暖的社会大家庭一定能助力更多梦想成真。

（据《人民日报》）

第24个全国“安全生产月”

人人讲安全 个个会应急

查找身边安全隐患

开展“隐患辨识科普行动”

国务院安全生产委员会办公室
中华人民共和国应急管理部
2025年6月