

网红局长霸气 服务更要争气

摆拍“家暴”吸粉 依法严惩没商量

近日,安徽阜阳,一女子在网络平台上直播被家暴,并表示家暴者是自己前夫,还声称自己已经报了警。官方通报,该女子系为博取同情、吸引流量,与其前夫共同摆拍视频,并在直播时谎称报警。目前,其账号已被封禁,女子谭某被行政拘留十日。

家庭暴力本就违法,结果有人拿家暴作为吸引流量的“利器”?这种行为实属荒诞,最后只能被反噬。近年来,家暴问题备受社会关注。一些受害者愿意通过网络揭开“伤疤”,最重要的就是想对家暴大声说“不”,同时希望能够寻求到有效帮助。拿别人救命恻隐的途径当作自己的吸粉方式,找到的必然不是正确的流量密码,只会令网友不齿,伤及自身。

这场“狼来了”的把戏,不仅消费了广大网友的善心和同情心,还会给后续真正的家暴求助者造成阻碍。“狼来了”的故事多了,真正的“狼”来的时候,大家首先想到的或许就不是挺身而出,而是先质疑真假。这种为了获取流量,无底线炒作的行为,无疑是对公众信任度的恶意消耗,必须严惩不贷。

网络不是法外之地。视频创作既要守原则也要守底线,若有违背公序良俗甚至法律制度的内容,必将受到应有的惩罚。摆拍“家暴视频”,把无知当好玩,拿别人的痛苦赚流量,到头来收获的不会是粉丝,只会是网民的唾弃和法律的严惩。

据央广网



网红局长刘洪

实有大批游客慕名前来。游客选中甘孜,既是向往旖旎的自然风光,也是出于对网红局长的信任,对当地旅游业服务质量的信任。但任凭风景再好,古迹再老,如果让游客吃不好、住不好、气不顺,旅游业也就不会有什么竞争力。在游客越来越看重体验的当下,让游客吃得美味、住得舒适、玩得顺心,才是智慧的经营之道,也是地域美景的重要加分项。像康定这家酒店,不拿游客感受当回事,无疑就是砸当地旅游的金字招牌。甘孜旅游要想保持人气,光靠网红局长推介不够,看“霸气”喊话也还不够,更重要的是,要靠接下来的周到服务

“争气”。

近一个时期,各地多名文旅局局长通过变装拍摄短视频的方式为当地文旅代言。文旅局长突然开“卷”,以网友喜闻乐见的方式推介当地的旅游资源,是个好现象。但宣传推介“貌美如花”,名副其实才会“人见人夸”。不然,游客慕名而来,失望而归,坏了城市的口碑也好,砸了谁家的碗也罢,都是当地旅游业内功修炼不够的表现。让正在复苏的旅游业靠严格监管和过硬口碑持续火爆,把旅游业的行业精神展现在服务细节里,才能真正做到“风景这边独好”。

据北京日报

学历成了“孔乙己的长衫” 年轻人在抱怨什么?

“学历不但是敲门砖,也是我下不来的高台,更是孔乙己脱不下的长衫。”最近,这样一段文字登上热搜。在鲁迅笔下,孔乙己因为囊中羞涩买不起酒肴、心高气傲脱不下长衫,成了一个穿长衫而站着喝酒的人。

这反映了很多人在就业过程中出现“期望匹配不上现实”的困境。话题讨论者大都是接受过高等教育的年轻人,处于在校、求职或工作的状态,刚毕业时意气风发,但因为行业逐渐饱和,他们经历了激烈竞争、疯狂“内卷”,最后发现工作条件与预期相差甚远,陷入“精神内耗”。

“孔乙己文学”背后是一些年轻人的焦虑无奈,以及最初迈入社会的迷茫和无措。一边趋于追求“万般皆下品唯有读书高”的优越感,一边又不甘于接受工作的残酷打击,他们感到进退两难,不安于现状,却又无法改变现状。

青年是推动社会进步的重要力量,我们需要认识到教育和就业中存在的问题,给予年轻人更多理解和关怀。

尊重人才并做到人尽其才。高校不仅要让学生走出象牙塔,设置就业指导课程,加强与企业间的专业对口人才输送,提高毕业生的工作适配感,同时也要关注人才收入待遇、健全人才培养机制。

另一边,职业教育的认可度需要增强。政府部门要更加重视技术技能人才对社会发展的不可或缺,改变家长对职业教育“发展渠道窄”“相关待遇低”的认知偏见,做好“普职分流”,提升专业人才在招聘、落户、职称评审等方面的待遇水平,为技能人才成长发展创造良好的社会氛围,让人觉得十年寒窗金榜题名是种成就,“把地瓜烤得又香又甜”同样值得骄傲。

作为年轻人,我们更要摆平心态,平等看待每份职业。早前在网络引起热议的北大博士当城管、高校毕业生送外卖等话题,许多人感叹“大材小用、身段掉价”,认为高学历不该去做基层工作,这其实是在戴着有色眼镜给不同职业划分高低贵贱,无视了当事人的个人选择。

我们应该认识到,发挥自身价值比工作的城市、岗位和头衔更加意义深远。比如近期有不少高校毕业生回到家乡开民宿、经营农场、直播带货,用自己的专业特长助力乡村振兴。这种冲破学历崇拜陈旧观念的做法,更有利于形成开放包容的就业环境。脱下“长衫”并不意味着低人一等,而是对自己前进方向的重新审视。

据上观新闻

赏花产业应做好“链”字文

重庆已进入百花盛放的赏花季节。为了方便市民赏花,重庆市风景园林规划研究院发布了《大美重庆,山城花事—2023年重庆春季赏花地图》,集中展示全市具有代表性的赏花地点和导览信息。有了赏花地图,巴渝大地“赏花游”就能“按图索花”了。

“赏花游”并不是新鲜事,每年春季都是文旅热点。巴渝大地山清水秀,花香遍野——在潼南,油菜花田宛如金色海洋;在丰都,漫山遍野的樱花一片雪白;在巫山,30万亩脆李开花让无数游客寻花而来……备受游客青睐的“赏花游”,成为重庆农、文、旅融合发展特色产业的重要一环。赏花产业不仅助力文旅事业开辟新路径,带动的文旅产业还能带动农民增收致富,推进传统农业转型升级,进一步开创乡村振兴新局面。

要做大做强赏花产业,还需要克服困难或解决一些实际问题。要看到,赏花产业的突出短板之一,就是对花期的依赖性很强。同时,还存在特色有限、内容单调、“赏完就走”等问题。想让“赏花游”长盛不衰,就要持续做好补链延链的文章。

补链要以“花”为媒,连锁推进。“花”

是第一吸引力,吸引来了游客,还得要留住游客。要从赏花到推介乡村美景、美食、民俗等,带动旅游、休闲、餐饮等产业发展。譬如,延长“花期”,建设“花”式主题公园、加工基地等,把游客注意力从“赏花游”转到人文休闲度假各方面,力避花开花落带来的人潮起落;做好“赏花后”文章,提升旅游服务中心、餐饮、住宿、娱乐等硬件设施,举办音乐节、文化节、美食节等活动,用特色旅游体验把客人留下来。

延链要着力拉长链条形成合力。一方面,是练好内功,培育当地花海的独特性,避免“千花一面”的情况,进而吸引“回头客”变“回头客”。另一方面,要做好联动,推动各地赏花节会活动差异化。通过联手培育赏花经济带,联合开发不同时段、不同特色的“赏花”产品,互动互促,让赏花从点到带、从一日游变多日游、常年游,释放赏花经济潜力,创造更大经济价值。

烟花三月,花开正好。抓住难得时机,抓补链、延强链,让赏花产业链条形成更持久强大的生命力,实现延伸产业链良性发展,可以助力新重庆新农村建设阔步向前。

据重庆日报客户端

“土豆刺客”的锅不能乱甩

因为18元5片土豆的事情,某火锅品牌连上了好几天热搜。虽然企业多次回应,称实际上是小份土豆、9元5片,而且不是普通土豆,是富硒土豆,但也没能平息争议。

天价土豆到底贵不贵,这本不该成为争议话题。拿菜市场土豆的价格去比火锅店未必客观。品牌定价是市场行为,该品牌火锅人均消费一直不算便宜,光锅底就要八九十元,但一直有不少粉丝和目标消费者能接受,定价就有它的合理性。

但这次企业面临的问题是,当品牌逐步扩张,不可避免地会遇到此前并不了解自己、对价格又比较敏感的消费者。而且,加上品牌近年来突出“高端化”定位,给原有客群留下了“减量又加价”的印象。如果品牌传播的故事讲得不够透彻、明码标价的工作做得不够到位,就容易引发消费者产生“土豆刺客”的质疑。

该企业在回应中称,土豆不仅包含了产品本身的价值,也包含了环境价值、服务价值以及全供应链价值,言下之意贵有贵的道理。遗憾的是,众多消费者不认可这一回应,恰恰说明品牌试图赋予产品的各种价值还未能得到广泛认可,消费者不买账。

企业只澄清是“小份菜”、暂时不考虑降价,说明对产品定位和定价有信心。这引出另一个问题——明码标价是否标得够明白。从目前的信息来看,企业只是按大份、小份标价,并未标明克数等信息。消费者点餐时并不清楚小份到底有多少,看到实物才容易产生心理落差。

多次回应反而激起争议,说明企业经营误读了“小份菜”,把“土豆刺客”的锅甩给“小份菜”。“小份菜”是响应光盘行动推出的有益尝试,是防止餐饮浪费的有效手段,不应成为卖高价的理由。

据经济日报

“最美巾帼家政人”故事展播已开启

为进一步激发广大妇女在新时代新征程新重庆上创新、实干、奋斗的热情,激励引领更多妇女在家政领域就业创业,营造全社会关心关注尊重家政服务的良好氛围,促进巾帼家政提质扩容高质量发展。由重庆市妇联主办,重庆市巾帼园(重庆市妇女文化中心)、重庆市家政服务指导中心承办的“最美巾帼家政人”故事宣传活动,自征集之初就得到了全市各区县妇联、巾帼家政企业以及从业人员的积极响应,一个个巾帼家政人的真实经历和成长故事,彰显着诚实守信、爱岗敬业的从业理念,展现了诚信经营、诚心服务的职业精神,树立了敬业奉献、励志奋斗的榜样力量。从本月开始,市妇联将对其中10位“最美巾帼家政人”故事进行展播,一起感受她们的热爱与坚守、责任与担当。

胡莲