

年年被吐槽却年年调,这个假是非调不可吗?

今年“五一”劳动节放假调休安排为:2023年4月29日(星期六)至5月3日(星期三)放假调休,共5天。4月23日(星期日)、5月6日(星期六)上班。调休通知一出便引发网友热议,“调休”一词更是一度登上微博热搜第一,“这个假是非调不可吗”的微博词条引发热议,有网友感慨年年被吐槽,年年调有意思吗?

调休的本意是增加节假日跨度,最大程度拉动内需,刺激消费。目前我国的出行仍以高铁为主,故如果只有一天的假期,人们可能会由于时间不足选择待在家里,

但五天的假期可以轻松实现一场短途甚至长途国内旅游,此外,调休所带来的充足假期时间,也给一部分在异地学习工作的人以充足的时间回家探亲,符合了中国传统的思乡文化,从这个角度而言,这个假可调。

调休有一定的益处,但也确实存在着不少问题。首先,调休带来的长假,导致了出行住宿、交通等方面的价格增长。真正出游,也只是掏空了钱包去体验一场人挤人的“繁华盛宴”。在大学生利用两天假期来一场说走就走的“特种兵旅行”的当下,

调休所带来的旅游时间反而不那么重要了,但调休所带来的高昂旅游花费则显得格外突出。

其次,人的作息并不是简单的加减法,调休的意义不仅在“调”也在“休”。调休虽然在表面上增加了人们的休息时间,但实际上是通过人们在双休日进行工作交换的,这种“拆了东墙补西墙”的做法,并不能让上班族得到真正意义上的放松,反而可能会通过一个假期让上班族患上“节前节后综合征”。毕竟,这五天的假期并不是直接获得而是通过调整所得,五天的假期实

际上只有一天是真正的假期,这难免引起人们的不满。

再次,调休的工作报酬能否让公司和员工都满意?节日前后的调休,究竟是按加班付报酬,还是按正常上班付报酬?若按节假日加班付报酬,公司说这是在补工作日的工资;若按正常上班付报酬,员工说这占用了我原有的休息时间。双方各执一词,不利于公司与员工关系的和谐发展。

总之,若是调休非调不可,请至少让它有非调不可的价值,否则,这个假恐怕不调也罢。 据红网

陪诊师不能“散养” 专业规范才能多赢

近年来,职业陪诊师给不少患者及家属到医院看病提供了便利服务,也渐渐成为一个新兴行业。

职业陪诊并非仅仅“跑腿”带路,还应提供一定的医疗咨询建议等服务。比如,了解各医院、医生的专长,熟知各种疾病的注意事项,能够更高效地安排预约诊疗及分配时间,帮患者快速准确地向医生描述病情等。总之,职业陪诊员既需要一些医学常识,还要掌握一定的急救、心理学等知识。正因此,有团队招募陪诊员,要求须是有专业医疗背景、学历大专以上、有数年医学相关工作经验者。

毫无疑问,职业陪诊是一种有强烈现实需求的职业。一是改善患者的就医体验,提升看病效率,减少亲人陪伴的时间成本;二是一定程度上为医院更加有序、高效开展医疗服务提供了助力,也可促进医患相互理解;三是为新兴职业的成长提供了机遇,创造了就业岗位,为服务业发展注入活力——比如,已有团队将取药、代问诊、送取结果、代买药、全程陪诊等多元需求研发成App、小程序、派单系统等互联网产品。

当然,须正视的是,目前,职业陪诊尚存在鱼龙混杂、参差不齐的问题。比如,一些陪诊人故意打价格战,扰乱行情,动辄承诺可帮患者挂专家号,或“走后门”提前预约手术等;当在陪诊过程中遇到某些意外或突发情况时,风险责任划分也不明确,等等。

对于陪诊师,不能一直处于“散养”状态,亟须将其纳入国家新职业目录,明确岗前培训、执业标准,建立专业化、规范化的服务流程等,相关部门可通过搭建正规平台,实现患者、陪诊师与医疗机构的有效连通,让供需双方都安心。 据工人日报

“配速”合适 “跑马”方可赋能

城市里熟悉的味道回来了。这里不仅有逐渐升腾的“烟火气”,还有日益浓厚的“跑马热”。仅4月16日这一天,包括南京江岛半程马拉松、盐城马拉松、扬州鉴真半程马拉松、上海半程马拉松、北京半程马拉松等在内,全国有18场A类马拉松赛事鸣枪起跑。有网友戏称:跑者不够用了!

且不说跑者必备的“一身行头”需要一大笔开销,单是马拉松赛事就可以直接拉动衣、食、住、行、游、购、娱等消费需求。一日比赛,多日停留,一人参赛,多人消费,辐射范围越来越广。马拉松能够“一马当先”,离不开政府和市场的合力支持。一场马拉松,能够帮助人们认识一座城市,是提升城市影响力的最生动名片。

需要提醒的是,“热潮”涌动之下,参与各方还应尽量“淡定”一些。参赛者跑步的热情,各地聚拢人气的考虑,完全可以理解,但这一切的前提是安全,无论参与者还是组织者,“安全第一”都不能只是一句口号。如果只是盲目“跟风”,而不考虑“自己有几斤几两”,那就是对自己、对赛事的不负责任。应当看到,之前有过不少惨痛的教训。要想不出现“拍大腿后悔”,就得少点“拍脑袋决策”,因为任何人都无法“拍屁股走人”。举办马拉松,不应为了办赛而办赛,最重要的还是满足人们对强身健体的向往。这一理念,无论何时都不能丢。

马拉松不应只求“快”,掌握合适“配速”,城市才能尽情燃烧“卡路里”。 据中国经济网

别让“霸王式”扫码 成为消费自由的“拦路虎”



扫码开发票、扫码点餐、扫码交停车费……在如今的“一码通”时代,扫码线上操作看似自主便捷,却在悄然间成为餐饮商家推广引流的新渠道,有的商家为了绑定用户持续推广消费信息,增强用户黏性,要求消费者强制关注相关公众号,上传个人信息,否则谢绝提供服务。此类强制关注、收集信息的行为实则绑架了消费者自主选择的权利,损害了消费者权益。

我国消费者权益保护法明确规定,经营者向消费者提供商品或者服务,不得设定不公平、不合理的交易条件。国家互联网信息办公室新修订的《互联网用户公众账号信息服务管理规定》提出,未经互联网用户知情同意,不得以任何方式强制或者变相强制订阅关注其他用户公众账号。中国消费者协会也发文明确强制扫码点餐、强制关注公众号或授权个人信息的行为违反消费者权益保护法。然而现实中为了实现点单、开发票等目的,消费者被迫历经“关注”“注册”“上传用户名、手机号、生日、性别”等个人信息的重重考验。而且,很多时候历经“磨难”得到的,却是基于用户信息收集后的精准营销、广告轰炸,更有甚者,个人信息被挪作他用,用户陷入信息泄露风险。如此场景下,商家给予的不是数字化服务的“温情脉脉”,而是以强制关注代替征求同意,以索取信息代替自愿分享,是用“不关注不能吃”的霸王逻辑倒逼消费者让渡自主选择的权利。这种“形式上自愿、实质上强制”的交

易行为涉嫌侵犯消费者权益,既不合理更不合法。

强制扫码关注行为本质上是限制消费者选择权,在关注之后设置“授权登录”“注册信息”等重重门槛则涉嫌强制收集消费者信息,两者均侵害消费者权益,必须严肃整治。的确,商家重视宣传,提高用户转化率是经营之需,但是注重推广引流的同时也应当严格遵守法律法规、商业伦理,毕竟做生意不是一锤子买卖,需要的是良好的服务体验带来的细水长流,这其中就包括尊重用户自主权,主动保护用户信息安全。商家不应在限制用户点餐、开票等小问题上玩心思,而应该积极主动提供线上、线下服务渠道供消费者自主选择,在扫码小程序上减少不必要的登录、授权环节,别让“强制”挫了好感,别让“绑架”毁了形象。

同时,为商家提供公众账号信息服务的网络平台应当守土有责,进一步规范公众账号推荐订阅关注机制、严格落实二维码使用识别标准,明确用户信息收集边界,加强对公众号的巡查和整治。对于“霸王”式强制扫码、违背用户意愿的信息收集行为及时采取断链、禁用措施,以严厉惩处形成震慑。而且,要进一步畅通互联网投诉机制,不仅要在平台界面上建立一键投诉渠道,更应探索在相关使用界面提示维权方法,引导用户主动举报。相关部门也应加强执法巡查,对于屡教不改的商家予以严惩。 据检察日报

“共享厨房”事件有不少问号没拉直

郑州“共享厨房”事件迎来官方通报。据报道,相关部门表示,经查,“共享厨房”合伙人某某某家庭名下有90.2平方米小产权房一套、40.52平方米小公寓一套,分期付款购买白色马自达3轿车一辆。社会爱心人士赠予款额579888.25元,款项保存在银行卡、微信及支付宝中,均未支出。

面对“排量式”的质疑,当地官方及时通报。从通报内容看,此前一些网友所质疑的问题并不存在,比如所谓“开宝马住别墅”实属信口开河。某某某确实有房有车,而房是自住房,买车也不是一次性付款,认为他靠“共享厨房”而发家致富,并不属实。

于此而言,质疑此事应有理有据,不能动辄道德绑架,更不能捏造事实。一个基本共识是,不能让人倾家荡产做公益,不能认为只有一贫如洗才能从事慈善。如果连合理的利益诉求都不能有,这种思维属于

道德洁癖,只会导致人们不敢参与公益。

而具体到此事,官方还应进一步就网友的质疑回应。比如,社会爱心人士所捐赠的款物,为何均未支出?如果来不及支出,那么此前接受的善款善物是如何支出的,有没有一本明细账?

此外,某某某被质疑连续多年都要“卖惨”,向公众诉苦经营困难,坚持不下去了,这里面有没有文章?有网友对此不理解,甚至认为涉嫌卖惨,这种疑问也需要直面。把某某某想得很坏,并不可取,但网友的质疑如果是合理的,合情的,他们的确需要一个交代。

人们常说,要把慈善事业做成人人信任的“透明口袋”。做慈善,需要善心,也需要专业能力,更需要主动接受监督的行动自觉。越透明越能赢得信任,越能行稳致远,越能实现良性发展。 据人民日报

网售“三寸金莲” 文创别美化糟粕

最近有网友发现在某二手交易平台,竟有不少店家上架兜售多款“三寸金莲”鞋及其缠足相关商品,其中一家网店兜售的缠足专用袜售价299元/双,还有买家发图展示穿上脚的效果。

从长远的眼光来看,“三寸金莲”鞋和缠足专用袜的价值,应当体现在凝固历史、警醒世人等方面。比如,一些历史博物馆会展出这些封建用品,并配上相应的背景介绍,让后人从历史中吸取教训。今天的人们并不是不能接触上述物品,而是要用批判的眼光来看待,绝不能从欣赏、品味、把玩的角度来看。

一些商家只顾赚钱,却意识不到自己的做法,在某种程度上对封建遗毒起到了传播作用。尤其是对一些缺乏是非观念又好奇心较重的未成年人,应当格外警惕,避免误导。因此,电商平台也好,监管部门也罢,对于判定为宣扬封建迷信的商品,应当要求及时下架,并对店家进行相应的警告或处罚。

此事也给人一个启示:文创开发必须要考虑到相应的文化背景。换言之,并非所有的文化概念都可以“文创化”。比如,那些象征着历史黑暗一面的东西,曾经对民众造成人身伤害、带来精神桎梏的东西,只适合在博物馆、展览馆里作为文物展出,不应该被纳入文化产业的范畴,更不应该被“艺术加工”后,进入市场流通环节。

一些商家开发、售卖文创产品,固然有商业层面的考虑,但也必须符合公序良俗,弘扬传统文化中的精华内容。那些以文化糟粕为卖点、靠开发封建陋俗来赚快钱的商家,不可能获得消费者的尊重和认可。 据中国青年报

股市造谣者必须痛打

4月17日,长春高新投资者起诉造谣者案正式在南京市鼓楼区人民法院开庭审理。这起案件,被业界称为“股市谣言第一案”。

资本市场是一个信息市场,具有参与主体众多,信息来源广、公开度大、透明度高、敏感性强的特点。正因为如此,资本市场上的任何风吹草动,都有可能造成上市公司股价异动,扰乱正常的市场秩序。

从上市公司角度来看,一方面,谣言可能会造成公司股价暴跌,就算是辟谣了也往往很难恢复;另一方面,上市公司疲于应对市场谣言,浪费大量的人力、精力,甚至会造成上市公司无法专心经营业务。

从投资者角度来看,面对市场谣言,往往无法判断真伪,如果跟风炒作,最后受损失的往往是自己。另外,还会起到负面作用,即投资者不再去研究公司的基本面,而是去打听小道消息,这无形中也给了一些谣言可乘之机。

从资本市场的角度看,谣言违反真实客观原则,干扰信息传递,扭曲价格信号,影响市场功能的发挥。股市是建立在信心和信义基础之上,市场要发挥正常功能,必须依赖于信息的真实、准确、透明、完整,传播的及时、有序、公平。

所以,对于资本市场的谣言,监管部门长期以来都是严密盯防、快速反应、严厉打击相关违法违规行为,全力维护信息传播秩序。 据证券日报