

能引才,更要善用才

春潮涌动,各地正以“等不起、慢不得”的姿态,积极行动、各出妙招,广纳贤才。广东实施“百万英才汇南粤”行动计划,目标是吸纳百万高校毕业生就业创业;重庆提出,2025年力争吸引留渝来渝就业创业青年40万人以上;湖北启动战略人才力量“十百千万”行动,计划用3-5年时间,培养引进10名战略科学家、100名科技领军人才、1000名卓越工程师、10000名优秀青年科技人才……

人才是一个地方发展的根基。许多地方从待遇、保障、环境等多方面综合施策,引得人才慕名而来,进而带动产业集聚,促进一方发展。

同时,一些地方在引才、用才等方面也出现了一些问题:有的盲目“画饼”,空头支票;有的“捡到篮子里就是菜”,引进人才与当地产业需求不符;有的地方主政者调整后,人才政策朝令夕改;有的对外来人才“敬而远之”,养而不序。

在招才引才上,抢人只是序章,用人方见真章。而用人的关键,在于让他们觉得“有事干、受尊重、能安心”。

真正的人才,看重的是事业,在乎的是舞台。地方政府应立足本地产业

基础和发展规划,让产业和人才同频共振,以产业集聚人才、以人才推动产业。

比如,广东广州南沙区围绕产业发展需求,推出“青出于南”英才汇聚行动计划,为人才提供创新创业平台;江苏常州建立“科技攻关揭榜制”,推动人才与产业精准适配等,深受好评。多想办法、多出点子,为各类人才干事创业创造条件、搭建平台,就能激发人才活力,助推产业发展。

人才的创造力,往往需要在宽松的环境中才能充分释放。浙江杭州的互联网产业、广东深圳的电子信息产业,之所

以能够吸引大量人才,很大程度上得益于当地开放包容的氛围。

让人扎根,就要大力营造鼓励创新、包容失败的环境,不唯“资历”、不看“帽子”、不论“出身”,因才施用、唯才是举。

发挥人才作用,还要积极为他们消除后顾之忧,着力提供安心舒适的工作和生活环境,让他们能够轻装上阵,全身心投入创新创业。

对一个地方来说,只要用心、用情去引才用才,人才就不能“进得来”,还能“留得住”“干得好”,进而实现互相成就。

龙跃梅

让群众手中的“菜篮子”装满幸福感

据媒体报道:在长春的每一个清晨,熙熙攘攘的人群、琳琅满目的货品、此起彼伏的讨价还价声,共同描绘出生活最本真的模样。如今,在这座充满活力的城市,一场让人心动的农贸市场改造行动正在如火如荼地进行着。这项行动旨在让市民手中的“菜篮子”变得更加舒心与幸福。

群众手里的“菜篮子”虽小,但装的是“大民生”。近年来,长春市相关部门心系民生福祉,强化统筹协调,扎实开展“惠民菜篮子”活动,让人民群众的“菜篮子”装得满满幸福感。因此,各地不妨从他们的农贸市场改造行动中得到启发,紧密结合当地经济社会发展实际,进一步合理布局城市的农贸市场,让群众手里的“菜篮子”装满“幸福感”。

一是要对现有农贸市场进行摸排登记,弄清地理位置、服务范围、商户数量、主管单位、存在问题等基本情况,并走访附近居民群众,了解群众在日常采购中的难点和期望,从而根据群众意见出台对现有农贸市场进行改造提升的标准化政策,助力其转型升级。同时,要根据城市发展和新楼盘、新小区的建设,高起点规划、高标准建设新的农贸市场,并围绕便民惠民规划早市等零售网点,让群众手里的“菜篮子”有地去装。

二是要引导本地重点商贸流通企业拓宽供应渠道,主动与市场内的商户加强产销衔接,全力保障从田间到餐桌的运输配送渠道畅通,确保市场供应充足。有条件的可以在每个市场摊位设置电子显示屏,展示商家的摊位编号、类别、营业执照信息,让价格更透明,支付更便捷。同时,小区的物业也可主动与菜农联系,在小区内设立固定时间、固定地点的临时蔬菜供应点,让群众买到品种更多、价格更实惠的新鲜蔬菜,进而让群众手里的“菜篮子”有菜可装。

三是要加强市场形势分析和价格走势研判,并加强对各类农贸市场的监管,严厉打击哄抬价格和捏造散布涨价信息等价格违法行为。同时,要把群众放心、群众满意作为做好日常监管工作的标尺,积极推行食品安全快检制,落实好食品来源追溯制度,并抓好市场经营商和入驻商户的培训和教育,提升他们的服务意识。在综合性的农贸市场可以探索开展“惠民日”等活动,鼓励商家和企业推出价格更优的菜品,让群众手里的“菜篮子”装满自己中意的“好菜”。

人间烟火气,最抚凡人心。群众手里的“菜篮子”,可以说是反映群众安居乐业的一个重要窗口。因此,各地尤其是相关职能部门一定要责任上肩、工作上心,努力推进农贸市场升级改造,不断完善农贸市场服务体系,让群众手里的“菜篮子”装满幸福感。

袁文良

推动二手车市场信息透明

日前,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》,提出加强汽车领域信息共享,支持第三方二手车信息查询平台发展,促进二手车放心便利交易。

完整的汽车市场包括新车和二手车市场,壮大二手车交易市场,是提振汽车消费的重要抓手。与新车相比,二手车价格优势明显,对预算有限的消费者吸引力大。发展二手车市场,有利于降低购车门槛,拓展汽车消费人群,盘活汽车存量,拉动汽车消费。

我国二手车市场发展空间巨大。放眼全球,不少汽车市场较成熟的国家,二手车交易量远超新车销量。与之相比,我国二手车析出率(交易量占保有量比例)较低,新旧车交易比例不平衡,市场潜力尚未充分释放。

近年来,我国二手车市场发展迅速,交易量稳步提升,特别是随着提振消费政策的加快落地,二手车交易市场活跃度明显提升。中国汽车流通协会数据显示,2024年全国二手车交易量达1961.42万辆,同比增长6.52%,累计交易金额突破1.28万亿元。但也要看到,当前二手车市场秩序规范性不足,泡水车、事故车、调表车等质量问题频发,制约着我国二手车市场进一步发展。

车况信息不透明是二手车乱象的根源。二手车交易当中,卖方掌握车辆维修、事故等数据,而买方往往处于信息盲区,导致车辆信息不对称。维修保养记录分散,追溯完整车况更加困难。壮大二手车市场,关键在于信息透明。需从多方面入手,推动形成透明的交易环境,保障二手车市场健康有序发展。

要推动汽车全生命周期的信息共享。信息共享通过将车辆从生产、销售、使用、维修保养到报废回收的全过程中产生的所有关键数据,包括制造信息、维修记录、事故历史、车变更、环保检测等,进行系统化记录、整合并开放共享,形成可追溯、可验证的完整数据链,解决信息不对称问题。在二手车市场中,信息共享能够辅助消费者、企业、监管机构全面了解车辆在维修、事故等方面的信息。相关主体,尤其是保险公司要积极做好数据开放,方便后续对车辆状态进行真实准确评估。

要用好技术手段,保障车况数据真实性,不断创新检测手段。利用物联网技术,能够实时采集车辆里程、电池健康等数据,为二手车残值评估提供依据;借助区块链技术,能够实现生产、维修、年检等数据写入区块链,防止数据篡改;巧用AI技术,能够通过高清摄像头和图像识别算法,自动检测车身漆面厚度和色差,探知损伤痕迹。如今,随着新技术逐渐成熟,技术成本不断降低。要在保障数据安全的基础上,积极探索技术赋能路径,准确披露车况信息,推动行业实现创新发展。

提升二手车的车况信息透明度,离不开跨部门、跨区域合作。要加强协同形成合力,共同打造二手车信息流通堵点,同时用好政策支持和新技术赋能,推动我国二手车市场向健康有序方向发展,成为提振汽车消费的重要力量。

潘卓然

读懂大学“开门办节”获赞背后的期待

南有武大樱花,北有吉大杏花。4月20日,吉林大学第十届杏花文化节如期而至。学校打开校门,用一系列活动热情迎接访客到来,让人们不仅能赏花看景,还能感受大学美好,收获了广泛赞誉。

作为全国知名学府,吉林大学拥有美丽的校园和众多历史建筑,其中不少还是全国文物保护单位,令人向往。在校园餐厅吃顿饭,到田径场上跑几圈,在林间小路走一走,在著名建筑前打卡留念,买几个文创产品,看一看青春活力的学生活动……经过多年迭代升级,吉林大学杏花文化节已经超越了过去赏花这一单一内容,正成为宣传校园文化、展现师生风貌、服务城市发展的盛会。学校在办节过程中常态化打开校门,百姓随时都可以通过预约渠道快速进入参观体验,赞声一片的背后,是对学校管理方式的充分肯定。吉林大学能开门办节,需要很大的勇气和智慧,更要面对不少的挑战。在打开校门的过程中直面挑战、敢于担当、解决问题,也正是学校综合管理能力的生动展示。

大学是国民教育体系的重要一环,也是文化交流互鉴的前沿窗口,不仅是传授知识和科学研究的殿堂,更应该成为引领风尚、成风化人的重要场所。曾几何时,到大学里听讲座、蹭课、看演出、参加活动,是几代人美好的回忆。而时至今日,一些大学出于不同原因,校园还没有向社会开放;一些学校虽然采取了预约制,但少得可怜的预约数量和严苛的预约流程,让百姓很难到校园里走一走、看一看,更别提感受文化气息、体味时代风貌。这样的局面,也让更多人大学“开门办学”产生了更多期待。

吉林大学“开门办节”,赞声一片的背后,是大家对于大学“开门办学”的肯定和支持。有关部门和大学的管理者们应该行动起来,少一些“怕出事”“一刀切”的推脱,多一些“能担当”“善管理”的睿智,从开门办节、开放办节的实践中汲取有益经验,推动更多大学打开校门,让学校和社会在更加顺畅的交流中形成良性互动。

张建

企稳回升

4月20日,由中国中小企业协会和立信数据研究院联合组织开展的中国消费者消费意愿调查2025年一季度调查结果显示。调查结果显示,在2024年二季度开始中国消费者消费意愿指数连续三个季度下滑的背景下,2025年一季度消费意愿指数出现企稳回升态势。

王琪 文图



体重管理该如何避开伪科技减肥陷阱

随着“体重管理年”行动开启,减肥再度成为全民热议的焦点。《法治日报》记者近日调查线上线下多家减肥机构发现,五花八门的“瘦身神器”层出不穷,从口服的减肥产品到外用的减肥仪器,一些机构通过制造身材焦虑、夸大宣传、伪造科技概念等手段,制造了一个又一个减肥陷阱。

官方宣传的“体重管理”和市场上的“减肥瘦身”有相似性,但也有不小的区别。数据显示,我国人口超重率与肥胖率分别达34.3%和16.4%。关注体重,并不是因为肥胖不好看,而是因为肥胖容易导致糖尿病、高血压、心脑血管疾病、脂肪肝等健康问题,对公共医疗费用也形成了压力。因此,“体重管理”是个健康概念,目标是提升全体体重管理意识和技能,普及健康的生活方式。

然而,这个概念正在被一些人利用,当成是制造焦虑的砝码。比如,“穿什么衣服不是由天气决定,而是由你决定”这类广告语,把审美和体重粗暴地画上等号;还有商家更懂得包装,不说“减重”改用“塑形”。这些术语的目标与健康无关,单纯是通过加重消费者的体重焦虑、身材焦虑而达到卖货目的。这种心理压迫是潜移默化的,很容易让人忽略掉减肥是手段,健康才是目标,反而追求“速瘦”,而不在意这个过程对身体有没有伤害。

减肥的道理说起来很简单,就是管住嘴、迈开腿,维持能量摄入与消耗之间的平衡。但实际做起来又不简单,管住嘴不是盲目节食,而是科学营养膳食;迈开腿不是随便走路,而是科学合理锻炼;平衡不是简单地计算卡路里,而是指健康生活理念,这些都是需要学习和长期坚持的。而当现实中的惰性与对体重的不满交织,人们就很容易被

“七天瘦十斤”“不节食也能瘦”的神话吸引。

许多商家不过是换个包装的老套路——热敷出汗、低频震动、肠道刺激,甚至使用保健食品打擦边球进行营销。所谓“抑制食欲的牙膏”“瘦身精油”“电磁仪”之类,本质上是心理暗示的产物。他们赌的是消费者的主动配合;在使用产品后,下意识少吃一点、多动一点,以实现快速见效。短期效果是迷惑剂,既让消费者失去了警惕心,又能把最终效果不佳的责任甩锅到消费者“没坚持”上,构建了一个“制造焦虑—推销产品—初见成效—反弹失败—继续消费”的陷阱闭环。

这一切之所以能屡屡得逞,一个重要原因在于监管的不匹配。在“减肥”这门暴利生意中,门槛极低、边界模糊,大量从业机构游走于保健与医疗的灰色地带,有的甚至连基本的卫生资质、执业资格都没有。法律对这类跨界行为缺乏有效约束机制,而“个体差异”“辅助作用”又为商家留下了足够的免责空间,使消费者维权艰难。

因此,有关部门必须深刻意识到,健康的市场是体重管理重要的一环。一方面,应由相关部门出台更具体的市场准入标准,厘清医疗、保健、美容之间的界限,对减肥产品和服务进行分级分类,并加强对线上线下减肥广告的审核与追责;另一方面,建立负面清单,以改变减肥市场的野蛮生长乱象。同时,为公众提供权威、可信的体重管理知识和信息参考,用科学覆盖伪科学。

监管之手动起来,行业之乱才有望收敛,而消费者也该从“奇效”的幻觉中清醒,把注意力移向健康的生活习惯,这才是体重管理正确的打开方式。

马青

日前,2024年度人民文学奖颁奖典礼在四川举行。据报道,今年的奖项有颇多新意,比如设立了与俱乐部的“传播贡献奖”,该奖项颁给了董宇辉,颁奖词说:“在文学的旷野里,董宇辉善于发现、敢于共情、勇于表达,如同一个信使,尽情释放着文学的魅力与光华。他将文学一次次推向读者,唤起了无数热爱文学的人的内心渴望。”未能来到现场领奖的董宇辉,以视频的方式发表获奖感言。他说,这份荣誉属于“每一个用文字照亮时代的作家和每一个用热爱温暖文学的读者”。

文学之沉寂久矣,但董宇辉的存在,提醒人们,就算是在这个被冠之以网络时代、短视频时代、快餐文化时代、人工智能时代的当下,文学依然有其不可替代的价值。董宇辉不是他自已所说的“用文字照亮时代的作家”呢?我觉得说是,似也不为过,我不能判断他能照亮多久,但至少在他横空出世的最初,的确如“闪电之耀亮”。正如颁奖词所说,“他将文学一次次推向读者,唤起了无数热爱文学的人的内心渴望”。也就是说,在董宇辉之前,文学在很多人身上,即便没有死亡,也肯定是被遗忘了,哪怕曾经是狂热的文学青年,也在庸常的生活中,与文学渐行渐远。董宇辉,借助网络强大的力量,真切地唤醒了很多人关于文学的记忆,重新体验到了文学的美好和力量。而董宇辉的身份,一个直播带货主播,没有让人感到商业和文学的违和,却让人感受到了文学和生活的亲密。这让人深切地感受到了,文学,曾经让青春美丽,而今天,文学仍然能够让生活美丽。

既然董宇辉用自己的方式已经“唤起了

城市更新要想得细一点

“小区路面修了挖、挖了修,影响了居民日常生活和出行”“今天修下水道,明天铺管网”“建好没多久,又要重修”……原本是方便群众的市政改造,却因管理上的无序,时常引发群众的吐槽。

近年来,随着城市化进程加快,城市更新改造任务日益增多。从美化生活环境、便利居住设施的角度看,市民对城市建设改造是乐见其成的,但如果对同一路段、同一管线的改造施工反复反复、缺乏规划,那给市民带来的就不是期待,而是困扰。这不仅影响了居民的正常生活秩序,还造成了资源浪费。

城市更新改造是件细活,城市管理者、建设者应从不断满足人民日益增长的美好生活需要的角度

出发,多想一点,想细一点,统筹有序推进城市道路和地下管线建设管理。

针对“马路拉链”、管线事故频发等问题,各地应从道路开挖、管线铺设、雨水管网安全防护等方面综合研判,加大统筹治理力度;应探索建立贯通部门、企业的协调联动机制,进一步强化城市基础设施建设的整体性、系统性,不断提升城市综合管理水平;要建立系统思维,统筹考虑城市建设和发展任务与方向,做到提前谋划、统一建设,科学管理,有效防范各自为政的情况发生。

城市建设为人民。各地在推进城市更新改造的过程中,还应广泛听取市民意见和建议,让每一项更新改造任务都经得起检验,真正正将好事办好。

潘世鹏

景区旅游“一票管三天”是对全域旅游的积极探索

“买一张票,可以连续三天入园”,近日,在广西南宁青秀山景区,不少游客在购票时得知这一消息,并看到,为便于查验,工作人员正将游客姓名、身份证号、购票日期等信息标注在票面上。已经在青秀山景区游玩两天的的一位外地游客告诉记者:“第一天没玩够,第二天第三天还能进来”作补充,这张门票买得很值。

传统的景区经营,门票经济占据绝对的主导地位。一边是游客匆匆忙忙,无法深度体验景区之美;另一边是景区单纯依赖门票收入,制约行业的长远发展。这一现状,亟待改变。如今,在广西127家A级旅游景区试行的“一票三日使用制”,不仅很有针对性,也展现出地方政府在旅游市场上主动求变的现实逻辑。

这一创新举措,是景区经营从“门票经济”向“产业经济”转型的积极探索。随着旅游市场的发展,游客更愿意为时间和体验付费,而非单纯地为景区买单。现实发展给旅游市场提出了新的更高要求,“一票三日使用制”正是对此的一种积极应对。同时,这也是对顶层设计的贯彻落实。早在2018年,国务院办公厅就下发了《关于促进全域旅游发展的指导意见》,要求走全域旅游发展的新路子,而从“门票经济”向“产业经济”转变,则是首要任务。

龙敏飞

“一票三日使用制”背后的思路与理念是对的,但理想与现实之间仍然存在一定差距。表面上来看,仍然存在一定差距。表面上来看,一些景区在门票政策下,人工登记导致的排队拥堵、闸机系统未适配人脸识别等技术短板,不仅影响游客体验,也消解了制度善意。深层次来看,延长游客停留时间后能否让游客,仍是破题的关键,若仅有“三日入园”政策而无配套的餐饮、住宿、文化体验等,门票政策红利会被不断稀释。

“一票三日使用制”的红利能否释放,关键在景区能否同步完成提质升级。随着景区门票政策带来的利好,景区应在加强自身品质上不断做文章,努力培育精品线路,积极完善公共服务,不断加大文创产品、旅游商品的创新力度,进一步提升游客的文化体验,增强景区的吸引力与竞争力。只有从景观展示转向文化叙事,从单一门票收入转向多元业态共生,才能更好地释放出这一政策的“乘数效应”。

“一票三日使用制”的真正价值,在于倒逼景区摆脱路径依赖,探索门票之外的生存之道。旅游行业的高质量发展,终究要回归到服务与体验上来。当景区不再只是简单地“卖风景”,而成为“卖时光”的生活空间,旅游经济的春天才会真正到来。

文化“新三样”何以走俏海外

许多人或许没想到,风靡国内的微短剧在国际市场上也颇受追捧。“真的让人上瘾!”这是一款面向海外的微短剧平台ReelShort上某热播剧的一条高赞评论。一名31岁的美国用户迷上微短剧后,以每年200美元的价格购买了该平台服务。

近年来,包括微短剧在内的网络影视剧以及网络文学、网络游戏,在海外市场迅速站稳脚跟,影响力持续扩大,成为文化出海“新三样”。数据显示,中国微短剧海外应用已突破300款,全球累计下载量逾4.7亿次,产品覆盖200多个国家和地区。大量网剧、网络文学、网络游戏走向海外,不仅丰富了文化“走出去”的品类,更推动中国文化实现破壁式传播。

以往,包饺子、打太极、说汉语等文化出海“老三样”,吸引的更多是中国文化爱好者。文化出海“新三样”则瞄准了更广泛受众,以共情语言打破文化隔阂。这些产品融入国外受众的日常文化消费,催生出新的文化传播方式。海外受众从中不仅可以看到来自中国的文化标志、历史符号,也能潜移默化地感受到我们的精神特质、文明内核,以及产品背后精良的制作水平、创新精神。

比如,ReelShort运营初期,直接把国内微短剧翻译后上线海外,市场反响平平。之后改变策略,从

输出内容转为输出标准、输出理念,演员、场景、剧本就地取材,不断贴近海外用户内容偏好,产品迅速出圈,全球日活跃用户达1000万人次。找准情感共鸣,融入当地特色,是文化传播的通行证。它让作品“落地生根”,也让文化交流“润物无声”。

当然,文化出海“新三样”中有些产品的质量还有较大提升空间。但中国文化产业以市场化的方式走向海外,实现从创意策划到制作播出的全方位输出,是令人鼓舞的进展,可以促进更深层次的文化互鉴,有利于形成更持久的文化影响力。

赢得流量只是第一步,文化出海不能满足于提供“电子榨菜”,还应追求价值沉淀。一方面,要树立全产业链思维,打造集创意设计、产品制作、品牌孵化、营销发行等于一体的全方位服务体系,构建良好的文化传播生态。

来西游神话当一回“天命人”,去网游世界做一次“电竞达人”……如今在海外有不少爱好的《黑神话:悟空》《全职高手》等中国文化产品,以优质的内容、新潮的技术和形式,展现着当代中国的魅力。这些作品背后,有着当代激动人心的发展故事。把它讲好,是我们的责任,也是给世界的礼物。

常晋

董宇辉获奖:文学依然可以让生活美丽

无数热爱文学的人的内心渴望”,那么接下来,就应该让热望变成一种行动,用文学让自己的生活美丽起来。借用特朗普MAGA的句式,“让生活再次美丽”。或许可以重新捡起阅读的习惯,享受阅读带来的美好体验。作为一个保守的人、怀旧的人,总觉得阅读带给人的享受,较之于当下热门的各种快餐式文化体验,更加深沉、持久,能够让生活变得更好,而不是更糟糕。

除了阅读,还可以是表达。表达是一种日常,但文化化的表达,首先能让表达者体验不一样的情绪。笔者有次去广州郊区白水寨游玩,一时兴起,写了一首不成样子的打油诗发到微信朋友圈,有学生看到回复

说:老师真棒,我上次去玩,只会说,哇,好大的瀑布。那一刻我感受到的喜悦是多重的,包括苦中作乐、遣词造句完成创作的喜悦,带着自珍的喜悦,被认可和赞美的喜悦。我想如果我只是在朋友圈发几张照片,再配上诸如“白水寨真美啊”之类的文字,固然也会收到诸多点赞,那点赞更多是冲着白水寨,而不是我。我得到的快乐,明显会少好几成。因此,在一些生活场景中,尝试文学化、诗意的表达,一定会让生活多几分亮色。精心创制的文学不一定都能照亮时代,但一定能够照亮自己,对于大多数人来说,这就足够了。当然,能够照亮身边的三两个人或者更多,那就更好了。周云