



八方来论

乐兵



评论聚焦

不少青年尤其是大学生面临就业时,遇到了不同程度的就业歧视:“‘双一流’高校毕业”“研究生学历”“不招女生”“35周岁以下”“没有慢性病”……针对如何减少就业歧视问题,全国两会期间,代表委员建议制定反就业歧视法。

(3月13日《中国青年报》)

消弭就业歧视亟待标本兼治

斯涵涵

平等就业权是公民的基本权利,是社会文明进步的体现,不能因民族、种族、性别、年龄、文化、宗教信仰、经济能力等而受到限制。但毋庸讳言,将诸多限制作为录用条件等已经成为招聘单位公开的潜规则,就业歧视屡禁不止。

近年来,我国对促进就业平等愈加重视。从2019年的《关于进一步规范招聘行为促进妇女就业的通知》,到2020年全国两会上,将反就业歧视纳入检察公益诉讼范围,再到代表委员们建议制定反就业歧视法,一系列反就业歧视政策

的出台,体现了关爱劳动者、促进公平就业的人文温暖。但良政须善为,法令重在落实,消弭就业歧视亟待正本清源,多措并举。

为此,政府应该建立联合约谈机制,健全司法救济机制,强化人力资源市场监管,依法实施失信惩戒,提高就业歧视的违法成本;其次通过增加专项补贴、政策和资金倾斜等手段,激励雇主聘用女性、残障人士等,在政策、资金上给予企业更多扶持;此外,还要畅通维权渠道,成立第三方监督机构,让劳动者不再孤军奋战。

反就业歧视重在共治

汪昌莲

由于工作性质、岗位需要等方面原因,招聘单位对应聘者提出一些特殊要求,这是可以理解的,应聘者应根据不同单位的具体要求,去应聘适合自己的岗位。但这些特殊要求必须有一条底线,不能无视科学、公平等要素。

虽然目前我国对这些歧视,并没有明确的法律规定,但如果涉及就业应聘,就可以在反就业歧视中找到相关法条。比如,《中华人民共和国劳动法》第三条规定,劳动者享有平等就业和选择职业的权利。又如,《就业促进法》第三条规定,劳动者依法享有平等就业和自主择业的权利,劳动者就业,不因民族、种族、性别、宗教信仰等不同而受歧视;第六十二条规定,违反本法规定,实施就业歧视的,劳动者可以向人民法院提起诉讼

讼。在今年全国两会上,又有全国人大代表和全国政协委员呼吁为反就业歧视立法,清除求职路上的“拦路虎”。

可见,反就业歧视,需精准治理。如果劳动者在就业时,遭遇各种歧视,要注意取得相应证据,比如相关录音、录像、广告里涉及颜值、属相、星座、地域的文字,劳动合同中对颜值、属相、星座、地域的限制等,可通过向人民法院提起诉讼,维护自身的劳动权益。就目前的形势而言,仅靠劳动者个体维权,显然难以扭转就业歧视,特别是,相关法律的缺失,也让劳动者遭遇维权困境。因此,立法部门应研究制定反就业歧视的专门法律条款,并将颜值、属相、星座、地域等各种歧视纳入其中,便于劳动者依法维权。

翡翠直播“越境交易”全是演戏、老坛酸菜包竟是土坑腌制、红薯粉条竟为廉价木薯所做……今年“3·15”晚会上,一批不法企业被集中曝光,让“李鬼”现出了原形,让“霸道店家”承担了应有代价。

今年“3·15”晚会的主题是“公平守正 安心消费”。公平是守护市场经济平稳健康发展的基础,是市场经济参与各方必须共同遵守的规则。消费公平,不仅包括消费者在公共消费中实现基本的权益均等,还包括在个人消费中按照消费者的意愿进行消费的权利。

然而现实中,有些商家利用自身的市场优势,故意钻信息不对称的空子,采取各种方法对消费者形成不公平的交易方式。

要营造安心消费的环境,相关职能部门既要妥善解决好消费者一起起消费纠纷的闹心事,更要下好先手棋、打好主动仗,在监督市场秩序和推动法律法规完善的进程中,对品牌、环保、质量、物流以及售后等环节要严格把关,逐步提升消费者的购物体验感与满意度,让广大消费者吃得安心、购得放心、用得舒心。

消费是终点也是新起点,加强消费者权益保护,不断改善消费环境,是加快释放内需潜力的主要着力点,也是推进高质量发展的应有之义。相关职能部门要发挥好监管作用,依法监管、公正执法、平等对待,既严厉打击制假者,也要打击售假者,以此铲除假货滋生的环境和土壤;企业要公平交易、公平竞争,摒弃投机取巧行为,在提高质量、注重品牌建设上下功夫;消费者也要提高防范意识,规避购物风险,理性消费,不贪图小便宜而忽视了对生产厂家的资质等相关资

料的查看询问,一旦发觉上当受骗,要积极举报,让自身的合法权益得到切实保护。

帮助更多消费者维权,要防止痛点问题久拖不决,演变成新的难点问题,要打通堵点、补齐短板,真心实意回应人民群众的期盼。推行监管下沉,实现精准施治、靶向治理,让每一起侵害消费者权益的事件都“被看见”“有人管”,让消费者权益保护“不掉线”,对侵害消费者权益的问题“露头就打”,创造消费者放心的良好环境。



画中有话

食品标签 不该“雾里看花”

不少老年人购物特别是购买食品类商品时,部分预包装食品上难以辨认的食品标签成了他们选购商品的绊脚石。有的商品生产日期既难找又难认,有的商品配料成分字体袖珍且与包装色靠色,部分捆绑销售促销商品甚至把生产日期、保质期等关键信息都“藏”了起来。(3月15日《北京青年报》)

食品标签是消费者对食品最直观的认知渠道,是消费者选购食品的重要参考。既然如此,食品标签应该全面充分保障消费者的知情权。笔者认为,相关部门对于食品标签的管理应有更具体的要求。第一,生产日期不宜各自为政,应统一规定标注部位,免除消费者到处寻找之苦;第二,禁止将生产日期、保质期、配料成分等有利于消费者的重要信息弱化甚至遮挡,倡导加大字号;第三,要求企业采用激光打印、钢印等标注生产日期,以防生产日期造假;此外,食品标签不规范,可视同不符合食品安全标准,并加大处罚。(何勇海)

刘大锺 绘



名城时评

◇张军修

让“赏花经济”好花常艳

媒体带来的传播效应整合乡村资源,发展乡村产业才是重中之重。

笔者以为,赏花经济具有较大的潜力,但如何做大做强赏花经济,还需在做出新“花样”上下功夫。首先,应在“花期”上做出“花样”。既举办春天的“赏花节”,也办好夏秋时节的“采摘节”。其次,应在赏花经济的链条上做出“花样”,将赏花经济与当地乡村旅游、振兴乡村经济

春光浪漫山花艳,乡村赏花人欢颜。在一片“乱花渐欲迷人眼”的景象中,遵义各地以花为“媒”做文章,吸引各地游客前来赏花踏青,让许多村民从中享受到了旅游经济的“红利”。

实际上,花只是一个媒介而已,更重要的是如何让“赏花经济”所带动的乡村旅游或乡村经济四季不衰。因此如何有效利用“赏花经济”创造的热点,借助新

结合起来,以市场化思路运作,引导企业生产销售一些适销对路的产品。通过差异化和增值服务,提升赏花旅游附加值,保证赏花经济可持续发展,变“赏花经济”为“常年经济”,为实现乡村振兴加油助力。

一花独放不是春,单一的项目和时间支撑不了整个产业。发展“赏花经济”,需要解决的问题是如何以花为媒,开发丰富多彩

的旅游配套产品,延长游客的停留时间,这样才能念好“花经”。能不能将单次赏花游客群转变为多次农产品消费的顾客群,是“赏花经济”能否真正撬动更大范围经济发展的关键。如何让“赏花经济”的“花期”更持久,相关职能部门应继续加大引导和扶持力度,对“赏花经济”发展的模式做一些赏花和美食结合,延长产业链等新的探索。

文明健康
绿色环保

做好自我防护
就是关爱他人
遵守文明行为
就是奉献社会

中共遵义市委宣传部
遵义市精神文明办 宣文明健康
绿色环保

降低感染病毒风险
从“**口罩文明**”开始

中共遵义市委宣传部
遵义市精神文明办 宣