

火热消费激活经济澎湃活力

刚刚过去的国庆假期,遵义消费市场暖意融融、人气高涨。全市精准投放系列惠民促消费政策,通过真金白银补贴,打出一套力度足、覆盖广、实效强的“政策组合拳”,惠及多个领域,推动全市假日经济实现量质齐升。

国庆假期,遵义消费市场持续攀升。各类特色活动接续上演,消费场景持续迭代升级,市场供给丰富多元,一派热闹非凡的假日景象,充分展现了遵义经济的活力。

市场红火的底气,蕴藏在亮眼的消费数据之中。国庆假期,遵义

累计接待游客814.35万人次,实现旅游总花费51.43亿元。全市各大景区、文博场馆游人云集,网红餐饮店、老字号门店座无虚席,商圈街区客流涌动,一幅幅生动图景勾勒出消费市场人财两旺的喜人态势。这份繁荣,是政策红利精准落地、文商体旅深度融合等多重因素共同作用的成果。

这个假期,遵义消费市场呈现诸多亮点:看内容,老字号、国风潮玩频频出圈,绿色、智能、健康类产品广受青睐;看动能,新中式旅游、体验式消费成为新增长点;看格

局,游购娱场景交互、多业态融合集聚发展。

消费市场热辣滚烫,在于遵义始终练好内功、练强外功。一方面坚持向新而行,精准洞察情绪消费、文化认同等新需求,用新产品丰富多元供给,用新玩法拓展文旅空间,用新场景激活消费潜力,“赛事+文旅”“非遗+市集”“赛事+餐饮”等复合模式点燃消费新引擎;另一方面向优而进,用十足诚意与满心诚意,持续打好优惠福利组合拳、下足优质服务绣花功,并将分散资源系统化、随机消费链条化,激荡起一圈圈

高品质、个性化消费的涟漪。

人潮涌动的方向,是丈量消费市场动向的无形标尺。在需求端持续分化、消费偏好快速变化的今天,遵义应以此为样本,全面梳理、系统分析假期消费热点、旅客流量等数据,更加突出对目标客群的精准设计和优质供给,加强业态融合、产品融合、市场融合、服务融合,进一步优化消费供给、丰富消费选择、创新消费场景,让高品质消费更有张力、高质量发展更具活力,这样才能延续消费市场人财两旺的好势头。

年轻人游菜市场图什么?

国庆假期,各大热门景区依旧人头攒动,但不少年轻人却拖着行李,扎进城市里的农贸市场。眼下,“菜市场漫游”正在走红,成为假期文旅的新选择。

与其到热门城市、热门景区“人看人”,不如反向行动“奔县游”、逛菜市场,这是当下不少年轻人的新选择。那么不少年轻人为何“漫游”菜市场?

这需要从两个角度观察。一方面,菜市场能为年轻人提供多种价值。与一些传统菜市场脏乱差不同的是,如今很多菜市场环境整洁、功能分区清晰、物资供应丰富,能“一站式”解决吃饭、购物等多种需求。而且各地菜市场都有地方特色,如沿海地区菜市场主要特色是海鲜,而北方菜市场都有地方特色农产品,加之售价低,成为市民与游客的目的地。

更重要的是,菜市场能集中提供原生态的地方方言、土特产、服饰、烟火气息等。比如,小贩吆喝声在城市大街上越来越少,但在菜市场仍然很常见。再如,现场制售的各种特色美食,热气中弥漫着香

味,这难免刺激年轻人咽口水。坦率说,城市在改造中不断变“新”,只有菜市场仍保留着一些原汁原味的东西,是外界观察当地风土民情的重要窗口。

另一方面,年轻人追求不一样的生活方式。近些年来,年轻人的旅游方式呈现出多元化、个性化、反向化等特点。“菜市场漫游”与热门景区游相比同样有反向特点。

在很多人今天仍被从众心理支配的情况下,年轻人选择自己喜欢的旅游目的地,体验与众不同的地域生活和文化,这恰恰说明年轻人没有被社会大潮裹挟,而是活出了自己的精彩。这种人间清醒、独立个性是值得肯定的。尤其是,现在的年轻人吃饭下馆子、点外卖,很少体验真正的烟火气,而“菜市场漫游”恰恰弥补了年轻人生活方面的一些缺憾。

同时,这也提醒各地有关方面重新看待、定义菜市场等充满烟火气息的公共场所。当菜市场也有一定旅游属性,那么强化特色、改进服务,接待外地游客也是实现社会效益、经济效益的一种路径。

建言献策

◇吴维煌

打印作业由谁买单?

国庆期间,“孩子打印作业的开销,家长直呼扛不住”,上了热搜。(10月6日大象新闻)

当下,布置打印作业已经成为常态,不少老师会不定期乃至不时布置打印作业。如果家里不买打印机,家长要经常出去打印;如果打印作业的量比较大,家长可能一次打印就要花二三十元打印费。

如果是偶尔花二三十元打印费,大多数学生家庭是能够承受的,当每周要多次花几十元打印费时,的确会让部分学生家庭扛不住。有四年级学生家长反映,每周要打印三四次作业,单科一学期打印费用最高可达300元,将多个学科的打印费加起来,是一笔不小的开支。

为了降低打印开支,一台随时待命的打印机成了很多家庭的新标配。多的时候,一晚上得打印几十页,一盒打印纸没几天就用完了,长年累月算下来,用于打印作业的开支不是小数目。

当打印作业成为一些家庭的经济负担时,应该由谁为打印作业

买单,就成为不能回避的新问题。

不少家长认为,打印作业应该包含在按规定收取的资料费中,由学校买单,确切地说应该是老师在学校统一打印好以后发给学生,但学校并无这项经费预算。此时,打印费该由谁买单的问题应引起重视。

为了解决这个问题,可家校协商,对每门功课打印作业的种类与数量做出具体规定,例如:哪些作业应该由学校统一打印、哪些作业无需打印、学生自行打印的上限是多少,并要求教师严格按照规定布置打印作业。如果某教师确实需要布置超出规定的打印作业,应提前跟家长沟通。如果家长不愿意承担超出规定的打印费用,应允许学生在作业本上完成作业。

除此之外,有条件的学校也可探索优化公共服务供给,例如面向学生开放校内打印点位,以成本价为学生提供打印服务,或是通过争取专项经费、整合已有资源的方式,为学生家庭减轻开支负担。

有话直说

◇戴先任

“赶海游”不能成了“闹海游”

十一假期,亲近自然的赶海游热度高涨,然而记者在海南三亚、陵水调查发现,不少商业赶海侵入红树林保护区、禁用渔具“绝户网”地笼泛滥、底栖生物遭到频繁采挖。(10月7日央视新闻客户端)

红树林是生长在海岸潮间带的湿地木本群落,被称为“海岸卫士”。近年来我国大力推进红树林保护和修复,成为世界上少数红树林面积净增加的国家之一。但一些地方仍存在破坏红树林的乱象:比如建楼,企业违规施工破坏红树林,还有修建虾塘、开采矿产破坏红树林等。而像红树林保护区成为赶海“乐园”,则是近些年兴起,对红树林的破坏同样不容忽视。

对于久居城市的游客来说,赶海这样的捕猎行为能够刺激他们的征服欲、探险欲,满足他们的深度体验感。一些商家从中看到商机,组织商业赶海活动,通过网络平台进行宣传,招揽游客。网络平台算法推荐、直播带货推波助澜;家长自然教育需求旺盛,但正规渠道不足等,都是商业赶海甚嚣尘上的重要原因。

红树林保护区不能沦为赶海“乐园”,要叫停各类破坏近海生态的逐利行为,需要相关部门加强管理,进行全面整治。同时,网络平台也应尽好管理责任,对各类赶海攻略、“种草帖”等,严格把关与管理,建立违规内容下架机制,不能让平台成了违规商业赶海的帮凶。

面对游客旺盛的赶海需求,应疏堵结合。比如可以在并非保护区的海岸,开辟专供游客赶海的区域,明确管理主体和责任,开发安全与环保可控的赶海项目,满足游客赶海深度游的需求。通过提供更优质的多元化产品与服务,让游客的亲水需求有正规出口,这样才可能实现当地与游客的双赢。

画中有话

国庆假期,很多人选择出游或是返乡,可家里的“毛孩子”却不方便带着一起走。除了传统的寄养,如今越来越多的养宠人会选择宠物上门喂养照料服务。

上门喂养成了假期里的热门生意,但是热闹的背后,产生的纠纷也不少。消费实践中,存在服务质量缩水、资质不全、收费不透明等问题。尤其是,目前行业准入宽松、服务无统一标准,多数交易仅凭口头约定,缺乏正规合同约定,双向安全风险突出,也制约行业健康发展。

针对行业发展乱象,主管部门当给行业发展“立规”。一方面,出台宠物上门喂养专项服务规范标准,明确行业准入门槛、从业资质要求、标准化服务流程和统一收费准则;另一方面,健全行业权责与纠纷处置细则。

同时,行业自身当强化自我监管。从业者需严格按照约定完成服务内容。交易平台需切实履行主体责任,完善管理机制,对入驻服务人员进行严格的资质审核与备案,建立服务评价与信用体系,同时为从业者和消费者配套相关保险保障。

(杨玉龙)

热点时评

◇李英锋

以开除压制维权员工是记昏招

公司拟大规模降薪调岗,员工在工作群收集证据、探讨维权方法,是否属于“破坏公司团结、严重损害公司利益”?在重庆市高级人民法院近期发布的一起典型案例中,曾在某科技公司任职的周某就因此被公司开除,法院判决公司解除劳动关系系违法。(10月8日《工人日报》)

公司存在降薪调岗、延迟发放工资的客观事实,直接影响员工的合法权益,自然会引发员工的维权。员工在工作微信群交流维权信息,是一种正常、合理的反应。

公司不正视问题,不与劳动者积极沟通协商,不接受劳动者正当的维权监督,反而因劳动者在工作群讨论维权事宜恼羞成怒,以开除劳动者的方式打击报复劳动者,是一记昏招。

法院对案涉公司的做法给出否定性司法评价,维护了案涉劳动者的合法权益,宣告了劳动者在工作群进行维权准备的合法性、正当性,也给企业敲响了用工管理的法律警钟。

第一层警示:工作群不是企业的权力禁脔。工作群是一个双

向交流的平台,劳动者在工作群不只有“收到”“报告”的份,也有表达合理诉求、提出批评建议的权利。

第二层警示:企业开除劳动者不能想当然,不能意气用事。开除,是最严厉的劳动惩戒,其适用情形和条件是严苛的。根据劳动法、劳动合同法,只有劳动者出现“严重违反劳动纪律或者用人单位规章制度”“严重失职,营私舞弊,对用人单位利益造成重大损害”“被依法追究刑事责任”等法定情形时,用人单位才可单方

解除劳动合同。

第三层警示:企业惩戒劳动者的依据必须站得住脚。劳动合同法明确:用人单位应当依法建立和完善劳动规章制度。用人单位制定直接涉及劳动者切身利益的规章制度,应当经职工代表大会或者全体职工讨论,与工会或者职工代表平等协商确定,还应当将规章制度公示,或告知劳动者。如果规章制度在实质内容上违法,或在制定程序上有漏洞——未履行民主制定程序,就缺乏法律效力。

有感而发

◇王军荣

盲盒笔盯上小学生背后的真问题

继小马宝莉卡、奥特曼卡之后,又一种要“抽”的玩意儿占据了小学周边文具店的货架。它被装在两指宽的纸盒里,5元至20元一支,拆开才知道是什么款式。有孩子一支一支地买,也有整盒往家抱的。记者调查发现,这种放在文具区的盲盒笔,集齐难度比普通盲盒还要高。对其“上瘾”的,还是小学生群体。(10月8日《北京晚报》)

小学生又被盯上了,这回是盲盒笔。小学生还未成年,他们抵抗诱惑的能力还很低,只要学

校附近的商店“刮风”,他们总是会被吹到,又开始演绎以前的那一幕。别只责怪小学生“管不住手”,在实际层面,依然存在着伸向小学生的“黑手”。

这些“黑手”之所以能牢牢抓住小学生的消费欲望,主要还是利用了未成年群体的收藏攀比心理与消费不理性的特点。

2023年6月,市场监管总局印发《盲盒经营行为规范指引(试行)》,明确盲盒经营是指经营者在合法经营范围内,在事先告知商品或者服务的特定范围而不告

知商品确定型号、款式或者服务内容的前提下,通过互联网、实体店、自动贩卖机等形式,以消费者随机抽取的方式销售特定范围内商品或者服务的经营模式。指引同时要求,盲盒经营者不得向未满8周岁的未成年人销售盲盒。现实却是市民高女士家两个孩子陆陆续续买了近百支盲盒笔,10元一支,花出去近千元。孩子买的时候还不到8岁。

一些商家将利润建立在小学生的成瘾性消费上,在产品设计上吸引小学生,在销售方式上让

小学生欲罢不能。

保护小学生,不能总是等到伤害发生之后。我们需要的是真正的防线,多些前置的监督,多些刚性的执行,更多些惩罚性处罚。只要“黑手”一伸向小学生,就会受到最为严厉的惩罚。

小学生是脆弱的消费群体,他们缺乏判断力、自控力和维权能力。正因如此,他们容易被盯上,成为被收割的对象。“受伤”的都是小学生,很大原因是保护机制还不够。是时候改变这种恶性循环了。