



流动人口的分布直接关系到劳动力的空间配置,对于我国区域均衡发展有着重大的意义,同时,流向的分布也直接决定了不同地区流动人口对基本公共服务的需求,是动态完善人口流动治理体系的基础。当前我国人口流动所呈现出的空间特点变化,更加凸显了人口流动治理体系对于推动流动人口区域协调布局的重要性,也要求政府和学者持续跟踪、监测,把握流动人口分布和人口流向的最新形势。

——北京日报:《当前我国人口流动新特征新趋势》

客观来看,在消费者已经对商家和平台有些失望的前提下,同时非理性的狂热消费思想逐渐回归理性,购物节逐渐变得日常和平淡,这是消费环境下的必然趋势。理性消费和诚意满满的好价购物,让平台、商家和消费者都能有良好的消费环境下受益,这是大家当下都存在的一个需求和期盼。

——红网:《淘宝取消双12活动,究竟是文字游戏还是诚意满满?》



【本期话题】

招护士要博士研究生

近日,四川大学华西第二医院在官网发布批量招聘护理、技师、药师等公告,其中护理岗位招34人,专业要求临床护理学,学历要求硕士研究生/博士研究生。你怎么看?

【议论纷纷】

@关育兵 在普通公众看来,护士的工作更多是实操性的,完全不需要如此高的学历。人们更多的是担心,怕形成新的内卷。

@大美泽州 以学历来筛选人才,会否筛孔过大,反而把一些适合护理工作的优秀人才拒之门外?

【下期话题】

打工人做副业引热议

近期,关于“打工人做副业是对还是错”的话题引发社会热议。智联招聘发布的一份调查数据显示,53.9%的职场人士,正在从事兼职。而这一比例在“00后”受访者当中,更是达到了54.4%。你怎么看?

打造家政服务品牌正当时

□知新

26日上午,南通市第二届家政服务业职业技能竞赛正式开幕,来自各县(市、区)数十家单位的200余名选手进行职业技能“大比武”。

(11月27日本报2版)

民间从来不乏能工巧匠,通过这场家政服务业职业技能竞赛,既能让一大批家政服务高手脱颖而出,也能全面提升行业技能水平,对推动南通家政服务业高品质、高端化发展是大有裨益的。

当前,南通家政服务业发展驶入了快车道,形成了不可小视的经济新动能。月嫂吃香、育婴师走俏、家政员供不应求,这是

一种可喜的现象,但快速发展的家政服务业也面临着专业人才短缺、服务质量参差不齐等“成长中的烦恼”。

培育一支高素质的家政服务人员队伍,是家政行业转型升级、理性发展的必由之路。当前,家政服务领域在不断拓展、分工在日益细化,既要持之以恒地抓好技能培训、岗位练兵,还应推行等级评定、员工制等工作,从而不断提高从业人员的技能水平、护理能力,以过硬的本领、规范的服务赢得认可,实现物有所值。在此基础上,加强行业监管必不可少,应把重心放到市场准入、资质审核、从业人员健康认证、严打市场

失范等方面,并健全有章可循的信用记录和奖惩机制,从而倒逼家政行业来一次涅槃。

目前,南通家政服务业还没有响当当的品牌,龙头企业的带动效应还不明显。因此,既要靠含金量十足的政策扶持,也应靠行业内部的有效治理,同时大力拓展“互联网+家政”等新业态、新模式,持续打造“龙头企业”、培育“名牌企业”,让系统化、规范化、标准化占据主导,从而不断满足人们多样化的需求。



为举办田园式集体婚礼叫好

□井夫

26日,如皋市城北街道,一场“遇见美好”田园式集体婚礼在平园池村农业科技示范基地举行,8对新人以简约又不失浪漫的方式携手走进婚姻的殿堂。

(11月27日本报1版)

据报道,本次集体婚礼以当地农产品草莓为元素,设置了采摘体验、游园打卡等环节,旨在进一步助力农、文、旅融合发展,倡导健康文明嫁娶新风尚。

眼下,许多新人选择奢华的方式举办婚礼,比如:有的举办豪华式婚礼,讲排场、摆阔气,仅豪车就达十

几辆,甚至几十辆;有的婚礼大摆宴席,铺张浪费,婚宴摆了数十桌,甚至上百桌。结果,不少新人婚礼“风光光”,婚后“负债累累”。真的是“打肿脸充胖子”,死要面子活受罪。

其实,新人举办一场什么样的婚礼并不重要,重要的在于是否具有特殊的纪念意义。比如,如皋的这场田园式集体婚礼就很有特殊的纪念意义。一来,这场田园式集体婚礼选择在农业科技示范基地举行,这与很多新人选择把婚礼现场摆在大酒店里相比,显然是别具一格,令人耳目一新。二

来,这场田园式集体婚礼以采摘体验、游园打卡的方式呈现出来,无疑更具新颖、乐趣,也更具浪漫色彩。同时,更为重要的是,这场田园式集体婚礼不仅倡导了健康文明的嫁娶新风尚,而且也助力了农、文、旅的融合发展。这样的婚礼难道没有特殊的纪念意义吗?答案不言而喻。

期待有更多的新人不妨多多学习、借鉴举办田园式集体婚礼的好做法,多些简约、少些铺张,多些浪漫、少些庸俗,从而让健康文明的嫁娶新风尚成为一种新潮流。

“国考热”背后的现实隐喻

□徐干

26日下午5时,2024年度中央机关及其直属机构考试录用公务员公共科目笔试结束。本次国考报名人数首次突破300万,平均约77人竞争一个岗位,最热职位报录比达到3572:1。

(11月27日新华网)

近些年来,关于公务员考试的话题已成了每年的热点新闻之一,今年也不例外。

众所周知,实行公务员考试制度,是选拔国家和政府机关工作人员的一项科学措施。众多学子和有识之士积极参加国考,着实是一件

令人欣喜的事情。然而,面对这种持续不减的考“碗”热,我们还需保持一个清醒的头脑。

其实,国考虽热,但不是所有岗位都热,热得撩人和冷得出奇同时存在。据统计,除招考条件相对较松的一些职位外,人们争相报考的多为一些通常意义上享受“实权性质”和目前待遇较好的职位,如组织部门、党委和政府的办公室、税务局等;而一些所谓的冷门系统,如气象局、档案局等,有时竟无人问津。“国考热”中冷热不均给我们提供的是一面透视镜。它固然反映了报考者对权力

缺乏清洁的心态,用市场投资的眼光在考量权力,但另一方面确实又折射出掌钱掌权部门给个人带来的“含金量”和“含钱量”。因此,与其追问人们为何追逐热门职位,与其炮轰人们向往权与钱,不如规范权力,把权力关进制度的笼子,保证权力正确行使而不被滥用。

“国考热”给我们提供的是一个观测和评估社会现状的坐标。无论是创业精神的消退还是“官本位”的滋生,都是社会现实的产物。从这个意义上来说,“国考热”正是对政治生态、社会生态、经济生态失衡的一个警示。



虚标高价

最近“国产羽绒服卖到7000元”的报道引发关注。作为服装制造和贸易商,孟卓对此颇为不解。“有部分高价的情况都是标价,实际售卖时往往都是有折扣的。”孟卓打开手机上的电商平台展示说,“你看有的标价2000元,打完折到手就129元。”为此,记者进行了调查采访,防寒服的供应商们道出真相:标价并非实价,高价也非涨价。

(11月27日第一财经)

莫自断升级之路

□张西流

不可否认,国货服装品牌走俏,成消费新宠,是件值得庆幸的好事。然而,国产羽绒服虚标“高价”,有的吊牌价达到实际价格的5倍以上,这显然让国产品牌失去消费者的信任,无异于竭泽而渔,自断国产品牌升级之路。

这件事也再次警示中国企业:品牌之路需“且行且珍惜”。首先,针对商家虚标“高价”的违规行为,品牌方应当尽快行动起来,维护品牌形象。其次,监管部门也应积极作为,加强监管和引导,维护市场秩序,为国货品牌发展创造良好环境。总之,要倾力打造民族品牌,逐步实现“制造大国”向“品牌大国”的质变,增强国产品牌的吸引力与公信力。

当心损人不利己

□余明辉

当下,一些品牌羽绒服吊牌价“标价非实价”,甚至几倍虚高,然后在消费者购买时,再以虚假打折的方式吸引消费者购买。这样做,不但违反了相关法规的规定,而且对消费者、其他经营者等,显然是一种隐形的交易不公和不正当竞争。

我国消费者权益保护法规定,消费者享有公平交易的权利。消费者在购买商品或者接受服务时,有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件。反不正当竞争法规定,经营者不得编造、传播虚假信息或者误导性信息,损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。

针对羽绒服“标价非实价”、多倍虚高这种本质上损人不利己、负面影响多多的现象,有关方面有必要审慎研究及时应对,尤其是在羽绒服等市场经济已经深入发展的当下,既保护消费者利益,也理顺行业发展秩序,更有必要性和紧迫性。