

稳就业就是稳大局

发掘岗位资源 拓展就业空间

本报记者 余颖

就业是最大的民生。今年以来,相关部门出台一系列政策,释放出加强研判就业形势、加码稳住就业基本盘的强烈信号。稳就业过程中还有哪些问题需要解决,又有哪些创新做法?为此,关注版推出“稳就业就是稳大局”系列报道。

受国内疫情点多、面广、频发和国际形势更趋复杂严峻等因素影响,当前市场主体困难增多,部分重点群体求职难度加大,就业形势持续承压,稳就业已成为当下最紧迫的任务之一。稳就业,从哪里挖潜力?还有哪些堵点难点要打通?

释放创业动能

在大多数人眼里,今年不是创业的好时候。但来自市场监管总局的数据也透露出另一个信息——今年1月份至4月份,我国共新设898.7万户市场主体,在较大基数的基础上仍然实现了正增长。

武汉周周末了信息科技有限公司就是今年2月底才成立的企业,还一头扎入了旅游业。公司创始人周东来很直率地用“非常惨”描绘当下的旅游业,可机会也应运而生。近期,周周末了专为了客源酒店做培训和营销方案定制,3个月做了近100场直播,观看人次近100万,累计营收近30万元。

武汉大热荒野科技有限公司也是一家在疫情中成长起来的公司。创始人朱显告诉记者,他原本是境外旅游服务平台包车的高管,出境游受挫,有一次他跟几个朋友去自驾游,发现要想美美地露营,大到天幕帐篷、烧烤架、露营椅,小到氛围灯、咖啡壶、投影仪,需要的设备有200多种,售价数千元,一般人承受不起。朱显看准户外是消费升级的趋势,于是在2020年跟朋友创办了“大热荒野”,专做拎包入住的精致露营。从三亚起家,经过2021年的筹备,迎来了今年的爆发。作为行业头部品牌企业,大热荒野已在全国15个城市开辟了40多个营地,还完成了两轮融资。

创业虽难,却是带动就业的蓄水池。目前,大热荒野员工数量超过100人,周周末了今年也新聘了应届毕业生。此时此刻,创业者们可能过得并不容易。但是,相信如果有一双发现用户需求的眼睛、找准行业发展趋势,在最艰难的时刻也能找到良机。

为了帮助仍有创业意愿和能力的创业者,国家发展改革委政策研究室副主任、新闻发言人孟玮表示,将清理取消对就业创业的不合理限制,加强返乡入乡创业园等平台建设,鼓励返乡入乡创业,不断释放创新创业动能。

平台经济是重要抓手

采访中,几位受访者都选择了线上线下融合开展业务,或者直接通过平台经济实现

就业。这意味着平台经济依然是稳市场主体、稳就业的重要抓手。

周东来最近为成都青城山的一家酒店设计了推广方案,通过抖音、小红书等平台达人种草,一个599元的住宿+下午茶套餐,销售已超过2700份,而这仅仅是一位博主的成绩。还有1天卖出10000间房的云南普洱德庭花园酒店,为西藏平措康桑酒店策划的试睡员活动,带来了百万流量。

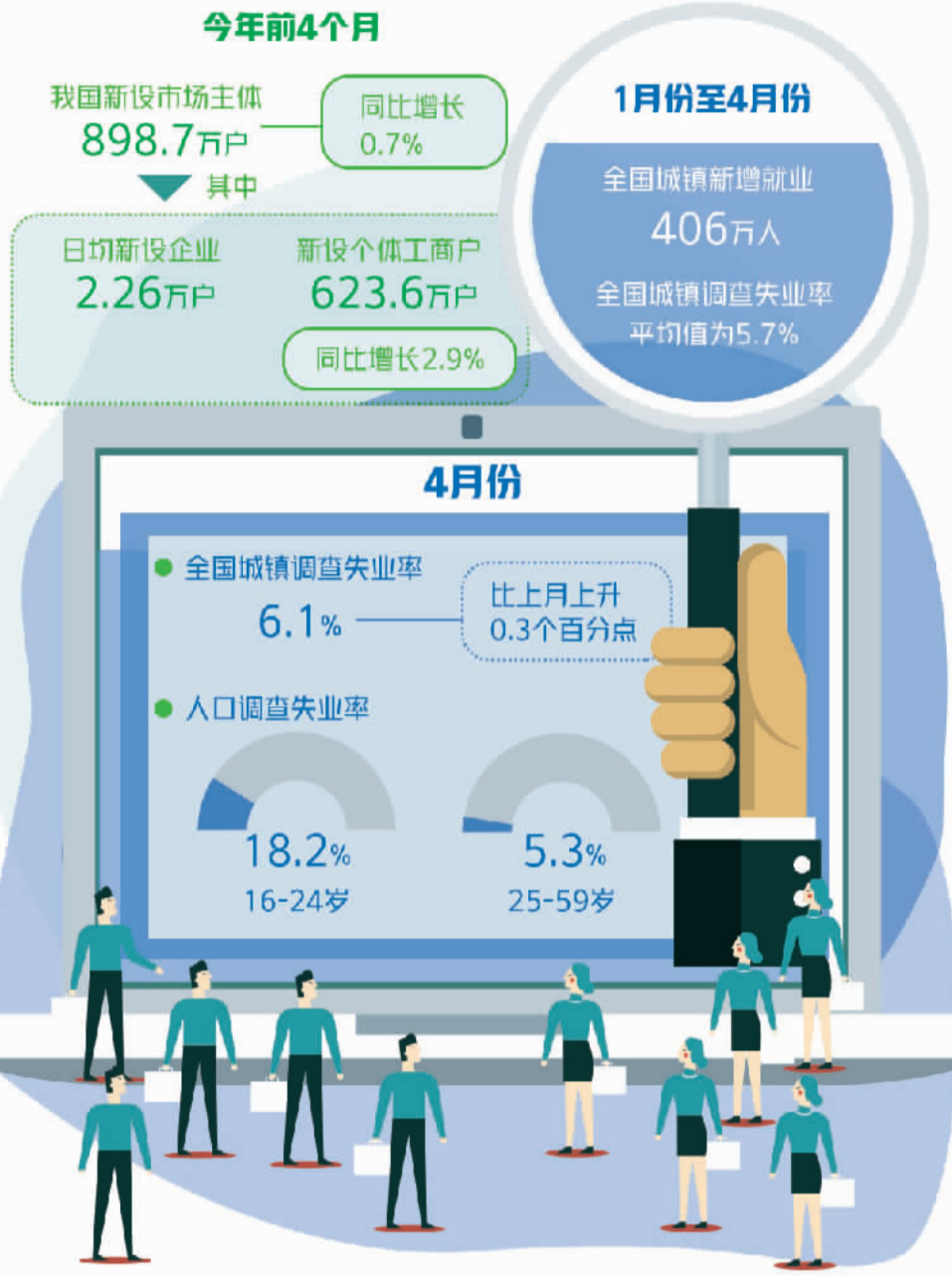
大热荒野同样选择了美团、点评、小红书等平台做“冷启动”。“这些平台流量大,种草能力强,目前我们约40%的订单量来自美团、点评。”朱显告诉记者,他们近期正与美团、点评合作,准备利用平台与全国景区的紧密联系拓展景区营地,“不少景区反应非常积极”。

平台企业跨越地域、流量集中的特点,不仅帮助蓄力期较长的服务型新产业加速奔跑,还成为销售企业渡过难关的另一条腿。

河南南阳药益宝艾草有限公司销售经理王海告诉记者,从2020年开始,公司在线下业务的基础上,重点投入拼多多平台,去年新招了20名电商人才打造养生馆直播间。得益于消费者对健康的重视,2021年电子商务营销业务增长50%,今年势头比去年还要好。“去年以来,我们整合了2家本地企业,一家种植合作社,目前公司员工人数已达120余人。”王海说,随着线上市场的开拓,今年电商部门还打算再招几个人。

平台企业本身也是吸纳灵活就业的大户。2021年有527万骑手在美团获得收入。还有一些就业困难群体通过平台企业实现了就业,45岁的李林林就是其中之一。李林林是河北省张家口市张北县人,身患残疾,很难找到工作,一直靠着低保和残疾补助维持生活,独自抚养女儿。2021年,她通过阿里巴巴集团的“数字木兰”项目,进入家门口的假发生产孵化基地工作,疫情期间每月也有约1600元收入。今年春节,李林林第一次给女儿买了新衣服。目前,阿里巴巴在全国多个县域建立了37家客服中心,协调“数字木兰”就业培训计划,为“李林林”们创造了1.1万个就业机会。

“近期,国家多次强调促进平台经济健康发展,带动更多就业。”首都经济贸易大学中国新就业形态研究中心主任张成刚表示,但现在部分平台经济自身也遇到了需求下降、预期不稳的问题。他建议,一方面可制定政策,鼓励能配合疫情防控的生鲜电商、同城配送等平台继续发力;另一方面要尽快



落实中央精神,完成平台经济专项整改,出台支持平台经济规范健康发展的具体措施。

稳就业是系统工程

5月25日,国务院召开全国稳住经济大盘电视电话会议,强调帮扶市场主体纾困、稳岗拓岗等政策能出尽出。此前,国务院常务会议提出了5条稳就业的具体举措,第一条就是推进企业在做好疫情防控条件下复工复产。这也是所有稳就业措施中,市场主体最迫切的期盼。

“北京的营地停了,上海周边的营地也停了。”朱显说,为了保证安全,大热荒野“五一”前夕光北京就退单了100多万元。“我们全力配合疫情防控,但我们占地面积20亩的营地只容纳十几顶帐篷,约100人,人员密度并不大。希望在做好防护的前提下,能尽快复工。”

当前,如何在做好疫情防控的同时完成

经济社会发展任务,已成为各地各部门面临的考验之一。近期全国疫情逐渐好转,上海也发布了《上海市加快经济恢复和重振行动方案》。

张成刚认为,稳就业是系统工程,疫情影响只是一方面,目前国内经济困难的主要原因是各类因素推动导致的微观层面经济失序,市场主体在高度不确定环境中加速收缩,理性自保。

他建议,保市场主体应该强调保基本、保运转、保生存。一是在精准防控基础上尽快推动复工复产,推进各类市场主体尽快恢复运营。二是保障涉及复工复产的原材料、供应链、劳动力等要素尽快恢复到位,为打赢疫情防控阻击战提供必须的物质基础。三是对重点群体,如基本收入受损的中小商户、灵活就业者、就业困难群体等发放基本收入,保障其基本生存。“总之,要尽力防止市场主体在当前环境下持续受损或退出,通过稳市场主体来稳经济和稳就业。”张成刚说。

成品油年内第九次上调

本报熊丽

据国家发展改革委消息,根据近期国际市场油价变化情况,按照现行成品油价格形成机制,自2022年5月30日24时起,国内汽、柴油价格每吨分别提高400元和390元。

本次是2022年国内成品油第十次调价,也是年内第九次上调。调价后,今年成品油调价呈现出“九涨一跌零搁浅”的格局。折合升价后,92#汽油每升上调0.31元,0#柴油每升上调0.33元。以油箱容量50升的普通私家车计算,加满一箱油将多花15.5元左右。据隆众资讯成品油分析师徐雯雯测算,对市区百公里耗油7升至8升的车型而言,平均每行驶100公里费用增加2.2元左右;对满载50吨的大型物流运输车辆而言,平均每行驶100公里燃油费用增加13.2元左右。

国家发展改革委价格监测中心监测显示,本轮成品油调价周期内(5月16日至5月27日)国际油价震荡上行,伦敦布伦特、纽约WTI平均油价比上轮调价周期大幅上涨5.94%。

粽子包装该“瘦身”了

本报记者 郭静原

端午节将至,各种品牌的粽子礼盒占据超市最显眼位置。这些琳琅满目的粽子产品是否也让您挑花了眼?粽子和月饼等食品的包装具有保护商品、方便储运、引导消费等功能。但过度包装既浪费了资源能源,又增加了消费者负担,产生的包装废弃物更对环境造成污染。

为倡导绿色生产和绿色消费,促进月饼和粽子产业高质量发展,市场监管总局(标准委)近日批准发布GB 23350-2021《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》国家标准第1号修改单。修改单新增了哪些内容?食品过度包装问题如何约束?记者就此采访了市场监管总局相关负责人。

市场监管总局标准技术司司长刘洪生介绍,去年修订发布的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》国家标准规定了食品和化妆品的包装空隙率、包装层数、包装成本等方面的技术要求,涵盖了糕点、酒类、茶叶、保健食品等31类食品。但与其他食品相比,月饼、粽子的过度包装问题仍相对突出,个别甚至还存在使用贵重材料、混装高价值商品等现象,需要进一步对月饼和粽子包装要求再细化、再加强。

为让粽子等包装“瘦身”和“轻装上架”,市场监管总局(标准委)会同工业和信息化部等部门,组织相关标准化技术委员会和技术机构,制定发布了《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》国家标准第1号修改单。修改单具体内容包括:一是减少包装层数,将粽子等食品的包装层数从最多不超过四层减少为最多不超过三层。二是压缩包装空隙。必要空间系数是包装空隙的核心指标,反映了包装紧凑程度,数值越小表示包装空隙越小。此次将粽子的必要空间系数从12降低为5,相当于包装体积缩减了58%。三是降低包装成本,对于销售价格100元以上的粽子,将包装成本占销售价格的比例从20%调减为15%;对于销售价格100元以下的月饼和粽子,包装成本占比保持20%不变,其中包装成本

粽子包装该“瘦身”了

《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》国家标准第1号修改单将粽子的包装层数从最多不超过四层减少为最多不超过三层;将粽子的必要空间系数从12降低为5,相当于包装体积缩减了58%;销售价格100元以上的粽子,将包装成本占销售价格的比例从20%调减为15%;规定粽子不应与超过其价格的其他产品混装。

一般指食品企业与包装企业签订的包装采购价格,销售价格一般指食品企业与销售企业签订的合同销售价格;同时要求包装材料不得使用贵金属和红木材料。四是严格混装要求,规定粽子不应与超过其价格的其他产品混装。

据检查发现,当下仍有不少食品企业存在过度包装问题。2021年,上海市市场监督管理局开展的商品过度包装计量监督抽查结果显示:蜂产品、茶叶的过度包装问题发现率超过20%;方便食品、糖果制品的过度包装问题发现率在10%至20%之间;乳制品、糕点、固体饮料、肉制品、可可及焙烤咖啡产品等5种食品的过度包装问题发现率在10%。

“当前,‘安全实用、节约资源、绿色简约、消费友好’的食品包装理念还没有成为食品生产企业普遍的行动自觉,主要表现为产品包装层次过多、包装空隙过大、选材用料过度、包装成本过高等。这种现象在月饼、粽子、蜂产品、茶叶、酒类等礼盒装食品中尤为突出,甚至有的企业舍本逐末,重‘颜值’轻‘品质’,群众反映十分强烈。”市场监管总局食品生产司副司长黄敏说。

热评

治理网络直播打赏

乱象,意在为未成年人

筑牢全方位网络保护屏

障,引导网络直播行业

健康持续发展,需要全

社会共同努力。

康琼艳

近期,文化和旅游部、网信办等四部门联合发布《关于规范网络直播打赏 加强未成年人保护的意见》。作为网络直播领域首次出台的未成年人保护专项文件,《意见》体现了对未成年人网络权益保护的空前重视,也凸显出监管部门从严规范网络直播,促进平台企业健康发展的态度。

近年来,网络直播迅速兴起,在推动行业发展、丰富文化供给方面发挥了重要作用。然而,平台主体责任缺失、主播水平良莠不齐、直播打赏失范等现象随之出现,引发了一系列社会问题。这其中,遏制未成年人沉迷直播、参与打赏,已成为社会关注的焦点。在此背景下,《意见》为未成年人参与网络直播打赏活动划出了清晰红线。从账号注册审核到内容把关流程,从高峰时段管理到重点功能应用,内容之具体、措辞之严厉,尤其是多项禁止性规定的提出,具有极强的指导意义。

治理网络直播打赏乱象,意在为未成年人筑牢全方位网络保护屏障。数据显示,我国未成年网民已达1.83亿,互联网普及率为94.9%,其中学龄前就接触互联网的比例达33.7%。面对纷繁复杂的信息环境,未成年人由于心智不成熟、辨别力和自控力不强等因素,很容易在网络世界中沉迷上瘾、盲目效仿。近年来,“小学生打赏主播花掉家长多年积蓄”“3岁萌娃做吃播体重增至70斤”等不良现象为社会敲响了警钟,失范的网络直播非但不利于未成年人形成正确的价值观,还会对未成年人的身心健康成长造成极大危害。只有对网络直播多念“紧箍咒”,才能为未成年人健康上网戴上“防护罩”。

治理网络直播打赏乱象,意在引导网络直播行业健康发展。监管愈严格,行业愈规范,发展后劲才更持久。《意见》从源头上堵住了危害未成年人健康成长的网络漏洞,打消了部分人从未成年人身上赚取流量的歪心思,同时站在“塑造什么样的未来人”的高度,对平台企业提出了新的要求。作为网络原住民的未成年人,互联网不只是一种工具,更是一种生活方式。因此,网络直播行业不能粗暴地把“青少年模式”简化为信息孤岛,而是要尊重“网生代”的需求特点和成长规律,为孩子们畅享网络保驾护航的同时,提供丰富的网络资源和发展机会。目前,部分直播平台已在知识直播、公益直播等领域发力探索,直播行业展现出新气象令人期待。

保障未成年人安全、健康使用互联网,是一项系统工程,需要全社会共同努力。除了直播平台要切实担负主体责任,经纪机构应加强行业自律,网络主播也需提升综合素质。此外,家长要积极引导未成年人提高懂网用网能力,提升网络素养。只有多管齐下、发挥合力,才能为未成年人撑起一片网络晴空。