

市场监管

莫让“被套餐”绑架年夜饭

近期,笔者随机咨询了北京、上海、成都、杭州等地的10家餐厅,有7家表示年夜饭只提供套餐,且套餐人均价格远高于餐厅日常客单价;支持单点的3家中,有2家表示包间有最低消费。

春节期间人工费、菜价有所增加,年夜饭相应贵一点,大家都能接受,也愿意尊重服务人员的劳动。可年夜饭是亲情交流的时刻,凝聚着人们对美好生活的追求和向往,不应该成为有些商家牟利的手段,更不应该成为“奢侈品”。

其实,消费者并不反对套餐,只是反对“被套餐”。平日里,消费者在餐厅可以单点,丰俭由人,也可以团购套餐,还能享受一定折扣,省心又省钱。但在年夜饭的特殊时刻设置天价套餐,消费者的选择极少,很难根据自己的口味和预算自由搭配,涉嫌变相设置最低消费。

还应看到,平日团购套餐通常会标出每道菜品的售价和折扣力度,方便消费者判断

在年夜饭的特殊时刻“被套餐”,消费者的选择极少。有必要回应民众关切,做好市场引导,让商家能够获得合理收益,让消费者能够享受美味舒适,更能获得心灵上的温馨与喜悦。

是否划算。而多家餐厅推出的年夜饭套餐,菜品并不在平日菜单上,看不到定价,消费者无从得知套餐是不是值几千、上万元,知情权难以保障。

天价套餐绑架年夜饭,谁来管?据了解,有的地区接诉即办,但辖区市场监管部门回复在现有法律法规内并未明确仅提供套餐是否违法违规,按照“法无禁止即可为”的原则,行政机关无权干涉,只能帮助协商;有的地区要求重新拨打热线,向商务部门投诉;还有的地区表示,自接到受理通知后,15个工作日给出处理结果。对急于订

餐的消费者来说,这么长的处置时间可等不起。

法律法规模糊、投诉效果不佳、商家借机生财,可能是年夜饭普遍“被套餐”的外部原因。在现实生活中,普通消费者极少跟商家较真,有些人干脆选择在家做。但不会做饭、有聚餐“刚需”的消费者只能高价订餐。

年夜饭是中国人最重视的一餐。即使只提供高价套餐,大多数餐厅的年夜饭照样早早订满,有的还分成了下午茶和晚餐两轮。面对如此旺盛的消费需求,如果继续让

天价套餐处于灰色地带,今后可能会有更多商家选择这一模式。期待监管部门和行业协会主动作为,为消费者争取选择空间。

为了今后的每一次阖家团聚,消费者也应提高维权意识,及时投诉不合理的高价套餐。同时,还可通过合理规划用餐形式,让年夜饭回归家庭团聚的本意。每年春节前都是预订年夜饭的启动期,相关部门有必要回应民众关切,完善法律法规,做好市场引导,让商家能够获得合理收益,消费者能够享受美味舒适。愿我们的年夜饭不仅仅是物质上的满足,更是心灵上的温馨与喜悦。



张帅

发挥好水利投资带动作用

赵钟楠

11996亿元,一份亮眼的成绩单!继2022年全年水利建设投资迈上万亿元大台阶后,2023年再创历史新高,同比增长超过10%。作为贯彻落实《国家水网建设规划纲要》的开局之年,国家水网主骨架和大动脉加快建设,水利基础设施建设再上新台阶,为稳增长、惠民生、促就业、推动经济回升向好、巩固夯实安全发展基础贡献了重要力量。

这份成绩单来之不易,但也要看到,水利基础设施体系仍存在不少短板和薄弱环节。中央经济工作会议要求,发挥好政府投资的带动放大效应。无论是从进一步提升国家水安全保障能力,还是从充分发挥水利投资带动作用的角度来看,我们都要抓住国家水网建设的重要契机,进一步加强水利基础设施建设,提升国家水安全保障能力,书写好中国现代化的水利篇章。

提前谋划重大水利基础设施建设。遵循“确有需要、生态安全、可以持续”的原则,坚持立足长远、适度超前,统筹平衡流域区域建设需求,扎实做好一批重大引调水、骨干输排水通道、控制性调蓄枢纽等重大水利基础设施项目的前期论证,科学有序推进立项实施,着力提升水利基础设施网络整体效能和综合效益。同时还要加强环境影响评价,通盘优化设计方案,妥善协调流域水事关系,实现经济效

益、社会效益、生态效益、安全效益相统一。

加快推进一批战略性重大水利工程建设。以联网、补网、强链为重点,推进《国家水网建设规划纲要》中明确的一批重大战略性工程建设。加快完善流域防洪工程体系,科学布局水库、河道、堤防、蓄滞洪区建设,开工建设沅江宣威水库,高标准推进古贤水利枢纽建设,全面完成海河流域水毁水利设施修复重建任务,开工建设皖县泛区、东淀等蓄滞洪区,推进辽河干流堤防全线达标。加快推进南水北调后续工程高质量发展,加快推进西线、东线后续工程前期工作,高质量建设中线引江补汉工程。开工建设四川引大济岷等工程,推进甘肃白龙江引水、青海引黄济宁等跨流域跨区域重大引调水工程前期工作。

多渠道筹集水利建设资金。充分发挥政府投资的主渠道作用,完善公共财政水利投入政策,保障资金投入。用足用好地方政府专项债券和金融信贷支持政策,搭建水利建设“政银企”合作对接平台,加强项目对接,用足用好政策性开发性金融工具、中长期贷款等支持政策。积极拓宽社会资本投入渠道,建立政府与社会资本合作机制,积极推进水利基础设施投资信托基金试点,盘活水利存量资产,引导社会资本参与水网建设运营。



春节期间将组织为困难群众“送温暖”

朱慧卿作(新华社发)

持续提升技能人才保障困难群众基本生活

日前,人社部职业能力建设司相关负责人表示,2023年,人社部聚焦重点领域加大职业培训和技工教育力度,大力推行“新八级工”职业技能等级制度,成功举办第二届全国技能大赛。未来,将重点落实关于加强新时代高技能人才队伍建设的意见,构建培养、使用、评价、激励协同联动的工作机制。当前,加快急需紧缺技能人才的培养,是支撑我国产业转型升级的重要举措,也是促进人才链与产业链融合发展的关键路径。

近年来,伴随新一轮科技革命和产业变革的加速演进,我国经济发展进入产业转型升级和新旧动能转换的新阶段,大量新职业、新岗位不断涌现。在《中华人民共和国职业分类大典(2022年版)》中,净增了158个新职业,标识了97个数字职业;人社部2020年发布的《新职业在线学习平台发展报告》显示,到2025年,新职业人才需求规模预计超过3000万人。与此同时,产业转型升级也催生了技能人才需求潮。根据《制造业人才发展规划指南》,预计到2025年,全国制造业重点领域人才缺口将接近3000万人。大规模技能人才缺口,不仅加剧了结构性就业矛盾,也制约了产业转型升级的步伐。

鉴于此,人社部发布的《“技能中国行动”实施方案》指出:“十四五”期间,新增技能人才4000万人以上,技能人才占就业人员比例达到30%。我国已在职业教育改革、职业技能培训、技能等级制度建设等方面取得了诸多成绩,技能人才供给得到了较大

提升,但技能人才供给仍显不足,技能人才供给主体单一、教学管理滞后,难以满足在劳动劳动者的发展需求。同时,职业院校专业目录、课程设置、教学内容更新较慢,难以紧跟行业发展趋势。从需求侧来看,“重学历轻技能”的观念依然根深蒂固,导致技能人才增量不足,而在存量方面,受基础知识缺乏、工作压力较大、学习成本较高以及对技能培训认知较少等因素影响,在职劳动者参与技能培训的比例仍较低。

面对大规模技能人才缺口,未来应围绕新技术、新产业、新模式、新动能,不断提升技能人才含金量,为产业转型升级提供强有力的支撑。应优化技能人才支持政策,加大政府财政支持力度,提升职业教育办学水平和公民参与技能培训积极性。发挥政府、高校、企业、市场协同效应,构建以职业院校、职业培训机构和行业企业为主要载体的终身职业技能培训体系,拓展技能人才培养渠道。推进职普融通、产教融合、科教融汇,通过深化校企合作等方式,推动技能培训与市场需求更好地结合,提升职业技能培育质量。完善以职业技能等级认定、职业资格评价等为主要内容的技能人才评价机制,并引导企业建立健全体现技能价值激励导向的薪酬分配机制,塑造“崇尚技能”的社会风气。

民政部办公厅近日印发通知,要求各地春节期间结合走访慰问,采取多种方式精心组织开展为困难群众“送温暖”活动,切实保障困难群众基本生活。通知要求,各地要根据日常低收入人口动态监测情况,对重点预警对象逐一上门走访摸排,做到及时发现、快速响应、即时救助,对符合条件的要及时纳入低保等救助范围,坚持急事急办,尽快发放低保等救助金,满足困难群众过节需要。要加强节日期间值班值守,畅通社会救助服务热线,及时受理和回应困难群众求助需求,民政部将组织第三方对各地热线值守情况进行抽查。要备足用好乡镇(街道)临时救助备用金,落实“先行救助”措施,加强遇困人员临时救助。北方地区要因地利制宜做好取暖救助,帮助困难群众温暖过冬。(时锋)

洞见

激发年货消费潜能

董超

春节前后历来是我国消费旺季,是我国居民消费潜能集中释放的时期,也是新型消费快速发展的时期。如何在春节期间办好各类消费节庆活动,提升年货消费供给水平,更好激发年货消费潜能,满足居民多元化、个性化、品质化的消费需求,是时下值得研究的关键问题。

近年来,我国打造了形式多样、各具特色的年货消费节庆活动,推动年货消费潜能释放。商务部等14部门连续多年开展全国网上年货节、老字号嘉年华等专项活动,推动数字消费、绿色消费、健康消费等新型消费发展,丰富了重点领域消费场景。各地也结合春节习俗,创新举办各类年货节活动。例如,有的地方组织电商平台开展年货销售专区,运用大数据、人工智能、虚拟现实等数字技术,为消费者在线定制个性化年货礼盒、推介年货好物,让消费者在线试穿试玩,提升了年货消费体验;有的地方通过发放消费券、消费补贴等方式,推动商家开展满减、折扣等优惠活动,让消费者获得更多实惠,调动了消费者购置年货的积极性;有的地方举办老字号年货大集,整合中华老字号和地方老字号企业资源,推动各类特色年货、非遗美食集中亮相,掀起了国潮消费热潮。

我国在举办消费节庆活动、促进年货消费发展方面已经取得了显著成效,但还面临着一些不容忽视的问题,导致年货消费的潜能未得到充分释放。比如,年货节期间的供给水平仍需提升,智能消费、数字消费、进口消费的供给有待丰富;针对居民集中购置年货的需求,物流运输配送密度需要加强,派送时效存在提升空间;年货节活动管理有待优化,个别平台仍然存在交易规则过于复杂、承诺无法按时兑现、投诉处理进度较慢等问题。基于此,应按照政府引导、市场主导、全社会共同参与的发展思路,在优化年货供给、完善物流配送、加强消费活动管理等方面下功夫,推动各类年货消费节庆活动办得更好,进一步激发年货消费潜能。

在优化年货供给方面下功夫。围绕春节期间居民的探亲访友、旅游度假、户外运动等实际需求,引导制造商、零售商等加强年货的定制化、柔性化生产,更好满足消费者个性化需求。支持企业依托现代商圈、特色步行街等城市商业载体,建设多元化消费场景,打造春节文化艺术相关IP,助推形成体验消费热点。积极发展数字消费,围绕各地春节文化习俗,鼓励企业丰富高品质的文学、动漫、影视、音乐等数字服务供给。

在完善物流配送方面下功夫。鼓励年货制造商、零售商等与物流公司加强合作,利用数字化技术和手段,合理布局物流网络线路,提升年货节期间的货物调运能力。支持企业在城市一刻钟便民生活圈、农村电商服务站等完善智能快递柜布局,打通年货末端配送的“最后一公里”,提升物流配送效率。针对年货配送密度较高、仓储物流承受压力较大的区域,鼓励快递企业加快配置智能快递车,推广应用“智能快递车+人工揽收接驳”新模式,确保包裹配送的时效性,提升快递服务质量。

在加强消费活动管理方面下功夫。健全跨部门的综合执法机制,建立对不兑现消费承诺行为的处罚制度,加强对假冒伪劣商品销售、夸大宣传、虚假营销等违法违规行为的打击力度,维护消费节庆活动秩序,保障消费者的合法权益。引导平台制定合同范本,加强对商家合同的管理,避免不公平格式条款对消费者权益的侵害。优化年货节活动的交易规则,保证市场交易的公开透明程度,提升消费信心。鼓励企业完善售后服务体系,建立线上线下售后服务渠道,合理满足消费者退换货、产品维修等需求。

(作者系商务部国际贸易经济合作研究院流通与消费研究所所长、研究员)