

观点碰撞

“春节服务费”登场,你怎么看?

【围观】：快递公司陆续发布2020年春节期间服务公告。其中,顺丰和韵达明确会在春节期间加收服务费,以保障服务质量;圆通表示,因受春节期间运力资源、天气等因素影响,快递时效将会受到一定程度的影响,部分地区快递费用将有一定的调整。

【观点1】面对网约车、快递费春节涨价不能简单说无所谓、能接受

毛建国：万家团圆之际,你在休息,别人加班,适当增加一点收费,似乎也能够理解。而且,如果你在单位加班的话,也能根据国家规定拿到加班费。推己及人,想想也就算了。无论是网约车还是快递,宣布收取“春节服务费”,基本都是波澜不惊,没有引起过大的民意反弹。但有一个很奇怪的现象,如果传统行业涨价,恐怕就不会这么风平浪静了。拿同样提供出行服务的出租车来说,在网约车之前,也有一些出租车司机在春节期间悄悄涨价。这种行为,不仅引起了民意的极大愤慨,而且会受到有关部门的严厉处罚。网约车和快递收取“春节服务费”的理由,几乎适用于所有行业。哪家没有成本压力,哪家员工不需要更多关怀,哪家没有涨价的经济理由?对于任何一种涨价行为,不能简单说无所谓、能接受,更不能说对民生无影响。遑论市场存在跟风现象,倘若“春节服务费”真的普遍化,那对于民生的影响就是实实在在的。作为消费者的那些弱势群体,难道不需要人文关怀吗?部分行业收取“春节服务费”,或许情有可原,但春节服务不应该只有涨价模式。还是希望更多的行业和企业,尽量对员工多一些关怀,而不是简单把成本转嫁到社会上。

【观点2】尊重市场也是一种理性

小蒋：春节期间涨价与究竟是新兴行业还是传统行业,没有太大关系。比如,春节去菜市场,商贩开出的菜价往往比平时高许多。再如春节“保姆荒”,家政服务员的工资也会大涨。这种涨价更多与供需有关,供给少了(主要是人力不足),难免“以稀为贵”。快递涨价也是同理——辛苦一年,许多快递小哥要回乡过年。从这一角度看,此类涨价是一种市场调节。如果人为“限价”,反倒可能引发争议,无助于维持供给。那么,能不能涨价,由企业“转移支付”?对此,某些行业适用,某些行业不具有可行性。如前所指,卖菜商贩没有单位,很多保姆是“个体户”,许多快递点是由个人承包。换言之,从业人员直接面向雇主或消费者,没有第三方出面“一手托两家”。上文提到出租车不许涨价,但出租车公司仍然要收不菲的份钱,春节期间要求“出车率”,出租车行业改革迟缓,令“的哥”怨言不少。消费者不希望看到涨价,但尊重市场也是一种理性。管理部门要重视灵活就业人员的工作与生活压力,通过社保覆盖等方式让他们获得更多保障,减少其后顾之忧。社会探讨“春节服务费”,更要关注稳定就业、保障供给、增加收入、兜底社保,这些工作将惠及所有人。

【观点3】“明码标价”式的涨价,是对劳动者付出的肯定和尊重

何欣荣 杨有宗：叫个车、寄份快递、出去吃顿饭……春节期间,很多人发现平日习以为常的各种消费,可能要加收一定的服务费。涨价固然意味着消费者要多掏银子,也会令部分人感到“肉痛”。春节是快递业务的低谷,大量的快递员返乡过年。虽然主要快递公司纷纷表示“春节快递不打烊”,但服务时效和快递费用不可避免地出现调整。“快递业的春节运营,是一种值班模式。”快递物流咨询网首席顾问徐勇说,在人手不足的情况下,快递公司以价格手段调节消费需求的做法,符合市场规律。国家邮政局在部署春节期间寄递服务保障工作时,也明确提出要严格落实劳动法关于节日期间薪酬保障的规定。

与快递不同,春节期间打车业务迎来了高峰。大年三十那一天,武汉市民杨宇卿从光谷打车去汉口火车站。打开叫车软件后,平台显示每单业务根据距离不同,要加收6到9元的服务费。平台表示,多加的服务费将作为网约车司机的补贴。杨宇卿说,相比多加的服务费用,多数乘客更关心的是春节能不能及时打到车,服务质量好不好。不少市民认为,春节期间“明码标价”式的涨价,是对劳动者付出的肯定和尊重。但他们同时也对消费市场涨价乱象感到心寒。

(整理/秋林 图/佚名)

1.1万亿,国企的民生担当值得点赞

●沈慎

日前,在2019年中央企业经济运行情况发布会上,国务院国有资产监督管理委员会秘书长、新闻发言人彭华岗介绍,中央企业从2018年开展试点以来,已连续四批向社保基金划转股权。到目前为止,67家企业已经完成了向社保基金划转股权工作,已累计划转1.1万亿。这标志着社保基金划转工作基本完成,进入到了提质增效、创造效益的下一阶段。

划转部分国有资本充实社保基金,是改革和完善我国基本养老保险制度的重要举措,也是国企发展成果全民共享的充分体现。短短两年时间,从开展试点到稳步推进四批划转工作,再到基本实现目标,这项改革蹄疾步稳、扎实有效,得益于中央坚定改革的正确方向,也得益于这些中字头企业的担当作为。据了解,2019年央企实现营收30.8万亿元,同比增长5.6%,实现利润1.3万亿元,同比增长10.8%。没有央企经营管理水平的不断提

升,恐怕也难以提供划转股权的雄厚资金基础。

“这就是国企存在的重大意义!”“大力发展国有企业,任何时候都不能放松”“国企的存在让我们有别于传统的市场经济,体现社会主义优越性”……互联网讨论中不少人为国有企业点赞。的确,这次划转工作让人们再次看到国有企业在国家改革发展稳定中的重要意义,也彰显了我们坚持公有制为主体、多种所有制经济共同发展这一基本经济制度的显著优势。改革开放以来,国有企业在推进重大基础设施建设、完善基本公共服务体系、加快建设现代化经济体系等过程中功不可没,成为中国特色社会主义的重要物质基础和政治基础,是我们党执政兴国的重要支柱和依靠力量。

民生改善,关系千家万户的福祉,国有企业是改善民生的根本保障,划转部分国有资本充实社保基金就是有力证明。

治理“黑长途”大巴需要疏堵结合

●若英

春运期间,大量乘客选择道路客运返乡。近日,新华社记者记者在江苏、浙江、安徽多地调查发现,部分正规车站外的长途汽车上乘客稀少、冷冷清清,而站外揽客的“黑长途”大巴上却人挤人、红红火火。但这些“黑长途”大都存在许多重大安全隐患,如谁都能上,乘客不需出示任何身份证件即可顺利乘车;啥都能带,行李均未接受安检;私改油箱,为减少进加油站次数,往往擅自加装油箱;普遍疲劳驾驶,长时间疲劳驾驶在春运期间是常态。

谁都能上、啥都能带、私改油箱、疲劳驾驶……“黑长途”大巴的这些重大安全隐患,令人触目惊心,必须引起高度重视。所有这些安全隐患,无论是其中的哪一项,若不能及时纠正消除,都极易酿成严重的安全事故。对于这些安全隐患重重的“黑长

途”大巴,决不能听之任之,相关政府监管部门必须不断加大监管执法和打击惩治力度,及时发现纠正这些安全隐患,有效避免其“带病上路”。

这也就是说,“黑长途”之所以会受到许多乘客青睐,关键还是因为它们具有某些正规大巴所不具有的特有优势,不仅具有价格优势,而且还具有专门针对乘车难“痛点”的服务优势。在这里,人们显然有理由反思追问:正规大巴何以就不能具有这些优势?——同样也以更优惠的价格、更方便贴心的服务来主动吸引乘客?

面对“黑长途”生意的红火,无疑不能仅简单责备部分乘客“只图方便、不顾安全”,也需同时进一步不断改进提升正规大巴自身内在的经营服务品质、市场竞争能力,如提高正规大巴的性价比,改进其服务

党的十八以来,建成世界上规模最大、覆盖人数最多的社会保障体系,取得贫困人口6年累计减少8239万的脱贫成绩单,建成世界上最现代化的铁路网和最发达的高铁网,确保城镇新增就业人数连续7年保持在1300万人以上……这些民生领域的重大突破,哪一个能离开国有企业在资金、技术、人才各方面的强大支持?当前,老百姓对美好生活的需要水涨船高,群众在就业、教育、医疗、居住、养老等方面还面临不少难题,需要国有企业为国家贡献税收、为社会创造财富、为人民提供就业,在保障和改善民生方面发挥积极作用。

社保基金划转工作基本完成,下一步怎么走?国资委发言人给出了明确答案:“我们的主要工作是通过深化国企改革,促使企业更好地提高效率、创造效益,使划转到社保基金的这些股权取得实实在在的收益。”相信以此次划转为契机,深化改革,增强竞争力、创新性、控制力、影响力、抗风险能力,国有企业必将为我国现代化事业做出更大贡献。

质量。当然,要想充分做到这一点,也不能单靠正规大巴自身,其他相关公路客运经营管理部门的共同参与努力同样必不可少。正规大巴之所以不具有“黑大巴”的价格优势,主要是因为其需要支付客运线路的经营成本,而这种“经营成本”实际上又并不一定是绝对合理、不可降低的。在现实中,正规长途大巴往往需要向其所属客运公司缴纳各种不菲的、类似于出租车份子钱的“挂靠费”、“管理费”等费用。

因此,要想根本有效治理“黑长途”现象,打击惩治不应成为事情的全部,还需坚持疏堵结合、“两手抓”,在强化监管打击的同时,也要加强相关的疏导力度。一方面,应通过降低经营成本、提高服务水平等措施,不断改进提升正规大巴主动吸引乘客的能力;另一方面,在恪守相关安全标准的前提下,也不妨考虑帮助那些“黑长途”去除“黑”身份,尽可能将其也纳入正规的客运管理体系中来。

一些专业核心期刊为何经不起“深挖”

●胡波

新年伊始,继一篇吹捧“导师崇高感”和“师娘优美感”的“奇葩文”刷屏后,另一份核心期刊《银行家》又火了。有学者发现,该期刊主编在杂志开设的“父子集”专栏中,长期刊发自己的书法作品和年幼儿子的散文,至今已有多数十篇。目前,《银行家》杂志社的上级主管单位山西省社科院回应称,将对杂志社进行全面整顿,对主编王松奇进行相应处理。

“出来混,迟早是要还的”。这句话虽有江湖气,但本该是纯洁的学术平台,更不能因为“学术不端”而沾染江湖气。你的文章只要一收录进“知网”,就会被更多人下载和浏览,成为一种可传播的公共产品。那些违背学术道德和学

术规范的“出格”论文,都有可能被读者“挖掘”出来。

笔者也有发表论文的需求,依照平时向期刊投稿的经验来看,能够刊发如此吹捧导师文章的核心期刊,毕竟是极少数。在当下的核心期刊评价体系下,为了跻身于“核心”的行列,不少期刊还是有着“核心”的焦虑,有的期刊非常注重办刊的质量,为了赢得学界的口碑,始终坚守学术的初心和底线。

众所周知,高校教师职称晋升、研究生评奖评优以发表论文为重要评价指标,这导致高校师生发表文章的总体需求增大,而一些刊物很能“认清时势”,顺势而上,什么板块都会设置,既收取了高额

版面费,也满足了师生的实际需求,供需双方之间似乎达成了一种“共谋”。

此外,一些学术评价机构对核心期刊的评价,往往也只注重“影响因子”这个单方面的定量因素,并不会考虑期刊定位、板块设置、编辑加工质量、读者满意度、社会影响力等定性、综合性因素的权重,这也是导致一些核心期刊容易产生“怪现状”的根本原因。

要改变一些核心期刊“掉价”的问题,除了要建立科学、完善、全面的评价体系,还要引入第三方评审、监督和管理“责任”。政府主管部门通过建立核心期刊“黑名单制度”,对学术期刊进行相应的约束和惩罚,保证办刊的合规合法性,使其经得起舆论、学术共同体的考验,从而促进形成更加健康、有序的学术期刊生态。

回家过年的意义,到底是什么?

●清晨

回家过年是中国人永恒的主题。但是,实际上越来越多的人恐惧回家过年:被家人老生常谈的逼问;没完没了的应酬;虚与委蛇的寒暄;并不心甘情愿的红包,等等,难道这就是所谓中国式亲情的一部分吗?如果说回家过年纠结于此的话,真不如自己找个地方清静一下。存在即是合理。那么,回家过年的意义究竟何在?

春节的灵魂,在除旧布新、团贺喜庆的含义之外,还有对天地自然的敬畏和感恩,以及对先祖的追忆和缅怀。只有在天时地利人和的气氛中,人们从世间感受到的欢乐才更真切。

因为家族宗祠和祖先墓地都在故乡,祭祀又关系到整个家族和个人的命运,所以“过年回家”便成为很多离乡游

子一个必然的选择。

虽然很多传统仪式被人们忘记了,但“过年回家”作为一个强劲的文化密码却被保存下来。人们在这天也许少了一些敬神追远的念头,但歇息身心抚慰灵魂的渴望却仍然存在。这就是年年春运大军的动力,无论多么艰难,也要回家。其实,大家想回的不只是那个儿时的家,内心更渴望回到一个体现人文关怀的精神故乡。这种关怀是从家庭开始的,渐至邻里、亲人、朋友、乡里、社区,然后是整个国家和天下。这才是中国人“过年回家”背后的真正文化意味。我想,我们对这种传统文化心理多一些了解,对过年回家的思考和感受也会多一些。在今天,它仍是一种认宗寻源的文化仪式。

记得小时候,听爷爷讲老家过年。除

夕之夜,全村还要在族长率领下,到公共祠堂中一同燃放鞭炮,当年有喜事的人家会“放万鞭”。幼年的我正是从这震耳欲聋的爆竹声中,感受到家族的神圣和力量。在这淹没一切的轰鸣声中,人们的眼中闪着烟火的亮光,内心却是安宁祥和的,通过这家族的集体仪式,每个人都体会到“年”的意义,那就是感恩自然,敬畏时间,缅怀先祖,礼赞生命。

千里来回路,只为了那一刻的团圆,也饱含了那份沉甸甸的孝心,这个正是咱们中国传统文化的精华所在。回家的路,无论多远、多难,也要在那一天赶回去。在外不管吃什么样的苦,受什么样的累,心里念念不忘的,就是“回家”。“有钱没钱,回家过年。”这句话不仅表达了咱们中国人对春节回家过年的渴望,也道出了扎根大家脑海“过年全家团圆”的传统思想精髓。

感悟人生

