



大学毕业生中的“慢就业”现象,是指他们在毕业后暂不踏入职场,而是通过筹备择业、创业、备考等多种途径来寻找就业机会,推迟就业。“慢就业”现象所带来的影响,主要体现在两个层面。一方面,它可被视作大学毕业生步入职场前的调整期。另一方面,“慢就业”是一个不容忽视的职业空档期。毕业生选择“慢就业”的目的是实现更高质量的就业。让毕业生更好地实现职业理想,还需要学生、学校、家长、社会等各方面共同努力,助力青年顺利启航。

——工人日报:《关注“慢就业”现象 助力青年顺利启航》

治理预付卡消费乱象,需要完善法律法规、明确监管主体,在此基础上,不妨建立第三方资金托管制度:消费者每享受一次服务,划拨一笔费用给发卡商家;未消费的预付卡余额,仍归消费者所有。明确了相应的管理机制之后,也有利于消费者提高警惕,提前规避预付卡消费过程中可能出现各种问题,从而维护市场秩序和消费者权益。

——深圳特区报:《预付卡“过期作废”不能任由商家说了算》



【本期话题】

短剧“围猎”老年人

随着老年版萌宠短剧日益火爆,“父母看短剧成瘾”“短剧内容导向过于奇葩”等话题也被大众广泛讨论。可以说,短剧对老年人群的“精准拿捏”,既让大众看到银发一族不可小觑的消费能力,也暴露出当前网络适老化改造的迫切需求。对此,你怎么看?

【议论纷纷】

◎明天的我 全社会要进一步关注老年人的精神需求,向他们提供的健康娱乐项目越多,身陷短剧“围城”难以自拔的老人就会越少。

◎余清明 建议相关部门出台硬性规定,告诉观众一旦发现短剧内容违规,或者感觉自身权益受损,可以向有关单位举报和投诉。

◎沉默之中 现实中,对涉嫌违规短剧最常见的处罚是“责令下架”,这显然难以起到警示作用。建议实行“责任倒查”,依次追究平台、制作、审核等各方责任。

本期话题下期继续

邂逅“幸福” 温暖通途

□张忠德

设置20世纪80年代怀旧小卖部、浪漫爱情主题墙、动感单车等互动区域……16日,南通轨道交通2号线幸福主题车站亮相,从站厅到长廊处处可见“幸福”的模样。

(11月17日本报3版)

在繁忙的都市节奏中,南通轨道交通2号线幸福主题车站如同一股清流悄然亮相,不仅为市民的出行带来了便捷,更在心灵上给予了一份独特的温暖与感动。这座车站,以“爱在通途,幸福到达”为设计理念,通过精心设计的互动区域与主题长廊,让每一名乘客在匆匆赶路之余,也能感受到生活中的点滴幸福。

走进幸福站,仿佛穿越回了20世纪80年代。怀旧小卖部内,老式电视机播放着经典节目,二八大杠自行车静静诉说着往昔的故事,电影海报则勾起了无数人的童年回忆。这些看似不起眼的元素,却在不经意间触动了人们内心最柔软的部分,让人不禁感叹:幸福,其实就这么简单,它藏在每一个平凡而温暖的瞬间里。

而浪漫爱情主题墙和粉色电话亭,则为车站增添了一抹浪漫的气息。无论是中老年人、小朋友还是情侣,都能在这个公共空间里找到属于自己的幸福……幸福主题车站以其丰富的互动体验,让人们在忙碌的生活中停下脚步,感受生活中的点滴幸福。

中的点滴幸福。

南通地铁关注乘客需求,打造具有文化内涵和人文关怀的公共空间,这一举措值得称赞。在快节奏的现代生活中,我们常常忙碌于工作和学习,忽略了身边的幸福。而幸福主题车站,无疑是驶向城市温情的新一站。它让我们相信,只要用心去感受,幸福其实就在我们身边。南通幸福主题车站的出现,提醒我们要珍惜生活中的每一个瞬间,用心去感受生活中的美好。让我们在通途上邂逅幸福,让幸福伴随我们的每一次出行。



在传承中创新让非遗历久弥新

□涂实磊

连日来,知名传统文化短视频创作者李子柒前来南通跟随国家级非物质文化遗产蓝印花布传人王振兴学习蓝印花布技艺的消息刷爆了朋友圈,也让王振兴一家人进入了公众视野。

(11月16日本报4版)

蓝印花布技艺作为国家级非物质文化遗产,经历了数百年的历史沉淀,其繁复的工艺和独特的审美曾在古代民间广为流传。随着工业化的进程和现代生活方式的转变,这些传统技艺的市场逐渐萎缩,年轻一代对其兴趣也逐渐减弱。我们在保护和传承非遗时,

不能将其简单地复制和重复,而是要通过创新赋予其新的生命力。

蓝印花布作为传统工艺品,虽然有其独特的审美价值,但在现代人眼中,它更需要具备一定的实用性和时尚感。因此,如何将蓝印花布应用到现代服饰、家居装饰乃至艺术品设计中,是非遗传承人需要思考的问题。举个例子,蓝印花布可以与现代家居设计结合,设计出适合现代人审美的布艺产品,如抱枕、桌布、窗帘等。这些产品既能保留传统技艺的韵味,又符合当代家庭的装饰需求。同时,还可以通过跨界合作,将蓝

印花布与知名设计师、时尚品牌联名推出限量款产品,以此提升其市场价值和品牌影响力。只有不断创新和突破,非遗才能真正走出“博物馆”,走进人们的日常生活。

蓝印花布技艺的守护者们,以对传统文化的深厚感情和坚韧不拔的精神,向我们展示了一条坚守与创新并行的非遗传承之路。他们的故事启示我们,非遗不仅要有传承的决心,更要有创新的勇气。唯有如此,非遗文化才能在现代社会中焕发出新的生命力,让更多人感受到其独特的魅力与价值。

培育好叫得响卖得出的土特产

□张裕新

目前,海安不含农户自制直接销售的、纳入生产许可的麻虾酱企业有3家,作坊企业10余家。去年,海安麻虾酱市场年销售额达8500万元,带动了渔民捕捞、食品供应链企业、包装企业、物流企业的蓬勃发展。

(11月18日本报3版)

因地制宜选择特色富民乡村产业是农村农业发展的关键。海安充分发挥“土特产”的独特优势和特点,使麻虾酱从昔日偏安一隅的“芝麻粒”成为添鲜各地餐桌的珍馐。地方标志性特色农产品进入市场并打响品牌,不仅增加了当地农民收入、促

进了地方经济发展,而且对构建新发展格局、推进乡村振兴具有重要意义。

南通的农业资源丰富,气候优势充足。我们要始终牢记“培育特色优势产业”的宗旨,立足坚定不移地走特色路、打特色牌,全力以赴做好乡村特色优势产业这篇大文章。

一方面要打通土特产产销各环节的堵点、痛点。农业科技创新是深挖土特产资源的动力源,地方政府要加强农业与信息技术、生物技术等高新技术的融合,提高土特产的智能化、精准化水平。注重品质提升和品牌建设是增强农产品市场竞争力的关键,要注重

培育区域公用品牌,加快实现品牌溢价和附加值提升,增强特色优势农产品行业话语权。同时要深化产销对接合作,进一步培育涉农电商主体,优化电商综合服务,推进“数商兴农”工程与“快递进村”工程等拓展线上销售,有效地将农产品从“深闺”带到更广阔的市场。

另一方面要加强对土特产商品尤其是食品的质量监管。食品健康安全高于天,政府鼓励支持发展土特产,不等于对其放任不管。针对尚存在的问题,执法部门要严格贯彻农产品质量安全法,加强对土特产从生产、加工到销售的全链条监管。



家电以旧换新

近日,崇川区商务局组织家电销售企业走进天安花园,开展家电以旧换新天安花园专场暨天安集市活动,让居民在家门口即可了解和享受家电优惠政策。

(11月18日本报2版)

贵在服务“贴心”

□政青

以旧换新,已经成为推动家电市场发展的重要力量。

在以旧换新中“唤醒”安全消费新理念。不少消费者秉持着勤俭节约的消费观念,认为只要家电还能用,换掉就是浪费,却忽视了安全隐患。因此,推动以旧换新,首先要加强政策的宣传和解读,让消费者明白以旧换新是明智之选,推动从“要我换”“坏了换”向“我要换”“升级换”转变。

在以旧换新中“焕发”产业发展新活力。要让消费者自愿以旧换新,从供应端来看,企业要不断创新,推出更符合消费者需求的智能、新潮产品。另外,相关职能部门应探索多元化的补贴形式,在满足消费者个性化需求的同时,也有利于进一步激发市场活力。

在以旧换新中“换出”绿色转型新气象。新的来了,旧的何去何从?自然不能“一换了之”。应打造“回收—拆解—再生—再制造”的循环利用闭环体系,让回收的资源循环利用、变旧为宝。

服务下沉尤为重要

□新平

虽然“以旧换新”政策已在全国多地广泛推行,但实际落地过程中仍存在一些“最后一公里”难题。

笔者以为,为解决此难题做好服务下沉工作显得尤为重要。应让政府部门与商家携手,将服务送到社区、送到家门口,这不仅拉近了政策与居民之间的距离,还有效降低了参与门槛。例如,家电企业与社区合作,提供上门检测、设计、清洗等增值服务,能够极大地提升用户体验,无疑会提高他们的参与热情。

“以旧换新”政策的成功,不仅仅在于补贴力度,还在于整个消费过程的便利性。过去,居民需要自行运送旧家电到指定网点,再凭借发票等资料申领补贴,这种烦琐的流程无形中增加了换新的成本和难度。而崇川区实施的“一站式服务”模式,却有效提升了居民的消费体验和信心。