

创新多元消费场景,为提振消费注入新动能

本报评论员 吴迪

验,为城市经济注入新动能。数据显示,今年全国暑期文化和旅游消费季(7月至8月),各地将举办约3.9万场次文旅消费活动。

“夜经济不再只是喝啤酒和大排档”,这是很多人游览城市夜间文旅消费集聚区后的感受。如果说以往的商家外摆、夜市小摊是夜经济的1.0版本,那么,眼下餐饮、购物、文旅、体育等多种业态的融合发展,则是夜经济的2.0版本,满足着不同消费人群的多元需求。比如,上海启动“2025夜生活节”,推出130个主题特色夏夜活动;山东济南打造“泉城夜八点”夜游品牌,举办诗酒夜市、“星空露营”等特色活动。越来越多地方将历史、文化、商业有机融合,推出富有地方风情的夜间消费产品。

夜经济良好的发展势头,对本地市民而言,能够用时下流行的citywalk方式、较低的成本,去触摸城市发展脉动,让都市生活更丰富多彩;对外地游客而言,浓厚地方色彩的夜间活动,是感受当地风土人情的一张名片。据中国旅游研究院发布的《2024中国夜间经济发展报告》显示,2024年国内夜间旅游总花费1.91万亿元,较上年同比增长21.7%。旅行平台数据显示,今年7月以来,“夜游”相关搜索量和评论量环比上月均增长100%。仅

上海一地,今年6月以来,夜间消费总额超880亿元。

夜经济持续升温,离不开各地促进夜经济发展的诸多努力。

一者,在政策服务与保障上加强规划布局,放开手、推一把、护一程,如四川、陕西等地今年的政府工作报告中均把发展夜间消费列为提振消费的重要抓手,大力培育夜间旅游产业,充分发挥夜游产业的撬动效应。

二来,在差异化竞争上,依托本地历史文化基因,深挖区域特色并转化为成熟文旅IP,如陕西西安创新非物质文化遗产的现代化表达,通过民俗表演、常态化非遗演艺等活动,让游客深度领略当地历史文化魅力。

还有,各地持续创新消费场景与体验,如开封利用数字人技术,实现游客与“包青天”的互动探索;江苏连云港夜经济与即时零售、社区电商等新业态融合发展,用科技改善消费体验;重庆两江四岸启动常态化无人机灯光秀展演,并催生无人机群飞行规划员的新职业,让新职业、新夜景成为增强夜游吸引力的新抓手。

再有,不少地方依托互联网、大数据等新技术,提升夜经济的管理服务水平,如辽宁沈阳将夜市食品安全监管纳入“沈阳市市场监

管局智慧监管”一体化平台,通过手机终端实现全覆盖智慧化监管。

夜经济是地方经济的重要组成部分,一头连着居民生活和消费意愿,一头连着经济发展和消费信心。对此,国家层面的布局清晰可见。“十四五”期间,文旅部确定了三批共345家国家级夜间文化和旅游消费集聚区,明确提出“支持夜间文化和旅游消费集聚区丰富文旅业态”“优化夜间照明、停车场、公共交通等配套设施服务和开放时间”;去年国务院印发文件提出,“推动国家级夜间文化和旅游消费集聚区创新规范发展”。

时下,如何提升夜经济的生命力,并以此为抓手不断为提振消费注入活力,是各地不可回避的现实问题。比如,提升公共服务精细化水平,平衡夜经济商业主体与周边百姓生活的关系;杜绝简单的“拿来主义”,防止一哄而上、一哄而散,等等。

打造夜经济高地,创新多元消费场景,为提振消费寻找更多可能,是一道开放式的课题,各地可以有更丰富的想象力和更广阔的发挥空间,努力写好提振消费、形成品牌这篇文章,给广大市民和游客更丰富的消费体验,回应百姓对美好生活的向往。

“个人”雇员工改不了劳动关系实质

李英锋

劳动关系的有无,直接决定着上班族劳动权益的有无。如果有公司让员工雇佣员工,或者公司老板亲自雇人,这样的操作算“建立劳动关系”吗?近日,北京市密云区人民法院通过判决,厘清了“用人单位以个人名义招用劳动者”能否认定劳动关系的现实疑问。(见8月14日《工人日报》)

现实不乏这样的案例,有的公司让退休返聘的老陈雇佣小李,却由公司决定工资标准、考勤管理;有的公司虽声称法定代表人杜某雇佣曹师傅系个人行为,但杜某对曹师傅进行管理,给曹师傅发工资、派任务。一些用人单位设计“个人雇佣”的套路,与签订劳务协议、合作协议、学徒协议等“障眼法”如出一辙,都是想用形式的外衣包裹住劳动关系的实质,从而逃避社保缴纳、工伤保障等法定责任。

法院的判决告诉我们,判断劳动关系要透过现象看本质,把握住劳动关系的核心要素。认定劳动关系考量的是劳动关系的实质,第一是看主体条件,考察双方是否符合法律规定的主体资格;第二是看管理关系,劳动者是否接受规章制度约束,是否接受用人单位的安排管理;第三是看业务关联,劳动者工作内容是否属于公司主业或日常运营的组成部分。这三把“尺子”丈量出的,才是劳动关系的真实轮廓。

对于劳动者而言,相关案例既是警示也是指南。劳动者应警惕“个人”雇工等侵权陷阱,积极要求用人单位签订正式劳动合同,主张社保、薪酬、福利等权益,注意保存考勤打卡记录、工资发放信息等证据,通过投诉举报、提起仲裁或诉讼等路径维权。

当然,要压缩“个人”雇工等规避劳动保障责任的空间,还需多部门合作,通过法治教育、法治体检、执法检查等方式,引导、督促、倒逼用人单位规范用工行为。督促、倒逼用人单位规范用工行为。引导、督促、倒逼用人单位规范用工行为。

无论形式如何变化,只要具备相关事实和要素,就改变不了劳动关系的实质,免不掉用人单位的责任。期待有关部门练就更多识破掩盖劳动关系障眼法的本领,持续为劳动者守护公平正义。



G图说

“照 骗”

据封面新闻报道,最近,不少网友在社交平台上发文投诉“新型幽灵店”。一些精致显眼的AI门头图,营造出餐馆排队的热闹氛围,然而现实中却是与图片大相径庭的小作坊,让不少消费者对食品安全产生担忧。

只需动动鼠标,“毛坯房”秒变“高档店”,AI手笔让人难辨真假。如今,外卖市场竞争激烈,餐饮商家对宣传图进行适度美化无可厚非,但如果线上线下完全两副面孔,则涉嫌虚假宣传。以这种方式增加销量,显然是“不讲武德”,也只能是“一锤子买卖”,最终伤害的是商家的口碑和消费者对外卖行业的信任。随着AI的飞速发展,相关技术在商业领域的滥用引发关注。技术固然是中立的,但平台和商家必须有价值判断。《人工智能生成合成内容标识办法》将于9月1日起施行,期待相关行业以此为契机,为AI在广告宣传中的应用划出界线,共建诚信、公平、有序的消费环境。

李法明/图 陈曦/文

防止AI“信口开河”,技术伦理建设刻不容缓

关育兵

据8月17日央视新闻报道,随着人工智能技术的快速发展,AI应用已深入渗透到社会生活的各个领域。从智能客服到内容创作,从医疗辅助到金融分析,AI正在重塑我们的信息获取方式和决策模式。然而,近期频频出现的AI“信口开河”现象,却给这项技术的健康发展蒙上了一层阴影。当AI开始“一本正经地胡说八道”时,我们不得不正视其背后潜藏的技术伦理危机。

AI“信口开河”的表现形式多种多样,但归纳起来主要有三类典型特征。一是时空错乱,如将相隔数月的事件强行建立因果关系;二是价值观念偏差,如在涉及历史文化的问题上表现出明显的错误倾向;三是无中生有,包括编造学术文献、虚构新闻事件等。这不仅暴露了当前AI技术的局限性,更反映出我们在技术伦理建设上的滞后。

深入分析AI“信口开河”的成因,需要从技术、数据和监管三个维度进行考量。技术层面,当前主流的大语言模型的工作原理是更擅长“模仿”而非“理解”,这从根源上导致“说谎不脸红”。数据层面,训练数据的质量直接影响AI的输出质量,而现实中存在的数据污染、文化偏见等问题已经影响了AI的输出内容,有报道显示,0.001%的虚假文本可以产出7.2%有害信息。监管层面,行业标准的缺失和伦理审查的不足,使得一些存在明显缺陷的AI产品得以流入市场。

AI“信口开河”的危害不容小觑。在信息传播方面,AI生成的错误内容可能导致谣言蔓延;在文化认知方面,带有偏见的输出可能影响用户的价值判断,如有智能手表告诉儿童“中国人不聪明”等;在社会治理方面,虚假信息的泛滥可能扰乱公共秩序或公共决策。更值得警惕的是,这些风险往往具有累积性和隐蔽性,其负面影响可能在长期使用中逐渐显现。

解决这一问题,需要构建全方位的治理体系。首先,技术研发者应当建立更严格的数据清洗机制,引入事实核查模块,完善模型的纠错能力。其次,监管部门需要加快制定AI内容治理规范,建立分级分类的监管框架。再次,行业组织应当推动建立统一的伦理准则和技术标准。

值得欣慰的是,这些问题已经引起各方重视。近期,国家网信办等七部门联合公布的《生成式人工智能服务管理暂行办法》,明确要求提供者应当对生成内容进行标识,并对其真实性负责。

技术发展总是伴随着新的挑战,解决问题的关键在于否定技术,而在于完善治理。只有当技术创新与伦理建设同步推进时,AI才能真正成为造福人类的工具。这需要技术开发者保持敬畏之心,监管部门把好安全之关,普通用户擦亮辨别之眼,共同构建健康可持续的AI发展生态——技术向善,方得始终;伦理先行,方能致远。

员工接送孩子的现实困境避而不谈。对照之下,将人文关怀转化为“800元高温补贴”“25%薪资涨幅”等可执行、可验证的具体参数的企业,无疑更能凝聚人心。

在“Z世代”职场观念变革的背景下,这份“加班文件”的走红对各方都具有思考价值。它揭示了一个道理:劳动者抵触的从来不是合理的工作安排,而是缺乏尊重与保障的超负荷劳动。不少企业用自己的实践验证了一个道理——真正先进的管理或许不在“996”里,不在“狼性文化”的口号中,而在于能否用制度设计搭建起效率与人文的平衡支点。

从设置“孝亲奖”“痛经假”“工龄补贴”等制度,到“员工子女安置在空调屋”,不少优秀的企业都摸到了现代化管理的窍门;既要通过理念和表达的创新来传递价值导向,也需建立“制度承诺—执行保障—效果反馈”的完整闭环。当网友羡慕“别人的公司”时,其诉求核心始终未变:获得对等补偿与基本的人文关怀。



“身边好人”并非只有一种刻度

龚先生



日前,吉林省一名“炒菜多放父亲爱吃的辣椒”的女子参评“吉林好人”的公示材料在网上刷屏。有人认为,凭这也能获评“好人”,是不是标准过低?当地资格审查后的结论是:其事迹材料符

合活动精神。“身边好人”的评选,注重弘扬和传承优良家风、社会美德,参选的事迹往往是多元的、接地气的,甚至是琐碎的。将贴近生活、容易效仿的孝行善举作为榜样来弘扬,正是各地开展此类评选活动的初心。

“身边好人”并非只有一种刻度。呵护每一个凡人善举,积小善成大德,我们的“身边好人”才会越来越多。



网友跟帖——

@隔壁老刘:孝心就在日常点滴中。

@雨未眠:“好人”不一定惊天动地,凡人善举同样珍贵。

阅读全文请扫码

“工人日报e网评”

莫让“0.01元抢购”成“权益刺客”

郭元鹏

近日,多名网友在社交平台反映,部分电商平台出现大量“0.01元抢购品牌饮品/餐券”的低价商品推荐,下单后却发现无法兑换商品,理由包括“订单当日过期自动退款、券码无法兑现、无法进行评价”等,不少人咨询客服时还被诱导下载第三方APP为商家引流。折腾良久,最终不仅无法获取有效优惠券码,个人信息还面临泄露风险。记者调查发现,此类以“0.01元超低价”为诱饵的套路已在多个平台蔓延。(见8月16日《扬子晚报》)

在各类电商促销中,“0.01元抢购品牌饮品/餐券”类低价推荐十分常见,这看似是商家给予消费者的福利,实则暗藏玄机。商家以“0.01元超低价”为诱饵,却不提供相应商品或服务,或单方面利用格式条款限制消费者的正常权益,都违背了基本的商业诚信原则。这不仅损害了消费者对电商平台的信任,也挤压了合法商家的生存空间,破坏了公平竞争的市场环境。

面对这一乱象,相关部门应加大监管力度。一方面,要对电商平台加强监督,督促平台完善审核机制,严格审查商家资质和商品信息,防止类似的虚假宣传和违规引流行为一再发生。对于违规商家,平台应采取严厉的处罚措施,并将违规信息纳入信用体系,让失信者寸步难行。另一方面,要加强对APP的监管,规范其信息收集和使用行为,对存在侵犯用户隐私、参与欺诈行为的APP,依法予以下架和处罚。

消费者自身需提高警惕,在面对“远低于合理成本”的优惠时,要保持理性和审慎,切勿被低价所迷惑。下单前要好好查看商品详情和用户评价,了解商家信誉;下单后要及时保存订单截图、客服聊天记录等凭证,以便在权益受损时能够维权。

“0.01元抢购”类乱象绝不能愈演愈烈,更不应成为侵害消费者权益的陷阱。在商业竞争中,创新促销手段无可厚非,但故意套路消费者,短期看只是损害个体消费者的权益,长期看则是侵蚀电商的诚信根基——若当正常的促销也变成“狼来了”,商家则很可能陷入“冬天来了,春天也很远”的困境。对于这个道理,希望商家能有清醒的认知。

G媒体声音

◇“诅咒式”回复违背公序良俗,该如何治理

近日,福建泉州一家餐饮店被爆料多次在外卖平台以“会得癌”回怼顾客差评,有人表示曾被商家电话威胁删除差评。

光明网评论说,互联网经济中,一个用户评分不仅是潜在消费者的决策参考,更在平台算法机制下与曝光量、流量、推荐量等推荐机制深度关联,商家视差评如“洪水猛兽”也就不难理解。如何有效甄别消费者正当维权与恶意抹黑?这需要平台推动建立一套公平、透明、可操作的机制,避免“诅咒式”回怼这类突破公序良俗底线的现象反复出现。

◇相比取消“绩点”学生更期盼什么

从2025级学生起,北京大学在含有学业评价的工作中不再使用绩点,课程考核成绩可采用百分制或等级制进行评定。《新华日报》评论说,以往,为了更高的绩点,学生纷纷涌入“事少分高”的课堂,学校教学也受到影响。北大的探索,正是在为绩点引发的问题“求解”。但也不乏质疑的声音,比如,一旦绩点退场,学生很可能转向新“赛道”。比起取消“绩点”,学生真正期盼的是在更科学的评价体系的“指挥棒”下,减少“无效做功”,遏制“旁门左道”,让人成长奔向“旷野”。

◇把握成长需求与责任要求

前不久,广东深圳一群“跑楼小孩”通过“最后100米”的代配送赚零花钱,考虑到潜在隐患,当地叫停了这一做法。《人民日报》评论说,让外卖小哥送餐更高效,让孩子暑假时间体验生活不易、赚点零花钱,看似双赢的一件事,为何被叫停?一是法律风险,即使代送行为具有临时性,但仍可能属于承揽关系或劳务关系,责任归属或成法律难题;二是安全风险,高楼奔跑、车流涌动……这些都潜藏着意外受伤的风险。随着经济社会的发展,未成年人的成长需求已从生存层面升为发展层面。如何为孩子们打造安全又生动、有意思又有意义的实践场所,给“绣花功夫”提出了新课题。

(陈曦 整理)

一份加班通告何以被网友评价为“有人情味”?

王志顺

“加班工资自每日17时起计算”“全员基础薪资上调25%”“高温补贴800元/人”……据8月16日大象新闻报道,近日,浙江金华某企业的一份“红头文件”在社交平台引发热议。这份文件的主要内容是关于调整加班制度,因同步配套全员加薪、高温补贴及“带娃上班”等条款,被网友评价为“有人情味”。

提到加班,人们常常联想到非自愿、超时、模糊的计酬方式等顽疾,而上述这家企业的加班制度却没有给人们带来负面观感。这种反差一定程度上揭示了职场文化中的某些

矛盾:很多劳动者并非抗拒加班,而是渴望个人意愿被看见、被尊重,渴望在付出与回报之间建立更加透明、公正的契约关系。

相比于某些企业冷冰冰的加班通知,该企业的工作制度中不乏某些闪光点值得更多企业借鉴。一是规章制度内容的务实与透明,比如,明确的量化表述使员工权益具有可预期性,人性化的“解题”思路给员工缓解急难愁盼问题带来更多可能。以安置员工子女的条款为例,明确“禁止儿童进入生产车间”的安全底线,同时拿出方案:“可安置于2楼会议室,配备空调、电视等设施,由专职保洁人员临时照看”。这种“禁止+疏导”的处理方式,既保障了安全生产,又缓解

了双职工家庭暑期看护难题。

二是更加突出人性化管理,原则性与灵活性辩证统一。我们曾多次见过“生产任务重,亲人去世不准假”等相关报道引发热议,人们期待在追求效率的同时,建立对劳动者尊严的制度化守护,这也是现代企业管理的核心要义之一。上述企业其实也有类似的要求,但在严格之外还做到了温情,比如对防暑措施的要求是“每日提供三次冰水”,甚至精确到配送时间点等细节。

很多劳动者“苦加班久矣”,“苦”的其实是权益保障滞后甚至受损。比如某些常标榜“现代化”“人性化”的企业,光鲜的办公环境里却无母婴室,高谈“工作生活平衡”却对