

社会论坛

重引才更要善搭台

郑慕华

做好人才工作,要搭好舞台,让人唱戏。如果把发展比作一个大舞台,人才就是台上的主角。做好人才工作,从来不是把名角“抢”来就万事大吉。懂得修戏楼、配行头、调灯光,让主角尽情施展才华,台下喝彩才会不断。

搭台,先得有台柱子站得住的地方。一名芯片工程师,给他再多安家费,如果城市里没有集成电路产业链,终究难以发挥作用;一名农业专家,给他再高的薪酬,如果连一块试验田都找不到,也只能纸上谈兵。搭台,就是要让每一个人才都能找到大有可为的地方。科创资源丰富集的城市,不妨引导人才多从企业、产业、行业需求出发,寻找创新突破口;制造业重镇,不妨用生产线上的技术痛点出题,让工程师协

同攻关;农业占比较大的地区,要善于发掘乡土特色,让“土专家”“田秀才”在田间地头大显身手。舞台不分大小,能施展才华就是好台子。

有了舞台,不等于戏就能唱好。政策的灯光,要打得准、打得亮。人才政策必须量体裁衣:对领军人才,要给团队自主权、经费支配权,让他们能说了算;对青年人才,要给成长阶梯、试错空间,让他们敢去闯;对技能人才,要给上升通道、职业尊荣,让他们有奔头。服务的道具,也要做得细、做得暖。让人才感受到服务的精度和温度,这本身就是有效的引才广告。

人才的成就感,既来自攻克难关的自我实现,也来自社会认同的价值回馈。一座城市,应懂得为人才喝彩。那些埋头攻关的科研人员,那些日夜坚守的工匠师傅,那些返乡创业的年轻面孔,他们的名字值得被更多人知道。一些地方设立人才日,选树优秀典型等传递出的就是对人才的尊重与礼赞。

重引才更要善搭台。当我们把搭台的功夫做足了,越来越多的人才才会主动前来,越来越多的好戏会轮番上演。到那时,城市与人才的这场双向奔赴,将会写下更精彩的篇章。来源:人民日报

今日时评

把“身后事”办成“明白事”

徐建辉

日前,市场监管总局会同民政部印发《殡葬领域明码标价规定(试行)》,为各类经营者明码标价提供分类指引。可以说,这份新规来得正是时候。

生老病死,是人生常态。殡葬作为生命的最后一程,本应充满温情、庄重体面,承载着生者的哀思与敬意。可现实中,殡葬领域“天价墓”“殡葬刺客”“趁悲加价”等乱象屡禁不止,让不少家庭在承受丧亲之痛时,还背负了沉重的经济与心理负担。

此次新规的破题之处,就在于用“明码标价”4个字捅破了信息隔膜。一个骨灰盒,从几百到几万,价格差异背后藏着多少水分?一项所谓“礼仪服务”,到底包含什么内容、需要多少费用?这些本该清清楚楚的事,过去常常被故意模糊。现在,规定要求所有商品和服务都要清晰标价,从骨灰盒到寿衣,从墓位安葬到祭奠场地租赁,每一项

都要摆在明面上,这不仅是价格上的透明,更是对家属知情权和选择权的保障。

当然,明码标价只是第一步。真正考验监管智慧的是“明码”之后能否“价实”。标价清晰了,会不会仍有变相收费?价格透明了,会不会依然垄断经营?这些都需要后续监管持续跟进。制度的生命力在于执行,监管的权威性在于较真。新规明确建立内部价格监督制度、强化监管执法,就是要形成从标价到监督的闭环,守好生命的“最后一程”。

殡葬一端连着逝者的尊严,一端系着生者的慰藉。把群众“身后事”办成“明白事”,既是新规的初衷,也是全社会对“逝有所安、丧有所尊、思有所依”最朴素的期待。期待各方协同发力,让明码标价成为常态,让信息透明贯穿全程。来源:内蒙古日报

画中说

▼中办、国办日前发布《关于加快建立长期护理保险制度的意见》,要求用3年左右时间基本建立适应我国基本国情的长期护理保险制度。这标志着长期护理保险制度从局部试点转向全国推行。

新华社发 徐骏 作

▲网红保健品“澳洲优思益”号称原装进口,实为国内生产,海外注册地竟是汽车维修站。该产品靠明星推荐、流量造势,登顶电商销量榜,目前多部门已介入调查。

伪装进口、虚假宣传、流量造势,本质就是商业欺诈。一件“洋马甲”,骗了消费者,乱了保健品市场。在监管部门加强监督、打假扒皮的同时,平台与带货方须压实责任,守护诚信底线和公众权益,不能轻飘飘几句道歉就了事。

(谈牧文/徐云 图)

简历造假输官司是一堂普法课

刘予涵

对简历进行适当“包装”,是不少求职者的常规操作,但如果凭空捏造任职经历、资格证书,性质就完全不同了。近日,浙江宁波仲裁一起劳动争议案,一名总监因虚构工作经历被公司辞退,其诉讼索赔诉求被法院全部驳回。

拥有一份心仪工作是许多求职者的期盼,但这类岗位往往伴随着较高的任职要求。面对激烈竞争,有的求职者急于求成,不惜脱离客观事实夸大经历、伪造资质,殊不知这已触碰法律底线。虚构履历看似能蒙混过关、骗取入职机会,实则是给自己“挖坑”,一旦暴露,不仅会失去工作,更会丧失职业信誉,给职业生涯留下“污点”,影响后续求职之路,得不偿失。

这起案件,既是对广大求职者的警示,也为用人单位敲响了警钟,无疑是一堂生动的普法课。对求职者来说,简历美化可以理解,但绝不能造假,美化是基于真实经历的优势呈现,而造假则是凭空捏造的欺瞒行为,不仅违背诚信原

则,品德失格,严重时还需承担法律责任,这是每个求职者行走职场必须坚守的底线。

对用人单位而言,尤其是在招聘高管或核心技术岗位时,建立严格的入职审查机制至关重要,不仅要核查求职者信息的真实性,更要开展背景调查,将用工风险控制在职之前,避免因招用不符合岗位要求的人员造成损失。与此同时,这也提醒一些企业,必须破除狭隘的用人观念,如果过于看重求职者的纸面履历,忽视实际能力考核,难免会给投机取巧的造假者留下钻营空间,这种片面的用人导向显然不可取。

说到底,职场竞争的关键,从来不是靠一份光鲜亮丽的简历,而是取决于个人的真实能力与良好的职业素养。唯有求职者坚守诚信、脚踏实地提升实力,用人单位筑牢审查防线、完善用人机制,才能构建健康有序、彼此信任的用工环境,让每一份努力都得到尊重,让虚假简历彻底失去生存土壤。来源:开封日报

近日,知名儿童启蒙品牌“宝宝巴士”因其旗下App中出现不良广告,被市场监管部门处以30万元罚款并没收违法所得。这笔违法所得仅3.68元,与罚款金额形成巨大反差,恰恰凸显了处罚的警示意义远大于经济惩戒——在儿童成长领域,任何商业利益都不能无视保护责任。

不久前,国家发展改革委、国务院妇女儿童工作委员会联合印发《关于在全社会推进儿童友好建设的意见》,明确要求“加强未成年人网络保护,集中整治通过互联网诱导危险行为、宣扬不良价值等涉未成年人突出问题”。

在数字化时代,构建真正的儿童友好社会,净化网络空间、守护数字童年是不可或缺的一环。

近段时间,一些家教机、学习机等儿童相关产品内容失范的情况时有发生,一些社交媒体也被指向未成年人推送软色情等有害信息。在流量至上的商业逻辑驱使下,某些商业平台将社会责任抛诸脑后,岂能放任不管。

针对“宝宝巴士”的30万罚款,既是对乱象的回应,也是强监管的警示:把“擦边”的黑手伸向孩子,必将付出沉重的代价。商业利益绝不能凌驾于孩子的健康成长之上。面向儿童的数字产品,必须用“显微镜”审视每一条广告,以“防火墙”隔绝每一次风险。现在的孩子是数字时代的“原住民”,守护这方寸屏幕,才能给“原住民”们一个健康的成长环境。来源:新华网

绝不容许低俗广告给孩子“投毒”

黄浩