

驭风起势，冬日经济看好

——理性看待时令经济的冷与热(下)

湖南日报全媒体评论员 曹茜茜

这段时间，长沙陆续开业多个大型商场，新鲜的业态和全新的消费场景，带动客流、商流、物流同步升温，给冬日消费市场注入融融暖意。也有人发现，尽管商场人流如织，但不少消费者却不再像以前那样毫不犹豫地刷卡消费，而是在各个店铺前穿梭，偶尔有驻足的，也是看了看价签后默默离开。消费者的荷包“捂紧了”，消费市场谨慎理性的趋势愈发明显。

一般而言，“冬日经济”是一年的消费亮点。购置御寒衣物、取暖电器，品尝热气腾腾的火锅，是不少人的入冬“仪

式”，构成了包罗万象的“暖经济”；与此同时，各地涌现的“冰雪+文旅”融合产品，带动的滑雪、温泉、美食、酒店等消费业态，组成了全新崛起的“冷经济”。“暖经济”与“冷经济”发力，唱响冬日的消费组曲。正因如此，不少商家将每年的12月到农历新年这个时间段视为“开年小旺季”，都铆足了劲想在春节前赚一笔。

共同炒热“冬日经济”，是满足多元消费需求，壮大消费市场的必由之路。日前召开的中央经济工作会议，明确2025年要抓好的九项重点任务，其中

“大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”是首要任务。近年来，新产品、新技术、新创意不断涌现，消费供给“只有你想不到，没有你买不到”。在这种背景下，为什么“全网找平替”成了一种潮流？我们正在经历的这种生活之变，折射的是消费选择多样化，消费理念个性化，消费需求具体化。

消费者在哪儿，市场就在哪儿。某种意义上说，不盲从产品包装、品牌等“附加属性”，在量入为出的范围内选择体验感相似、性价比更高的产品和服务，是消费回归本质的表现。应对这种

“冷热交替”，要顺势而为、以变应变，在摸清消费者喜好的基础上调整、优化供给端布局，在独特消费体验、特色场景打造和提升服务品质上做足文章。

眼下，“北方的雪乡”一派“热气腾腾”，“南方的小土豆”垂涎欲滴。张家界市、衡阳市、郴州市等地，利用得天独厚的自然优势发展冰雪经济，走出了一条差异化的路子，本地人“足不出户”就能感受“冰雪大世界”的魅力，这何尝不“消费没有消失”的实证？消费丰俭由人、大众需求万变，本就没有绝对。瞄准风向，驭风起势，冬日经济看好。

一碗泡面引发舆情值得反思

苑广阔

近段时间，济南大学舜耕校区(东校区)“校园超市10元泡面欲涨价，逼走低价食堂超市窗口老板”的爆料，引发舆情。

纷争的缘起是济南大学超市和六食堂一个档口的经营者，都在做煮泡面的生意，但加工费及青菜、鸡蛋等配菜收费不同。学生更愿意选择到物美价廉的档口消费，济南大学超市的经营者却三番五次要求档口经营者“泡面大叔”涨价，后者不同意，导致“泡面大叔”不得不撤掉档口，退出经营。

这样的结果，引发了大学生们的不满，纷纷在网络上为“泡面大叔”鸣不平，同时也吐槽超市经营者在日常经营过程中对大学生的不友好做法。之后，学校在介入处理过程中明显带有偏向性的做法，进一步让两校内经营主体之间的竞争闹得沸沸扬扬。学校还试图以“‘泡面大叔’因个人原因停止经营”为借口“挽尊”，结果很快就被真相“打脸”。按照“泡面大叔”的说法，自己被告知若不在12月8日撤出，将被断水、断电。这波“拉扯”，直接把济南大学置于十分被动和尴尬的境地，网络上各种各样的猜测和传言四起。眼看着舆论越闹越凶，济南大学超市不得不停业整顿。

大学生既是为了朴素的正义，也是为了维护自己的利益，才把这件事发到网络上并且持续声援一方当事人。但从根本上反映出来的，还是大学校园内市场经营行为的不公开、不透明等问题。发生在济南大学的“泡面事件”，看似偶发，却值得深思。要知道，纵容类似的超市随意抬高价码、恶意打压同行，最终损害的还是老师和学生的利益。

(作者系自由撰稿人)

新闻漫画



不能借智能应用“薅家长羊毛”

近日，河南信阳平桥区信钢学校一家长反映，学校使用“数智家校”App发送学生的考试成绩，每月要付费5元开通会员，不付费就无法查询。

考试成绩作为教育过程中的重要反馈，理应为家长和学生便捷、免费地获取。

在这环节中，智能应用不能成为“薅家长羊毛”的工具。各方应共同努力，让教育回归本质，让技术真正服务于教育，而不是给家长和学生增添不必要的经济与心理负担。

图/朱慧卿 文/胡印斌

劳动仲裁典型案例的样本意义

王琦

北京市人力资源和社会保障局日前发布2024年度十大劳动人事争议仲裁典型案例，涉及网约家政工劳动关系认定、劳动合同解除、事业单位人事争议等方面，聚焦“职场霸凌”“劳动碰瓷”“全员竞业”等问题。这是北京市连续第十年进行劳动人事争议仲裁典型案例发布。

在当今多元化的劳动市场中，劳动关系的复杂性和多样性日益凸显。在此背景下发布这些典型案例，其样本意义不容忽视。

为劳动者和用人单位提供了明确的法律指引。比如，网约家政工与家政公司的关系如何界定，就是近年来随着家政服务行业发展而兴起的新问题。通过具体案例的裁决结果，相关部门为这一新兴行业的劳动关系认定提供了实操性的法律参考。这不仅有助于规范家政服务市场，也为网约家政工的权益保

护奠定了法律基础。

为用人单位在劳动合同管理上的合规性提供警醒。在“故意不订立劳动合同索要双倍工资未获支持”的案例中，明确传递了一个信息：劳动合同法的保护是双向的，既保护劳动者的合法权益，也防止劳动者利用法律漏洞进行“劳动碰瓷”。这要求用人单位必须严格遵守劳动合同法的规定，及时与劳动者签订劳动合同，而劳动者也应诚信履约，共同构建和谐稳定的劳动关系。

通过这些案例，我们能够更加清晰地看到劳动仲裁在维护社会公平正义、促进劳动关系和谐稳定中的积极作用。期待更多类似的典型案例能够及时发布，为构建和谐劳动关系提供法律支撑和示范引导。

(作者单位：河南省漯河市郾城区疾控中心)

划“学霸就餐区”不知哪根筋出了问题

木须虫

12月16日，有网友晒出四川成都石室成飞中学的食堂照片，照片上可以清楚地看到，食堂被划分了一块区域，桌子上摆着“学霸就餐区”的牌子。眼尖的网友发现，这些同学的伙食明显要比周围普通学生的好。面对质疑，校方很快表示，“学霸就餐区”其实是对每次月考中表现优异的学生的一种奖励，奖励对象包括单科第一、班级第一和进步最快的学生。

对设置“学霸就餐区”，网上有支持的，也有反对的，意见分歧相当大。有的网友觉得挺好：“人家努力考第一，不应该有点奖励吗？”也有网友认为，这种区别对待可能会给成绩好的学生造成心理压力，加剧学生之间的竞争和分化。

这不禁让人想起了顾明远先生在《坚决与反教育行为作斗争》一文中提到的另外一件事。某校为了让学生“体验人生百态，把握自我命运”，把学生分成上士、中士和下士三等。上士三餐一

汤，另加一杯代表身份的红酒；中士吃两菜一汤；下士站在桌边伺候上士吃饭，等上士吃完，负责把碗筷收拾之后才能去吃比较差的饭。虽然成飞中学没有出现“学渣”为“学霸”服务的惩戒项目，但人为将学生分为三六九等的意味已经很明显。

学校的教育管理中，如何在激励学生积极进取的同时，确保公平对待每一位学生，值得共同思考。一方面，厚爱成绩优秀的学生，应当合理有度，需要学校找到边界、把握方式，避免奖励滥用；另一方面，对其他普通学生需要给予足够的重视与关爱，包括在成绩因素之外给德智体美劳多方面发展的学生以客观的评价，也包括建立“跟自己比”学习成绩进步的评价肯定与奖励激励机制等等，让每个孩子都有存在感、都能看到进步的希望，都能在校园的学习中锻造进取心。

(作者单位：湖北嘉鱼县政协委员会)

填补行业空白！蒙牛推动乳品感官评价标准化建设

刘佳



乳品感官评价标准化发布现场。

【本文图片均由蒙牛乳业(集团)股份有限公司提供】

可区分性和可感知性。两项团标的研制过程，正是遵循这些原则确保其兼具科学性与系统性。

遵循这些原则，在蒙牛感官团队牵头起草，联合中国标准化研究院、行业相关企业及高校科研机构，经过文献分析、实验建立、测试验证并汇集众多专家智慧，形成了科学、系统的便于行业内外统一使用的牛奶及发酵乳团标技术内容。这不仅填补

了行业空白，也为乳品行业的高质量发展奠定了重要基石。

推动感官评价标准化，助力行业高质量发展

两项团体标准的研制意味着乳品行业在感官分析领域迈出了标准化的重要一步，其发布实施也将是推动行业规范化、高质量发展的重要一步。通过规范牛奶和发酵乳关键滋

气味特征的定义与使用规则，两项团标构建了统一的感官语言体系，不仅确保了感官评价结果的可比性和一致性，解决了行业内长期存在的描述不统一问题，还帮助企业更加精准地解析消费者反馈，优化产品感官特性，推动乳品创新。

同时，统一规范的感官语言体系有助于理清行业内部的沟通语言，构建有序的市场环境，为消费者传递规范化、专业化的品质信息，进一步提升乳品行业的整体竞争力。

这两项团标的发布不仅是乳品行业感官评价领域的重要里程碑，也彰显了蒙牛作为行业领军企业的责任与担当。正如《国家标准化发展纲要》所强调，标准化是经济活动和社会发展的技术支撑，是推进国家治理体系和治理能力现代化的重要手段。而《质量强国建设纲要》则进一步提出，提升产品质量是满足人民美好生活需求、推动高质量发展的关键环节。这两项纲要为乳品行业的标准化建设提供了战略指引，也为行业的规范化发展奠定了政策基础。

