

热点关注

加快建设现代物流体系

前段时间发布的数据显示,2025年全国社会物流总额368.2万亿元,同比增长5.1%;物流业总收入14.3万亿元,同比增长4.1%;社会物流总费用与GDP的比率为13.9%,首次降至14%以下。总体来看,我国物流运行稳中有进,社会物流总额增速保持稳定,全社会物流成本持续降低,物流对经济发展的支撑作用不断强化。

物流运行的一系列成绩,勾勒出行业由大到强的发展轨迹,也成为我国经济韧性十足的生动注脚。工业品物流需求结构不断优化,高端化、智能化特征愈加显著,装备制造、高技术制造业物流需求成为核心增长点,产业体系攀高向新的趋势愈加明朗。单位与居民物流需求显示出内需潜力,在以旧换新政策、超大规模市场优势等的共同作用下,电商物流持续向好,一件件新鲜上架、往来穿梭的商品,传递着消费场景更趋多元的信号,各领域消费物流需求潜力稳定释放。与此同时,全链条物流需求逐步发展成型,新兴产业物流需求增速显著,工业机器人物流量保持高位增长,大型快速物流企业实现分拣、运输、配送等全流程智能化管控,推动资源循环利用体系加速构建,为绿色经济培育更多增长点。

我国经济仍处于动能转换、结构调整的关键时期,传统物流面临诸多挑战。在综合竞争力方面,我国物流成本与GDP的比率已降至历史最低水平,但与美国及欧洲国家相比仍然偏高。在行业结构方面,少数大型物流企业凭借广泛的服务网络、先进的技术设备以及较高的品牌知名度,占据大部分市场份额,中小物流企业受制于资金、技术和管理等因素,市场资源供需不平衡,“内卷式”竞争仍然激烈,低价倾销、同质化服务导致行业资源错配、产能过剩、创新受阻、重复布局等一系列问题。

“十五五”时期,物流业要在复杂多变的市场环境中积极应变,继续保持良好发展态势,加快建设供需适配、内外联通、安全高效、智慧绿色的现代物流体系。

推进降本增效,提升物流业综合竞争力。优化布局物流网络,充分考虑市场环境、交通条件、仓储设施分布等因素,科学规划物流节点,合理确定物流中心、配送中心的位置和规模,减少运输距离和中转环节,降低运输成本。强化物流数智赋能,加快物流数字基础设施建设和改造升级,推进物流数据开放

互联,推动物流与人工智能深度融合。

加快平衡发展,优化物流业结构。纵深推进全国统一大市场建设,依法依规治理低价无序竞争,引导企业提升服务质量,推动落后产能有序退出。扩大市场规模效应,领军物流企业发挥示范引领作用,骨干物流企业聚焦优势领域强化资源配置、优化产业布局,成长物流企业在兼并重组、联盟整合、平台建设等方面持续发力。加大对物流企业尤其是小微企业的短期融资支持,加强中小物流企业与供应链企业沟通合作,推动物流主体做强做优做大。

加强人才培养,集聚物流业高质量人才。高校根据物流业发展趋势和企业需求,优化物流专业课程设置,推动专创融合、思创融合与产教融合,培养具有扎实理论基础和实践能力的高素质物流人才。物流企业优化工作模式,利用智能调度、自动化设备减轻一线员工的体力负担,建立“能力+贡献”等多维度评价标准和奖励晋升机制。行业协会积极做好系统规划、供需衔接、跟踪培养、评价示范等工作,帮助物流人才成为行业高质量发展的实践者与引领者。

刘田原

民生聚焦

小家电“过保即坏”企业不应转嫁售后责任

近年来,小家电“刚过质保期就坏”“坏了找不到地方修”的问题持续引发消费者不满。有广州的消费者花1000多元购买的某知名品牌电饭锅,坏了之后根本找不到官方线下维修点,客服称“必须寄回厂家维修,且要负责来回运费”;还有的消费者购买了该品牌小家电,“卡”在刚过质保期的节点坏,遭遇客服的推诿塞责……

消费者的烦恼折射出一个现实问题:一些小家电过保即坏、坏了难修,让消费者陷入“用了不舍得丢”的糟心境地。而这一切的背后,是企业售后责任的严重缺失。

一些小家电行业的头部企业,在市场上拥有巨大的影响力和号召力,这本应意味着更大的责任担当。然而现实中,消费者遇到问题时,客服反复推诿,售后层层设障,线下维修网点持续收缩。企业在销售时“攻势凌厉”,在售后时却步步后退。这种“重销售、轻服务”的做法,损害的不仅是消费者权益,更为整个行业树立了负面样板,助长“小家电就该用完即弃”的不良风气。

为产品提供质量保障、畅通售后渠道,是一家企业维系市场信誉的基石。消费者购买产品,不仅是为其使用价值付费,更是一份“用得放心”的承诺买单。对于“过保即坏”的质疑,对于“没地儿修”的抱怨,企业不能视而不见,更不能“逼迫”用户降低维修意愿。忽略甚至无视售后责任,只能一点点透支消费者对品牌的信任。

当前,质量强国建设正对企业提出更高要求。早在2023年印发的《质量强国建设纲要》就明确提出要让人民群众“用得舒心”。“过保即坏”“坏了难修”的现象显然违背了“用得舒心”的惠民导向,侵蚀了“质量信誉”的品牌根基,背离了“高质量发展”的时代方向。行业头部企业更应该拿出应有担当,以耐用产品和便捷售后回应消费者期待。

颜之宏

培训“包就业”可信吗

“考证抵个税”“整理收纳师月薪过千元”“无人机驾照包分配年薪10万元”……在社交媒体上,类似抓人眼球的考证培训宣传口号屡见不鲜,对于一些职场人和求职者而言,吸引力不小。看似诱人的“高回报”背后,却是夸大宣传、山寨证书、就业承诺落空、退费无门等重重陷阱,有的人花费数千元甚至上万元,最终却陷入“钱岗两空”的困境。

考证培训包就业之所以从者甚众,本质上是因为机构利用信息不对称,抓住了人们的职业焦虑和急功近利的心理。如今,一边是科技快速发展,新应用爆发式增长,另一边是人才市场竞争加剧,不少人希望快速掌握技能,实现就业或增收,这为不法机构提供了可乘之机。一些机构刻意模糊政策概念,将未列入《国家职业资格目录》的证书包装成“国家认可、个税抵扣”的香饽饽,把临时散工包装成“有分配、高薪”的稳定工作,用虚假承诺制造假象。有的机构用数千元甚至上万元的线下课程将学习者直接套牢,有的先用低价课程引流,再逐步加收高额费用,到头来都无法兑现就业承诺。

一些新兴职业出现不久,尚未形成完善的技能标准和管理体系,为培训机构滥发证书、虚假宣传留下了空间。不少机构无正规办学资质,培训师也无相关从业经验,通过“挂靠”“加盟”开展业务,甚至存在“边学边教”、课程“货不对板”等问题。不少培训依托线上跨地域开展,使得资质核查、消费维权难度加大,一些机构无合同协议、无办学备案,出了问题便黑黑学、失联跑路,让消费者维权无门。

其实问题就出在这个“包”字上,交钱之前拍胸脯打包票,交钱之后则是顾盼左右闪烁其词。须知,培训与就业之间虽有联系,但分属上下游,且主体有别,“包就业”是培训机构做不到的事情。

学习培训对个人来说是有积极意义的,基于个人特长天赋,紧扣社会发展需要开展的学习培训,不仅有助于成长成才,还能在劳动力市场上占据有利位置。不过,真正的就业竞争力,从来不是一纸证书赋予的,用人单位不止考量学习经历、社会实践等基本条件,更看重实际操作能力和项目经验。培训作为经济建设的重要补充方式,初衷是为劳动者赋能,为经济发展输送人才。要让培训真正成为劳动者职业发展的“加油站”,助力每个愿意终身学习的人走得更稳、更远。

刘莉

老字号靠什么受年轻人青睐

北京一家稻香村门店马年爆款糕点单日销售3吨,隆福寺商圈客流量增长4.2倍……春节期间,众多老字号通过产品创新、场景延伸、多方联动等方式实现焕新升级,成为节日消费新热点。不少老字号正逐步赢得年轻消费者的关注与喜爱。

群星璀璨的中华老字号,历经岁月洗礼,在市场中屹立不倒,靠的是对品质的执着与坚守、对传统技艺的代代传承。如今,它们以创新姿态成功“破圈”,不仅俘获了年轻一代,也为节日市场注入新活力,更为传统品牌的可持续发展提供了生动样本。这些承载着时光记忆的老字号,究竟是如何跨越代际鸿沟,成为年轻人的“心头好”?

产品升级,口味更时尚。要想赢得年轻人青睐,首先要从口味研发、包装设计上下功夫。春节期间,全素斋推出的“马到成功饼”“中华太极酥”等京味素食福饼,为健康饮食提供了多元选择;吴裕泰将马年生肖文化与非遗制茶技艺深度融合,推出马年新春系列产品,同样打开了市场新空间。

场景拓展,体验更丰富。春节期间,各类老字号年货融入市集、商圈和文化空间等,推出新产品。比如,张一元上新“一马当先”礼盒,稻香村推出“骏马踏福”现烤糕点礼盒等。场景的多元出新,吸引众多年轻人参与互动。在某种程度上,这些产品已超越食品本身,成为可分享的“社交货币”,既满足了年轻人对个性化表达与文化认同的双重追求,也提升了品牌吸引力。

跨界联动,形式更新鲜。一些老字号还尝试线上线下协同、品牌跨界合作,为年轻人带来新鲜体验。例如,某乳品老字号与汽车文化品牌跨界联动,成功拓展了销售渠道,刷新了消费者对品牌的认知。

热潮之下,老字号的转型之路并非坦途。有的因过度商业化导致口碑下滑,有的因价格虚高引发消费者吐槽。这些问题带来警示:老字号创新突围,既不能守旧,也不能忘本。面对新的消费群体与市场格局,老字号绝不能只靠老牌子、老方子吃老本;若舍本逐末,放弃匠心、品质坚守,再老的招牌也有褪色的一天。唯有坚持守正创新,才能让金字招牌越擦越亮。

创新,是为了让熟悉的味道焕发新机,走进更多人的生活。未来,只有更精准捕捉年轻消费者的需求变化,才能让这场跨越代际的双向奔赴,走得更稳、更远。

毛同辉

街谈巷议

熬肉换牛肉 把减肥玩明白了

据报道,近日,江苏省无锡市梁溪区山北街道发起的一场“熬肉换牛肉”健康减重挑战赛火了。3月12日,记者从山北街道办事处获悉,截至目前已有2700余人报名参加。网友纷纷呼吁“全国推广”。

最新监测数据显示,我国成人超重肥胖率超50%,学龄儿童超重肥胖率达到30%,肥胖导致的高血压、高血糖等慢性病风险持续增加。这些数字背后,是无数家庭的就医账单和生活质量折损。国家盯住体重,本质上是在为全民健康设立早期预警。

“熬肉换牛肉”活动的火爆,恰恰折射出传统健康宣传模式的短板。苦口婆心劝人控制体重效果有限,但把减重转化为看得见的实物奖励,把公共政策转化为趣味游戏,就容易点燃民众的参与热情。从“要你健康”到“你要健康”,往往就差这样一个接地气、带有烟火味的小小支点。

体重管理不等于减肥,也不是鼓励“以瘦为美”。这场挑战赛的报名门槛设定为身体质量指数(BMI)≥23kg/m²,或女性腰围≥80厘米、男性腰围≥90厘米。同时,每人封顶兑换20斤熬肉,并严禁使用减肥药、极端节食等不健康方式。设置这些条件,目的就是鼓励适度减肥,避免走极端。

当然,这项挑战赛只是一场街道级活动,覆盖面终究有限。但这种方式仍然值得点赞,也不乏启发价值。一些地方或单位完全可以借鉴这种思路,探索适合不同群体的体重管理模式。比如,社区可以把目光投向老年人,组织广场舞打卡换粮油;高校可以面向学生推出校园跑积分换券等。这场挑战赛最大的价值,或许就在于其经验可借鉴、可复制,让更多人参与进来。

全民重视体重管理,支撑的是国家发展的底气。其他地方也不妨抄一份这份“作业”,用听得懂、愿意跟的方式,让民众动起来。陈广江

家装避坑呼唤规范标准



装修一套房,可能会踩哪些坑?近日有调查发现,家装行业合同“埋雷”“货不对板”及渗水漏水等问题突出,部分商家设置各类合同陷阱与隐形消费,相关投诉呈增长趋势。与此同时,家装服务具有准入门槛低、全周期链条长、产品非标准化等特点,部分服务缺乏规范标准和强有力约束,导致消费者在面临上述问题时维权较难。今年《政

府工作报告》提出“实施服务消费提质惠民行动”“加强消费者权益保护”,相关部门可协同完善行业标准体系,制定更细致的施工工艺标准和验收规范,实现“所见即所得、计价即结算”,探索引入银行作为“装修款项的资金存管方”、建立全国联网的家装企业信用黑名单等方式,助力打造更安心的消费环境。

时锋

用不用“小蜜蜂”扩音器 该听听教师意见

老师“小蜜蜂”吵上了热搜。

据报道,广州、东莞等地已有学校提倡教师尽量用嗓授课,部分省市更曾出台相关意见规范“小蜜蜂”等随身扩音器的使用。在教育圈,是否使用“小蜜蜂”授课这一话题也反复引发热议。

长时间站在讲台上讲课,教师的嗓子在高强度工作中面临挑战。而“小蜜蜂”等随身扩音器凭借成本低、效果好的特点,逐渐成为不少教师的“标配”。

但与此同时,过度依赖“小蜜蜂”的弊端也不断显现。坐在前排的学生,常常要承受过大音量冲击;后排学生则可能因声音扩散不佳,依旧听不清内容。

于是,一个现实难题摆在教育管理者、学校和老师面前:如何在保护教师嗓子与保护学生听力之间找到平衡?护嗓与护耳,能不能实现两全,找到更科学、更人性化的方案?

简单粗暴的允许与禁止,都不足以回应真实的教育现场,最有发言权的,是站在讲台前的一线教师。从实践情况来看,最基础、最迫切的工作,是为教师

提供系统的科学用嗓与护嗓培训,帮助教师从“靠嗓子硬扛”转向“科学用嗓”。同时,应配备必要的护嗓物资,定期组织教师进行咽喉健康检查,将职业健康保护落到实处。

比个人护嗓更长效、更根本的解决路径,是优化教室声场环境,用专业硬件替代便携式扩音器。现实中,已有不少学校意识到这一问题,在教室内安装专业、均匀分布的吊顶扩音系统等设备,实现了保护教师嗓子和学生听力的两全。

当然,安装专业设备需要较多资金的投入。当下,并不是每个地方都能承受得起的。这也暴露出当前教育投入中,对“隐性细节”关注不足的问题。

这也提醒人们,教育投入,既要关注大楼、操场等“大件”,也要关注声音、光线、空气这些“小事”。瞄准这些与师生身体健康密切相关的问题,难点问题,加大投入力度,也是办好人民满意的教育的重要内容。

李一陵

马年学习“马品格”

式,也塑造着相异的职场人生。年轻干部是党和国家事业发展的生力军,是中国特色社会主义事业的接班人,时与势呼唤年轻干部恪尽职守、担当作为,真抓实干、埋头苦干,更好的肩负起时代赋予的使命。然而在现实中,缺少担当特质的年轻干部却并不少见:有的险重面前不敢横刀立马;有的急难工作顶不上去;有的大事大非面前不见他的身影;有的对待工作抱应付态度……凡此种种,都是不担当不作为的典型表现。这样的干部,既有损党员干部形象,又妨碍党的事业发展。担当,是成功者的通行证;“躺平”,是失败者的墓志铭。

对年轻干部而言,肩膀硬、腰板直,敢负责、能担当才是做人做事的应有姿态。一代人有一代人的使命,一代人有一代人的担当。年轻干部要时常扪心自问:干事创业的激情还有没有?“初生牛犊不怕虎”的干劲还在不在?“百战归来仍少年”的热血还冷没冷?要不忘初心、牢记使命,培养好勇于担当的自觉,练就善于担当的本领,任何时候都把担当作为一种责任、一种追求、一种境界,愿挑最重的担子、啃最硬的骨头、善接烫手的山芋,如此才能不辱使命、不负重托,创造更为丰厚的价值,成就更有意义的人生。

从“老马识途”学本领。“铁手的手、命运的腿、无情的暗器、冷血的剑”,熟悉温端今小说《四大名捕》的读者都知道,诸葛神侯麾下的四大神捕因各个身怀绝技,匡扶正义、惩奸除恶,而成为江湖中人人敬重的一代名捕,也成为武侠世界永恒闪亮的传奇印记。本领是干事创业的基础,有“一技之长”、“两把刷子”才能有“一席之地”,这是古今中外一条普遍规律。年轻干部能否在时光剪影中行稳致远,最终得靠本领吃饭、拿本事说话。满足于“吃老本”、不注重长本事,不与组织的追求相去甚远,也注定了人生的碌碌无为。强国伟业、实现中华民族伟大复兴,需要年轻干部“不仅要有担当的宽肩膀,还得有成事的真本领”。对年轻干部而言,做身先士卒、新时代表新要求相适应的硬板能力,依然是当务之急、当务之急。过硬本领从哪里来?靠勤学。

要坚持“干什么学什么、缺什么补什么”,不断加快知识更新、优化知识结构、丰富知识储备,持续增强适应新时代发展要求的专业化能力。二靠苦练。无论读书学习还是干事创业,都需要日积月累、反复研学,都需要持之以恒、久久为功,任何本领的学习,投入的时间和精力达到一定程度,才能促成“质变”。三靠善思。过硬本领的获得,绝不是无意义地重复劳动,而是边干边想、学思践悟,日日有所思,一朝有所悟,本领就会突飞猛进,自己也会成为干好工作的行家手里。

从“饮马投钱”学廉洁。廉洁自律是共产党人为官从政的底线,一个干部廉洁自律不过关,做人就没有骨气,做事就没有硬气。年轻干部只有在遵规守纪、清正廉洁的前提下积极担当、放手干事,才能想干事能干事、干成事不出事。年轻干部处于事业、生活起步期,党性历练、社会阅历相对不足,这也意味着他们在一定程度上容易产生廉政风险。纪检监察机关公布的审查调查消息中,每年都有“80后”“90后”年轻干部被查处的案例。他们的教训是沉重的,也是惨痛的。这些反面典型案例警示我们:世界上没有无缘无故的爱,世界上没有免费的午餐,世界上没有不透风的墙,世界上没有后悔药。一个人能否廉洁自律,最大的诱惑是自己,最危险的敌人也是自己。对年轻干部而言,廉洁自律这根弦永远不能松,否则就会“一次做让步,下次守不住”。年轻干部防止“前脚刚踏上仕途,后脚就走入歧途”,就要经常对照党章党规党纪、对照初心使命,看清楚、弄明白哪些事能做、哪些事不能做,自觉筑牢拒腐防变的思想“防火墙”。要把党的光荣传统和优良作风传承好发扬好,始终保持“赶考”的清醒,保持对“围猎”的警觉,时刻自重自省自警自励,慎独慎微慎始慎终,清清白白做人、干干净净做事,永葆清正廉洁的政治本色。要抓早抓小、防微杜渐,坚持从小事小节上约束和规范自己,以“君子检身,常若有过”的态度来检视发现自身不足,立行立改、即知即改,始终做到心有所畏、言有所戒、行有所止。

王莹