



市场星报

出版单位 安徽市场星报社
地址 合肥市黄山路599号
时代数码港24楼



新闻热线 62620110
广告垂询 62815807
发行热线 62813115
总编办 62636366
采编中心 62623752
新闻传真 62615582



市场星报电子版
www.scxb.com.cn
安徽财经网
www.ahcaijing.com
Email: admin@scxb.com.cn



零售价 1元/份
全年定价 240元
法律顾问 安徽美林律师事务所
杨静 律师
承印单位 新安传媒有限公司
印务公司
地址 合肥市望江西路505号
电话 0551-65333666

星报传媒 全媒体矩阵



市场星报官方微信



《安徽画报》微信



掌中安徽APP



市场星报官方微博

返岗稳就业, 抢抓“开门红”



“开工大吉, 前‘兔’似锦!”连日来, 从招聘现场到招工一线, 从生产园区到企业车间……到处人头攒动、人气高涨, 让人直观地感受到返岗复工的加速度、劳动力市场的火热度。

就业是最大的民生, 一头连着万家灯火, 一头系着发展大局。找到一份好工作, 对个人生活来说, 这是获得收入、追求幸福的基本途径; 对经济社会发展而言, 这是畅通经济循环的重要支撑和关键环节。稳住就业这个基本, 居民就有了收入和消费, 经济社会大盘就有了稳定基石。回望过去一年, 我们始终将就业作为保障民生的头等大事, 以落实落细

就业优先政策为抓手, 深入实施减负稳岗扩就业各项措施, 持续加大重点群体帮扶和就业服务力度, 全国就业主要指标运行平稳, 稳就业的劲头更足、基础更实。

就业是社会“稳定器”, 也是经济“晴雨表”。“拼经济”“抢人工”的背后, 是订单旺、生产忙的经济活力, 是势头强、后劲足的发展动能。当前, 疫情防控进入新阶段, 住宿餐饮、旅游等接触性聚集性服务业恢复改善, 有利于发挥服务业吸纳就业体量大的优势。随着稳经济各项举措进一步落地显效, 经济持续恢复, 带动就业需求扩大。更多的就业岗位、更新的职业模式、更高的技能需求, 意味着要在更高效的举措、更精准的保障、更周到的服务上想办法、谋出路, 将岗位送到家门口、把人才送到企业身边, 想方

设法解决“招工难”“用工荒”问题。

开年就是开工, 开工就要实干。做好招工引工、稳岗拓岗工作, 事关市场信心强弱, 关乎千家万户冷暖。新的一年, 我们要继续坚持就业优先战略和积极就业政策, 把解决就业问题放在更加突出位置, 在推动高质量发展中强化就业优先导向, 提高经济增长的就业带动力, 努力推动就业这个最大的民生工程、民心工程和根基工程高质量发展, 让更多人乐业有成、有梦可期。

就业稳, 则人心定、家庭和社会稳、国家安。全力稳岗位、保就业, 努力开新局、应变局, 我们就一定能为实现新一年经济运行整体好转打下更为坚实的基础。

向学笙/文 人民网



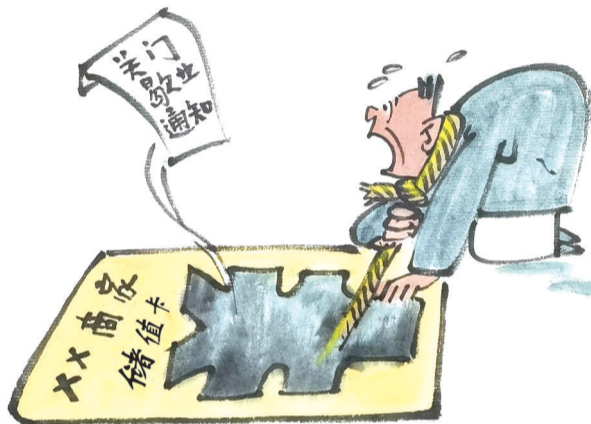
储值卡不能成了“贬值卡”

近年来, 许多商家都推出了储值卡, 如美容美发店、餐饮店等充值类会员卡等。然而, 记者调查发现, 这类储值卡在实际使用过程中暴露出诸多问题, 有的商家设置了支付限制, 导致消费者有卡却买不了想买的商品, 有的消费者办卡后遭遇退卡难、退款难等情况。(2月4日《法治日报》)

预付卡消费模式本身并非坏事, 对商家来说, 通过推出储值卡, 有利于提高消费者黏性, 也有利于资金回笼, 利益套现。而对于消费者来说, 通过交纳预付费, 能够享受到“VIP服务”, 消费也更为优惠。

这本应能够带来消费者与商家的“双赢”, 但一些商家推出储值卡却是机关算尽, 只想“吃独食”, 利用储值卡算计消费者。

储值卡不能只是商家的“摇钱树”, 也应该成为消费者的“储钱罐”。商家对消



套路 王恒/漫画

费者进行消费限制, 给交易者设置障碍, 这已然侵犯了消费者的公平交易权和自主选择权。如果双方事先没有对预付卡的使用方式和范围作出限制, 事后却对消费者进行支付限制, 这还构成了合同违

约。如果储值卡支付比其他支付方式要花更多的钱, 也涉嫌侵犯消费者的公平交易权, 涉嫌对储值卡持卡人的消费歧视。

要遏制储值卡消费乱象, 监管必须要跟上, 不能让储值卡消费仍处于监管盲区。对储值卡消费要戴上“紧箍”, 筑牢保护消费者合法权益的法治防线。另外, 消费者维权难度大、成本高, 甚至可能“赢了官司却拿不回钱”, 这些也是储值卡消费乱象难以遏制的原因所在。所以, 要遏制储值卡消费乱象, 还要畅通消费者的维权渠道, 降低消费者的维权成本, 增强消费者与商家的“博弈能力”。还要建立健全监管机制, 比如有必要设立退费机制, 监管部门对商家付费缴付和使用进行限制等等。

储值卡不能成了“贬值卡”。激活“监管关卡”才能让储值卡消费不再“卡”。戴先任



电子烟“换马甲”, 监管不能“睁眼瞎”

“调味电子烟不是不许卖了么? 为什么现在网上还有这么多人在卖?”近日, 有网友反映, 在社交平台上有人以“奶茶杯”“可乐罐”等名义出售已被国家禁止销售的调味电子烟。记者调查发现, 确有商家通过网络社交平台售卖调味电子烟。(2月4日《北京青年报》)

众所周知, 所谓的电子烟是一种模仿卷烟的电子设备, 其烟油主要成分是尼古丁, 并添加大量调味剂、芳香剂, 制成如冰激凌、咖啡、白桃等口味的新型烟草。据报道, 由于电子烟中的调味剂一般来说是化学合成的, 吸食后可进入血液, 给人体造成危害。如果青少年一旦接触到电子烟, 对他们的健康、安全会产生直接的威胁。因而, 国家已明令禁止售卖此类产品。

但一些不法商家却“冒天下之大不韪”, 竟然给电子烟“换马甲”, 以“奶茶杯”“可乐罐”等名义售卖, 这无疑是对法律法规的一种藐视, 更是对民众, 包括青少年身体健康的一种不负责任的恶劣行为。

电子烟“换马甲”, 监管可不能“睁眼瞎”。这就要求我们的监管部门要积极承

担起监管的主体责任, 切忌不闻不问, 视而不见。一方面, 要强化“严督查”, 不妨对市场上的各种电子烟进行常态化的督查、检查, 绝不让无良商家打着“水果”“饮料”等幌子给电子烟“换马甲”, 更不让无良商家把调味电子烟售卖给未成年人。另一方面, 要强化“严处罚”, 一旦查获售卖调味电子烟行为, 就应采取“零容忍”的态度, 发现一起查处一起, 不妨通过“监管谈话”“没收产品”“停业整顿”“高额罚单”, 甚至是“从业禁止”“追究法律责任”等多种行政处罚手段, 让其付出应有的代价。

此外, 监管部门还应建立健全举报奖励制度, 鼓励广大市民通过拨打国家烟草专卖局举报热线或向当地、上级烟草部门投诉等方式举报, 让售卖调味电子烟行为如“过街老鼠, 人人喊打”, 使其无生存土壤, 无销售市场。

只有监管严督查、严处罚, 再辅以举报奖励, 就一定能够有效遏制电子烟“换马甲”, 从而让调味电子烟“露头就遭打”, 入市无门, 无处遁形。

叶金福



改变一个人的不是大道理 而是小习惯

曾经有人做过统计, 那些树立目标的人, 有将近一半是在一个月后放弃, 能够坚持完成目标的人, 只占了一小部分。没有坚持, 就没有改变。过去的习惯, 决定了今天的自己; 今天的习惯, 成就了明天的自己。与其在那些遥远的目标和空洞的口号里麻痹自己, 不如从眼下的微小努力开始, 脚踏实地做出改变。 @新华社



春天来了, 愿所有美好如期而至

春暖花开的季节, 一切才刚刚开始。不论过去如何, 未来都是崭新的。春天, 生机勃勃, 万物可爱。在这个时刻, 你可以种下一朵花、培养一个爱好、结识新的朋友, 不要为一些琐事而停住欣赏生活的脚步。

让我们和过去的愉快挥手告别, 整理行囊, 重新出发, 去迎接明媚的春光。当你足够努力、足够优秀, 你所期待的才会如约而至。愿你不负春光, 不负自己, 在这春天, 向阳生长, 与更好的自己温柔相逢。 @人民日报