

## 非常道

世行前副行长戈尔丁：  
疫情之下，我们更不该逆全球化

世行前副行长、经济学家伊恩·戈尔丁曾在作品中预言，下一次经济崩溃将由全球大流行病引起，世界秩序将面临各种前所未有的风险。近日，界面新闻专访了戈尔丁，他认为，“全球化并不是在所有方面都是好的，大流行病便是其中之一。但是，如果我们为了遏制这些不好的方面而扼杀全球化，那就是在扼杀我们的所有前景。” @界面新闻

## 微声音

休息日熬夜更易患心脏病

刷微博、看朋友圈、追剧、打游戏……这些都是你晚睡的理由。美国亚利桑那大学研究发现，休息日经常熬夜、比平时工作日睡得晚、起得晚，被称为“社会时差”，会升高患心脏病的风险。此前有研究表明，社会时差会引起肥胖、增加患心血管疾病和糖尿病的风险。专家建议，周末玩乐要适度，最好在晚上10点前结束。如果睡得晚，第二天应适当增加水果、蔬菜以及肉、蛋等食物的摄入，有助于抵消熬夜对身体的伤害。 @生命时报

## 热点冷评

后疫情时代  
亟需打通用工“堵点”

□ 杨玉龙

疫情防控形势持续向好，生产生活秩序得到加快恢复，但仍有一些企业在复工复产方面存在诸多“堵点”，比如居家办公的人员管理问题；比如职工年休假的冲抵问题；比如共享员工的政策支持问题……这些“堵点”已经影响了部分企业的用工“健康”。因此，这个时候，对用工“堵点”进行析疑，就显得尤为必要。(5月6日《劳动报》)

后疫情时代亟需打通用工“堵点”。一方面，需要相关政策更加完备。以疫情期间广泛关注的共享用工方式为例。据了解，不少带有明显季节性生产特点的企业，早就有这种需求。但从法律层面来看，即便借用方、出借方和员工之间有着充分协商，但也存在一定法律风险。于此，相关部门可以予以调查研究，出台相关的规定，让共享用工方式更为规范。

另一方面，需要劳动关系双方以诚相待。这其中的道理不难理解。毕竟，一些用工行为，难免会存在法律覆盖不到的情形。所以，劳动关系双方应该坚守“守法与诚信”底线。比如，疫情期间，企业经营受到冲击，人力成本是不得不考虑的问题。但是，企业调岗降薪降低人力成本的做法虽有法律保障，但是企业也应多些人性化举措，少降薪、裁员。

再者，劳动关系双方需合力打通“堵点”。比如，根据相关规定，企业受疫情影响生产经营困难导致暂时无工资支付能力的，经与工会或职工代表协商同意后，可暂时延期支付劳动者工资，延期时间一般不超过30天。面对困难就需要共克时艰的团结精神。诚如前述，无论是调岗降薪，还是延期支付工资，于劳动者也应该给予理解。

综合而言，后疫情时代打通用工“堵点”，既需要政府相关部门积极作为，又离不开用人单位与劳动者的同心合力。而且，有了良好的用工秩序，对企业对劳动者，对整个社会秩序都大有裨益。当然，值得注意的是，无论什么时候，劳动关系双方均须依法行事，更须多些“人情味儿”，这也是构建和谐劳动关系的基础。

“预约制”成常态  
也是旅游新业态

□ 汪昌莲

不同于以往“说走就走的旅行”，“无预约，不出游”成为今年“五一”旅游的新亮点。在“预约制”渐成常态的趋势下，如何让游客

批准后可以前往。从表面来看，这将使一些游客不能随时进入景区，但实际上却改变了过去游客蜂拥而至、过度集中的状况，让游客有序分散地进入游览，既保护了景区和文物古迹，又保障了游客的参观质量。

值得注意的是，国内的故宫，自2015年开始，便实行门票预售和“限流8万”政策，这实际上就是门票预约制度，是遗产保护的不二选择。可见，“预约制”成常态，也是旅游新业态。首先，旅游行政管理部门，应尽早建立景区门票预约制度，并根据各景区的特点和承载能力，设置一个容纳游客的上限，一旦有景区突破这个上限，立即发出预警，并向其发出“限流令”。同时，发挥价格调节作用，通过节日涨价、平时降价等方式，去限制和分流游客量。特别是，一些相对较冷的景区，应把主要精力投入到营运模式的创新，谋划一些活动项目、游客参与性的项目以及积极的消费项目，去吸引和分流游客，扭转有的景区“撑死”、有的景区“饿死”的不良局面。

时评  
Shaping

能乐、乐之能返”，实现旅游市场的高质量发展，成为游客和从业者的共同期待。(5月5日《贵州都市报》)

今年2月25日，文化和旅游部印发《旅游景区恢复开放疫情防控措施指南》明确指出，要有效采取门票预约、智慧引导等手段，科学分流疏导游客，做好游客流量关口前置管控。可见，在统筹推进疫情防控和复工复产的重要关口，采用预约、限流、分流等手段，是旅游行业复苏中的明智之举。

事实上，世界上许多的国家公园，实行旅游预约制度，想要去国家公园旅游的人，必须提前向公园的管理部门提出申请，依照公园每日接待游客的容纳量依次排队，得到

## 时事乱炖

穿比基尼加油类的低俗促销当休矣

□ 何勇

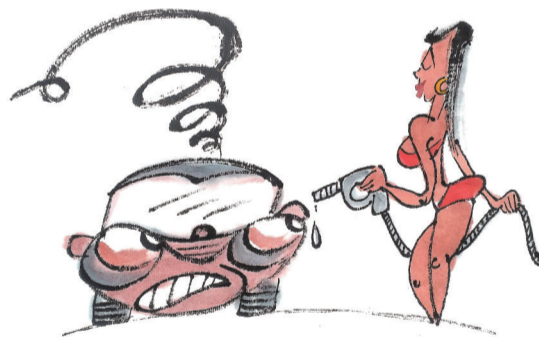
5月1日，广西贵港。桂平市某加油站为促销，让穿比基尼的模特为车主送礼品，“多付1元，就能获得美女服务。”据桂平市商务局消息，该活动品位低俗，已被叫停。(5月4日《澎湃新闻》)

无独有偶，近日，山西临汾某楼盘五一促销，开发商让十几个美女身穿学士服短裙、浓妆艳抹举着牌子沿街走秀，促销噱头是“师大小姐姐喊你来买房”，引起社会争议。

在激烈的市场竞争中，商家为了促销，制造一些噱头，吸引消费者眼球，形成轰动效应，拉拢人气，这本身并无不可，也是常见的营销手段，但前提条件是要符合法律法规相关规定和社会道德风尚要求，这是促销不可逾越的底线原则。

从法律角度说，穿比基尼加油、戴学士帽卖房等低俗促销涉嫌违法。《广告法》第九条规定，广告不得有“妨碍社会公共秩序或者违背社会良好风尚”情形。

虽然每一起低俗促销事件都饱受诟病，招致广大网友批评，但低俗促销闹剧仍然在各地不时上演。究其根本原因，还是低俗促销行为的违法成本过低，对商家起不到有效的遏制和震慑作用。低俗促销客观上在短时间内达到了广而告之的目的，广



歪招 王恒/漫画

告效果远胜于常规广告，即使市场监管部门及时叫停低俗促销，乃至予以处罚，罚款相比节省的广告费不过是毛毛雨。

法律底线不能逾越，道德底线不能突破。终结低俗促销，归根结底要靠法律发威，切实提高低俗促销的违法成本。一方面，进一步完善法律法规，让法律长出利齿，杜绝低俗促销打擦边球空间。同时，加大对低俗促销的处罚力度，让玩低俗促销的商家有疼痛感，不能总是叫停或罚款几万元了之。另一方面，市场监管部门要强化监管，低俗促销发现一起、查处一起、严惩一起。

事实上低俗的促销炒作手段，只能获得暂时的热闹与喧嚣，并不是赢得消费者的长久之计。一家企业要想获得成功，发展得更好，走得更远，应当把功夫花在树立诚信形象、提高产品质量和服务品质等上面，而不是迷信低俗促销之类“歪招”。

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  
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 安徽新华印刷  
股份有限公司

安徽财经网  
www.ahcaijing.com

星报传媒  
全媒体矩阵



官方微信 scxb123



《安徽画报》微信



掌中安徽  
APP客户端



星报官方微博