

评论员观察

对相关企业而言,给钱给身份,拉明星员工“入伙”,也许是化解风险的最佳方式。正如俞敏洪所说,在这样一个时代,再“大模大样地当老板”,以传统思维居高临下地管理优秀员工,已经不行了。否则,必然要引起震荡和变动。

董宇辉“升职”,是一个时代的注脚



评论员 王学钧

风波过后,董宇辉“升职”了。

12月17日晚,东方甄选发布直播预告海报,宣布董宇辉将于12月18日20:00与新东方创始人俞敏洪一同进行直播。海报上,董宇辉的身份从“带货主播”变成了“东方甄选高级合伙人”。

这个高级合伙人究竟有多么“高级”,局外人不得而知。网传信息显示,这是一个副总裁级别的身份。有了这个身份之后,董宇辉不仅能拿到比以前更高的薪酬,还会获得数量可观的公司股权和期权,并拥有参与公司管理与决策的权力。

对董宇辉而言,这堪称一次“华丽的转身”。此前,他虽是网络主播中的“顶流”,是关乎公司生死存亡的“关键先生”,可在东方甄选内部,他一直只是一个薪酬较高的打工人,在身份和权利上跟其他普通员工并无实质性区别。以至于作为企业功臣的他,竟连一张新东方30周年庆典的门票都没“资格”领到。为主播“打下手”的

“小编”也不怎么把他这个“头牌”放在眼里,一次又一次地上网发文,拆他的台,抢他的功。

而今,一切都变了。作为东方甄选高级合伙人的董宇辉,已经不是一个直播带货的普通打工人,而是拥有“话语权”的企业高管与老板之一。这是一次身份之变、权利之变。经此一变,董宇辉的个人IP作为资产被整合进了东方甄选。从此以后,小董就不用再担心被“防备”、“挤对”了,一直怕自家“女婿”吃亏的“丈母娘”们应该放心了。

个体的境遇是时代的注脚。董宇辉的“升职”,为当代打工人展示了更多可能性。在“小作文”风波中,不少人鼓励董宇辉辞职“单干”,他一直不为所动。他并不是没有“单干”的资本,只是当下的他有着清醒的自我认知。作为一个“怯懦的读书人”,他最终没有选择“单干”,而是在打工与“单干”之外做出了第三种选择——留在公司做一名高级合伙人。对像董宇辉这样的打工人而言,这不失为一种最稳妥的选择。

对相关企业而言,给钱给身份,拉明星员工“入伙”,也许是化解风险的最佳方

式。正如俞敏洪所说,在这样一个时代,再“大模大样地当老板”,以传统思维居高临下地管理优秀员工,已经不行了。否则,必然要引起震荡和变动。

董宇辉的“升职”,是网络时代的一段传奇。有了移动互联网的加持,一个看似卑微的人也可以在不懈努力中成长为一个“超级个体”。这种“超级个体”拥有数量庞大的拥趸,能创造巨大的经济价值和社会价值。

董宇辉就是这样的“超级个体”。在他身上,人们看到了个人奋斗的前景,看到草根逆袭的希望,看到了读书的价值和知识改变命运的力量。也正因如此,“小编”背刺小董,在舆论场上掀起了轩然大波。弄得东方甄选的粉丝锐减,股价暴跌,几乎让俞敏洪走入“第三次创业”的窘境。正如网友所说,东方甄选的商品并不是不可取代的,但是董宇辉在粉丝心目中的位置是不可取代的。

在舆论的狂风暴雨中,即便董宇辉“像小草一样趴在地上”,一声不吭,人们还一个劲儿地为他呐喊,直到把他“喊”成东方甄选高级合伙人。这是一个具有某种标志性“案例”,耐人寻味,发人深省。

观点

寒潮模式“上线” 劳动保护也须“升温”

近期,国内大范围雨雪寒潮模式“上线”,为指导公众科学应对寒潮,提升自我防护意识,降低寒潮天气可能造成的健康损害,12月13日,国家疾控局发布《寒潮公众健康防护指南》,对不同重点人群提出防护建议,以最大限度保护公众健康。

面对寒潮天气,指南中指出了需要关注的重点人群,包括敏感人群、有慢性基础性疾病的人群和户外作业人员,并提出了针对性防护措施。要避免寒冷天气对公众健康的危害,还需公共服务保障给力。特别是户外劳动者,许多人在严寒天气下都不愿出门,但他们仍需坚守岗位,逆风雪而前行,保障社会正常运转,他们的健康保护也须“升温”。

严寒天气劳动者健康保护是劳动者权益保障的一部分。随着社会发展,严寒天气劳动者的健康权益、劳动保护也需与时俱进。现实中,严寒天气劳动保护落实情况还有不尽如人意的地方,在不同地区、行业、企业间并不平衡,有些用人单位重视不足甚至暗打折扣。做好劳动保护,不能留死角。要进一步加强执法检查,强化社会监督,畅通投诉渠道,促进劳动者相关保障落实落细。

据东方网

幼儿园女童身上现12个“针眼” 须以真相疏解公众情绪

12月16日,呼和浩特市内蒙古工业大学幼儿园一名孩子的家长杨女士反映:前几天,孩子在入园期间,身上被发现12个不明针眼。报警后,当日应民警要求,杨女士同园方代表一起到医院做了检查。诊断结果为:孩子臀部及右下肢外侧散在小的褐色痂屑,结痂性质待查。结痂到底是如何形成的?从报道来看,虽然有孩子单方面的“口供”(老师扎的),但目前这有待警方的进一步调查。不过,家长12月5日才把孩子送园,12月6日晚上即发现了多个针眼,时间间隔不长,相信真相不难查清。如查实确系老师所为,必须严惩。

家长表示,孩子告诉她“班里还有其他小朋友被扎过”。校园安全,是底线中的底线。尤其是,类似的“扎针”事件并非第一次发生了。也因此,更要打起十二分精神,警惕那些发生在幼儿园隐秘角落里的伤害行为。这些案例,不仅使得一些家长和孩子心中有阴影,整个社会层面对此也有一定的担忧和情绪。在这样的情况下,真相和细节的意义,就不仅仅是解释一个具体的事件,也是在疏解公众情绪,回答社会关切。

据红星新闻

旅行社给游客 贴标签要不得

近日,有人反映某地旅行社出现不接待记者事件。事实上,部分旅行社明确规定不接待记者、律师等特定行业游客,甚至发展成为行规。旅行社给游客贴标签,是逃避监督的鸵鸟心态。试想,如果不是其身不正,旅行社怎会害怕特定职业游客?旅游法并未对旅游者或消费者群体予以限制,戴着有色眼镜限制特殊群体权利,剥夺了消费者的基本选择。

移动互联网时代,人人都有麦克风,每一位普通游客都有消费监督的权利,也可以通过网络行使这项权利。实际上,不仅是旅游行业,任何行业的乱象都不可能不被遮蔽。消费者是企业最好的代言人。随着社交媒体的流行,口碑营销是增加企业美誉度的重要手段。出现问题不可怕,可怕的是麻木不仁,甚至掩耳盗铃。旅游行业应珍惜来之不易的局面,直面行业问题,寻求解决之道,在供给端不断创新,在服务端持续发力,如此才能获得健康长远发展。

据经济日报

来论

副教授“跨栏”进北大,大学校园开放为何一再引热议

随着北京大学工学院副教授李植有关进出北大校门的文章在社交媒体上广为流传,大学校园该不该开放的话题近日再度成为社会舆论热议的话题。

李植的文章介绍,北京大学现在进出校门要刷脸,但是他没有授权学校使用他的人脸识别信息,刷不了脸,进出学校需要门卫查验工作证后放行。因为查验工作证经常需要耗时十几秒时间,他往往直接跨过闸机栏杆就进去了,门卫大都认识他,一般不会拦截。但是最近一天入校时,保安在校园里追了他半天,跑步没追上又骑自行车来追。最后以李植向保安出示工作证结束。而在出校时,又被门卫拦住要求刷脸,否则不能出校,最后他又是跨栏出校。

对于大学的开放,支持者认为,大学校园就应该向社会公众开放,进校门不要查身份证、工作证、学生证等证件。也就是说,要破除学校的围墙。反对者认为,这一想法过于理想,大学的首要任务是完成教学任务,校外人员涌入校园,会挤占学校的教育资源,影响学校的教学秩序,还会

带来安全问题。一旦有身份不明的校外人员进入校园,发生校园安全事故,社会舆论必定会要求学校加强进出校门管理,保障正常教学秩序与师生员工的安全。

大学如何向社会开放,没有标准答案。这需要结合学校的实际情况,在广泛听取师生及社区居民意见的基础上,制定适合本校的开放方案,化解有关开放的争议。但前提是,大学要有向社会开放的意识,开放到何种程度,要因校而异。

如果学校地处闹市区,校舍资源本来就十分紧张,那么,向社会开放可实行预约制度,这样可控制进校人流,避免开放影响学校的正常教学秩序。而如果大学地处郊区,校园开阔,则可实施宽松的开放制度,社区居民不需要出示证件,自由进入校园——这就把校园作为公园,社区居民可自由享有大学的公共资源。

另外,大学对外开放,还可更精细化。如国外的很多大学没有围墙、大门,公众可自由到大学校园里,到校园草坪上晒太阳,到校园咖啡厅喝咖啡,校园也和社区融合在一起;但是,要进一步到图书馆、实

验室、体育馆、学生宿舍,却要经过门禁系统,刷学生证或工作证。这就做到了既开放校园,又避免开放影响到师生的学习、工作与生活。进入校园的校外人员,进学校的图书馆、实验室,是需要预约或联系在校的师生。这种根据学校所承担的教学、科研功能进行不同层次的开放,也就保障了不同群体的利益,社区居民也理解大学的开放政策。

如果北大实施这样的开放,也就不会出现副教授跨闸机栏杆进校园这样的事。事实上,当前的大学校园里,院系大楼、图书馆、实验室等基本都已安装门禁系统;而本校师生进校还要查验身份,这令师生烦不胜烦,而且被质疑侵犯师生隐私,可能会导致过度收集师生进校后的所有行踪信息。

因此,从根本上说,大学的开放涉及学校的现代治理,学校应该提高现代治理能力,做好大学的开放以及开放后的管理、师生服务工作。不要让这一话题一直受到社会热议。

据澎湃新闻

对外卖打包费“刺客”要合力“拔刺”

近日,肯德基部分门店收取外卖打包费被广泛关注,由此引发了消费者对外卖打包费标准不一、收费不透明等问题的热议。“5块钱的饭,打包费就要3块钱”“点了三个串,被收了6块钱打包费”,不少网友感叹:藏在支付页面的外卖打包费,何尝不是一种“刺客”?

现在一些商家的套路越来越让人看不懂。点两个馒头,分别用两个塑料袋装起来,各收取1块钱打包费;买三个鸡蛋,也是一个袋子装一个,合计收取三份打包费……种种情况不免让人质疑,究竟是卖商品,还是卖包装?

外卖打包费“刺客”,刺痛了消费者的合法权益。根据《消费者权益保护法》,消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务真实情况的权利。打包费往往在

餐品详情页上并没有,只在支付页面才显示,很多消费者会忽视这笔费用,知情权得不到应有保障。同时,《消费者权益保护法》还明确规定,消费者在购买商品或接受服务时,有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件。很多外卖明明最后都是放在一起送过来的,但是消费者每点一样,商家就得收一次包装费,这种按件多次收费行为侵害了消费者的公平交易权。

伴随外卖打包费“刺客”的,往往还有无谓的独立包装、重复包装、二次包装,导致包装污染和资源浪费。

面对外卖打包费“刺客”,有关部门和平台方面要共同努力,合力“拔刺”。首先,惩戒不合理的收费行为,充分保障消费者的合法权益。《价格法》规定,经营者定价,

应当遵循公平、合法和诚实信用的原则。经营者定价的基本依据是生产经营成本和市场供求状况。商家收取打包费,应根据包装成本合理定价,不能坐地起价,更不能通过重复收费、二次收费攫取不正当利益。

其次,科学设定“分成”机制,减轻商家经营压力。出现外卖打包费“刺客”,一个重要原因在于外卖平台的佣金比例过高,严重挤占了商家利润空间,在从外卖赚不到钱的情况下,商家只能在打包费这块“自留地”上做文章,“堤内损失堤外补”。对此,有关部门应切实引起重视,规范平台佣金抽成比例,减轻餐饮企业经营压力,从源头遏制外卖打包费“刺客”等一系列问题。

据北京青年报