

“春运中国”尽显经济社会恢复活力



国务院联防联控机制春运工作专班数据显示,1月26日(农历正月初五),春运第20天,春运返程第1天,全国铁路、公路、水路、民航共发送旅客4356.4万人次,环比增长23.4%,比2022年同期增长85.9%。此前据有关部门研判预测,2023年春运期间客流总量约为20.95亿人次,比2022年同期增长99.5%,将恢复到2019年同期的70.3%。

春运是实现万家团圆的幸福旅程,也是观察中国经济的一扇窗口。今年春运是疫情防控进入新阶段后的第一个春运,格外受人关注。客流量大幅回升的背后,初步显示了中国更大的发展潜力、更强的消费动力和更足的经济活力。

在优化调整疫情防控政策以来的首个春节假期,消费加速回暖,物流高效畅通,透过今年春运的点点滴滴,世界看到了一个流动的中国,一个生机勃勃、信心满满的中国。

节日出行释放消费动力。春节“返乡潮”叠加“旅游热”,使得免年春节期间客流总量约为20.95亿人次,比2022年同期增长99.5%,将恢复到2019年同期的70.3%。春运是实现万家团圆的幸福旅程,也是观察中国经济的一扇窗口。今年春运是疫情防控进入新阶段后的第一个春运,格外受人关注。客流量大幅回升的背后,初步显示了中国更大的发展潜力、更强的消费动力和更足的经济活力。

订人次同比增长超22倍。

春运物流折射经济活力。物流业一头连着生产,一头连着消费,在市场经济中的地位越来越凸显。随着疫情防控政策优化调整,各地“年货节”购物活动带动,物流行业景气度正在快速恢复。为打通“大动脉”、畅通“微循环”,各地区各部门打出保通保畅的组合拳,按下物流复苏“快进键”,推动行业逐渐恢复向好。

春运期间,铁路部门发挥“高铁+生鲜”优势,中铁快运、车站、列车等环节通力合作,全力保障物流运输畅通。中国邮政督促中国邮政集团有限公司持续提供邮政普遍服务,指导主要快递企业做好春节假期服务保障工作。1月26日当天,全国邮政快递揽收量约0.84亿件,环比增长37.7%;投递量约0.57亿件,环比增长18.8%。

购物消费展现社会生气。春运期间,无论是就地过年、回老家过年还是旅游过年,无论是线上网购消费还是线下实体店消费,无论是购买商品还是购买服务,购物消费都是最能直接反映社会经济恢复和发展的因素。

日前京东发布《2023春节假期消费趋势》显示,春节期间电器品类更加多元,手机通讯、家用电器和医疗保健的成交额占比大幅提升;服务消费升级更明显,春节期间生活服务成交额较去年同比增长302%;“免”年主题珠宝首饰销量同比增长

超10倍,礼盒类商品整体销量同比增长超50%;“即时消费”成为越来越多消费者的主流选择,京东小时购销售额同比增长超90%。

目前,今年春运已过去一半。如果说春运上半程的繁忙,主要反映了对家的向往和对年的感恩,春运下半程则可能比前半程更加忙碌紧张,更具有流动的节奏。游子们会以更快的速度回到各自的工作岗位,一些此前被疫情“封”在居民小区、街乡村镇的人们,也将加快奔赴四面八方,去寻找新的工作,开启新的生活。春运后半程中,流动的中国将加快节奏,各种消费活动特别是购物消费将随着经济恢复而持续增长,带着浓浓年味的中国人,会把对新一年的美好向往带到全国乃至世界各地。

今天的中国,是充满生活活力的中国。热热闹闹的旅游市场,热火朝天的假日经济,是中国经济持续向好、人民幸福满怀的生动诠释。明天的中国,奋斗创造奇迹,一个“动”起来的活力中国,必将更好激发蕴藏于亿万人民的潜能。让我们坚定信心、抖擞精神,怀着对未来的美好向往,整装再出发,奋进新征程。

· 媛·

(来源:北京青年报)

权威之声

旅游业“开门红”预示今年会更好

文化和旅游部公布数据显示,今年春节假期全国国内旅游出游3.08亿人次,同比增长23.1%。实现国内旅游收入3758.43亿元,同比增长30%。全国文化和旅游市场总体安全平稳有序。

春节假期既是广大群众阖家团圆的美好时光,又是人们旅游休闲的黄金期。随着疫情防控举措优化调整,免年春节期间远程旅游呈现稳步复苏态势。各地举办丰富多样的文旅活动,红红的年味回归,众人喜笑颜开。在山东枣庄台儿庄古城,有千余年历史的国家级非物质文化遗产项目火龙钢花在古城关帝庙广场前上演,火树银花的热闹场面引来游客不断叫好;在浙江乌镇,水上年市,水陆迎春演绎、新春长街宴等项目,让游客感受浓浓水乡年味;在贵州施秉县杉木河夜漂景区,迎春灯会花灯通明、流光溢彩……传统文化与佳节出游交融,使免年春节别样精彩。欢声笑语折射出广大群众的美好生活,更承载着人们对新的一年的美好祝愿。

旅游休闲热闹红火,市场复苏信心满满。在落实好安全生产和疫

情防控要求前提下,今年春节全国10739家A级旅游景区正常开放,占全国A级旅游景区总数的73.5%。旅游惠民更释放出浓浓暖意,据不完全统计,春节期间免费开放A级旅游景区1281家,占全国A级旅游景区总数的9%,其中62家5A级旅游景区实行免费。各地切实做好春节假日市场供给,推出特色冬季休闲体验项目,游客纷至沓来,多地景区迎来久违的爆满场面。酒店、民宿、餐饮等配套产业同步取得癸卯新年“开门红”。

《“十四五”旅游业发展规划》明确,我国将全面进入大众旅游时代,旅游业发展仍处于重要战略机遇期,旅游业面临高质量发展的新要求。除了积极打造春节年俗这一旅游IP,各地景区更当进一步主动对接市场需求,因地制宜打造特色旅游项目和爆款产品,努力实现旅游产品迭代升级。比如,深挖历史文化、红色底蕴等,通过新创意、新形式,赋予旅游产品新内涵,以文化赋能提升品位价值。更当通过旅游带动农业、林业、生态等产业融合,助力传统村落保护、美丽乡村建设,以



旅游产业发展增加群众收入,以产品提升满足游客需求,实现社会效益和经济效益的有机统一。

旅游业是拉动消费、促进经济发展的重要动力,群众旅游参与度更是衡量人民幸福指数的重要标志。旅游业必须坚持以人民为中心的发展思想,立足健全现代旅游业体系,加快旅游业供给侧结构性改革,切实贯彻“以文塑旅、以旅彰文”,提供更多优秀文化产品和优质

旅游产品,有力提升人民群众获得感,使文化和旅游资源惠及更多人民,让旅游业成为具有显著时代特征的幸福产业。

· 蒋·

(来源:人民网)

热点时评

推广“学生饮用奶计划”,要坚持以自愿原则扩大覆盖面



补充牛奶的摄入,对于千万学生的健康成长尤为重要。新学期开学在即,如何加强安全管理,让学生喝上安全、放心的学生奶,引发多省人大代表的关注。

国家“学生饮用奶计划”是以改善中小学生学习营养状况、逐步培养健康意识、提高中小学生学习体质为目的,在中小学校实施的学生营养改善专项计划。据统计,经过20年的推广发展,国家“学生饮用奶计划”已惠及31个省(市)区、660个城市、7万多所学校的3000万名中小学生。《国家“学生饮用奶计划”推广规划(2021—2025年)》中提到,力争到2025年,国家“学生饮用奶计划”日均供应量达到3200万份,饮奶学生

数量达到3600万人。

这项营养改善专项计划与农村义务教育学生营养改善计划不同,在实施时坚持“政府倡导、社会支持、学生(家长)自愿”的原则。所谓“家长自愿、学生自愿”原则,即不要喝学生奶,由学生家长、学生自愿选择,相应的也要承担学生奶的费用。坚持自愿原则对推进学生奶计划来说十分重要,应立足自愿原则,通过加强健康教育,提高学生和家长的营养意识,以及建立针对农村学校、经济困难学生的补贴制度,扩大学生奶计划的覆盖面。

总体看来,推进“学生饮用奶计划”,需要处理好三大关系。一是扩大学生奶计划覆盖面与尊重学生选

择的关系,不能出现为扩大覆盖面而强制要求学生的现象;二是学校统一订购与学生自主选择的关系,要避免供应学生奶的商家与学校发生利益输送关系,学校允许非“学生奶”进校销售的问题;三是鼓励学生奶与经济困难学生无力负担学生奶的关系,要对这类学生实施学生奶补助。

由于实行自愿原则,学生奶计划在推进时,存在公办学校、民办学校、城市学校、农村学校不均衡的问题。这与学校、家长对饮用学生奶的认识,以及家庭经济条件有关。值得注意的是,有的地方为扩大学生奶计划覆盖面,采取要求所有学生必须统一订购、饮用的办法。这是不妥当的,属于强制性的乱收行为。提高学生奶计划覆盖面,需要加强对学校领导、教师、学生以及学生家长的营养健康教育,引导更多学校加入学生奶计划,更多学生选择学生奶。学校也要站在学生健康成长角度,认识到这一计划的意义,做好对学生的健康教育与相应管理、服务。

考虑到学生奶需要学生自愿选择并承担相应费用,就必然会出现部分学生家长不愿购买的问题,尤其是农村学校学生、家庭经济困难学生。为此,要在推进学生奶计划时,发挥地方政府与供奶企业的作

用,对农村学校、经济困难学生实施一定补助,让这些孩子也喝得起学生奶。

此外,虽然学生引用奶计划明确凡进入校园的牛奶包装上必须印制有“中国学生饮用奶”专用标志,但还是有一些非“学”字标牛奶、乳饮料借国家“学生饮用奶计划”或通过自动售奶机名目进入校园,这说明地方教育部门、学校没有严格执行准入标准。对于这类违规行为,要依法追究学校有关人员的责任,追查这背后是否存在利益输送。各省在实施计划时,对有害不行的违规行为,要严肃处理,擅自订购的违规行为,要严肃处理。

尊重学生家长、学生的自主选择权,不只是喝不喝学生奶的选择权,还应包括哪个品牌学生奶的自主权。2018年,国务院明确提出,大力推广国家“学生饮用奶计划”,增加产品种类,扩大覆盖范围。增加产品种类,这有利于吸引学生选择学生奶,同时可促进供奶企业的竞争。要满足学生和学生的选择权,应该发挥家长委员会的作用,学校采购哪一个品牌、种类、价格的学生奶,应听取全体家长的意见。引入家长委员会监督,这也是保障学生奶品质的重要机制。

· 熊丙奇·

(来源:光明网)

守护万家灯火,致敬劳动者

春节,对于每个中国人而言都是最重要的节日,团圆相聚也是最重要的时刻。无论是谁,辛苦了一整年,只要回到家中,那一顿年夜饭就是最好的犒劳,解思乡之愁绪,慰奔波之疲惫。然而,这个春节假期,依然有许多人坚守在岗位上,奉献在基层一线,守护着万家灯火。

舍小家为大家,“缺一个人的团圆”换来了千家万户的团圆。我们看到,在医院,不少医护人员24小时轮班工作,确保患者的日常诊疗需求得到满足;在工厂,机器轰鸣,工人们有序生产抢抓工期;在交通运输系统,工作人员各司其职,保物流保畅通,让超20亿人次的大迁徙井然有序;在景区,工作人员坚守岗位,让游客们的假期游览安全顺利;在道路两旁,环卫工人早出晚归,用辛勤的劳动换来城市的干净整洁;在城市的街市小巷中,无数外卖员、快递员穿梭其间,保障了民众们的消费需求,让人们放心点外卖、安心收快递……各行各业都有着坚守岗位的人们,他们默默付出,保障了春节期间社会的稳好运转,也为更多人打造了一个幸福年、平安年。

致敬在春节期间坚守岗位、奋斗的劳动者,他们“每一个人都了不起”。担当、奉献、责任,对应在一个人身上,是一种

品质也是一种行动。在春节这个重要时刻,他们牺牲个人团聚的机会,选择了守护更多人“家人闲坐,灯火可亲”的温馨时刻,也选择了守护一个生机勃勃的流动的社会。他们的付出如点点星火,汇聚成炬,照亮了无数个家庭的团圆与亲人的笑脸;如同涓涓细流汇成大海,推动社会前进的步伐更加有力。他们的辛勤付出与汗水,理应得到点赞与更好的回馈。

“乡心新岁切”,越是团圆时刻越是盼望回到家中与亲人团聚。新年之初,就有不少城市、不少企业早早出台了“稳岗留工”政策,或投入“真金白银”的补贴,或是给出暖意满满的扶持政策,或是提供“返乡过年”的选项,鼓励劳动者留下来以促进“就业稳、生产持续”……这正是对春节期间坚守岗位的劳动者、奋斗者的尊重;他们付出了很多,值得更多的关怀。情怀事大,见于细微,更多具有人文情怀的做法和政策需要被探索被优化。

此时此刻,还有许多人正在辛苦忙碌中,感谢在这个春节期间坚守岗位的一位劳动者!春回大地万象新,怀着对未来的美好向往,秉持着奋斗者的精神,我们一起去迎接一个更加美好的春天。

· 成山·

(来源:光明网)

高校毕业生再超千万,如何缓解就业压力

2023届全国高校毕业生预计达到1158万人,同比增加82万人。教育部、科技部、人社部等七部门联合开展促就业“国聘行动”,面向2023届普通高校毕业生、2022届离校未就业毕业生等重点群体,集中发布优质就业岗位。

继2022年高校毕业生规模首次突破千万大关后,今年又是一个高校毕业生超千万规模的就业年。而且,今年预计比去年多出82万,切不可小看这82万,对原本就压力颇大的就业市场来说,其产生的压力比正常情况下更大。此外,在疫情冲击影响下,2022年还有一些离校未就业的毕业生,也给就业市场带来不小的压力和挑战。

这意味着,就高校毕业生就业来看,2023年是很具有挑战的一年,必须采取有力措施,及早进行动员和安排。

一方面,疫情防控政策优化调整,给各地经济恢复和发展提供了积极条件,原本受疫情影响很大的商贸服务、餐饮、住宿、文旅、交通等行业,都正稳步进入恢复状态。如旅游业春节期间已恢复至2019年同期的9成,电影票房收入也有不错的表现,餐饮业全面恢复;第二产业也将在消费市场恢复后,出现稳定恢复现象,并将对就业带来积极的影响。

另一方面,外部经济环境更加复杂,美联储超预期加息导致全球资本快速回流美国,欧美国陷入滞胀泥潭、贸易保护更加猖狂,美国等西方国家打压中国企业可能手段更恶劣、势头更猛,等等。中国发展面临的外部市场需求收缩,环境可能继续恶化,不确定性上升,外需拉动就业的能力会有所下降。

总之,2023年的就业环境,从国内看将大为改善,就业空间将明显扩大,从国际看则不确定性增大。用确定的原则方法解决不确定的问题矛盾,对做好今年就业工作特别是高校毕业生就业工作,的确十分重要而紧迫。

统计显示,2022年12月份,全国城镇调查失业率为5.5%,比11月份下降0.2个百分点。尽管失业率仍不算低,但是正在

· 媛·

(来源:北京青年报)

