

新闻会客厅

泉州晚报社 主办 兴业消费金融股份公司

平底鞋代替高跟鞋

□本期主持人:于理

主持人:日前,山东航空新制服“青未了”亮相,新制服遵循空乘实际需求与舒适体验,空乘可自选裤装或过膝裙,轻便的平底鞋代替了以往的高跟鞋。这并非个例,各航司乘务员“去高跟鞋”“自选裤装或裙装”渐成趋势。平底鞋代替高跟鞋背后有何深意?服务业如何实现礼仪与舒适并重?

本期嘉宾:于理、汪昌莲、贾萍萍

着装观念的变革

□于理(编辑)

曾几何时,高跟鞋、短裙、精致妆容,几乎成为空姐的刻板标签。这种形象塑造,源于民航业早期将空姐定义为航空业竞争的“软实力”,仿佛唯有如此装扮方能代表优雅与专业。然而,这却给空姐带来了诸多困扰。狭窄机舱内,空姐需频繁走动、搬运行李、应对突发,高跟鞋不仅增加扭伤、滑倒风险,加重腿部静脉曲张和骨骼劳损,更让本就辛苦的时间站立雪上加霜。

如今,航空公司纷纷推行“去高跟鞋化”,无疑是巨大进步。2024年,民航局发布的《客舱运行管理》明确规定:飞机滑行开始至旅客下机结束,客舱乘务员不应穿高跟鞋。湖南航空去年8月全面推行乘务员穿平底鞋执行航班,今年7月春秋航空也跟进实施。

空姐制服的变革,映射了社会职业着装观念的转变。职业着装的核心,应服务于工作需求,保障员工安全与效率,而非沦为僵化的审美标准。银行柜员、酒店服务员等行业,过去也存在对女性员工着装的诸多不合理要求,限制了工作便利,忽视了健康权益。航空业的率先改变,为其他行业提供了重要借鉴,有望推动整个服务业重新审视职业着装规范。

礼仪与舒适并重

□汪昌莲(公务员)

空姐着装的礼仪性,是其职业形象的重要体现。那整齐划一的制服,犹如航空公司的名片,传递着专业、规范与高品质的服务理念。从乘客踏入机舱的那一刻起,空姐们以优雅得体的着装展现出的职业风范,让乘客感受到被尊重与重视。这种礼仪性的着装不仅是外在形象的点缀,也是一种职业素养的呈现,使乘客在旅途中拥有良好的第一印象,也为整个旅程奠定了愉悦的基调。

然而,我们不能仅仅将目光聚焦在礼仪性上,舒适性在空姐着装中同样有着不可忽视的重要性。空姐的工作具有特殊性,她们需要在狭小的客舱内长时间站立、行走、为乘客提供服务,因此着装的舒适性直接关系到她们的工作状态和服务质量。

在实际工作中,有些航空公司在追求着装礼仪性的同时,在一定程度上忽略了舒适性,导致空姐在工作中感到不便;而有些或许在舒适性上有所侧重,却又在礼仪性的展现上略有不足。理想的空姐着装应当是在礼仪与舒适之间找到完美的平衡。

这就要求航空公司在设计和选择制服时,充分考虑到空姐的工作特点,从面料的选择、款式的设计到细节的处理,都要进行精心考量。例如可以组织空姐参与试穿和反馈,根据她们的实际体验对服装进行调整和改进,让制服既能展现出空姐的专业形象,又能满足她们在工作中的舒适需求。

让服装更人性化

□贾萍萍(职员)

不仅是空乘行业,很多服务行业都有统一的着装要求,统一的标准隐含着一个假设:所有劳动者的身体特征和工作需求是同质的。然而现实中,个体的生理特点、工作习惯、文化背景千差万别。强制性的着装规范不仅可能造成身体不适,更可能形成无形的心理压力。

允许选择裤装或裙装、用平底鞋替代高跟鞋,这些改变看似微小,却标志着管理思维的重要转变:从要求劳动者适应服装,到让服装适应劳动者。这种转变背后是对个体差异的承认与尊重,是“以人为本”理念在管理实践中的具体体现。

强调职业着装的舒适性与功能性,并不意味着完全放弃礼仪要求。问题的关键在于找到两者的平衡点。一套好的职业着装系统,应当既能保障工作效能,又能传递专业形象;既能满足安全需求,又能体现服务特色。这需要管理者跳出非此即彼的二元思维,在深入理解工作本质的前提下,设计出兼具实用性、与标识度的着装方案。航空业的实践证明,当企业真正以劳动者工作体验为出发点时,完全可以在不降低服务品质的前提下,实现着装规范的人性化改革。

为小微企业注入“金融活水”

□温文清



据本地媒体报道,自2024年11月小微企业融资协调机制启动以来,我市编织起一张市县联动、多部门协调、银行赋能的小微企业服务协同网络,打通融资服务“最后一公里”。今年以来,我市已累计为9.91万户小微企业提供新增授信1312.66亿元,发放贷款1058.91亿元,为小微企业注入了“金融活水”。

目前,泉州的经营主体数量已达到163万户,且保持着每年超20万户的增长速度。小微企业作为泉州国民经济和社会发展的组成部分,在稳定就业、改善民生等方面发挥着不可替代的作用。然而,长期以来,融资难、融资贵一直是制约小微企业发展的瓶颈,原因在于,小微企业主要依赖自有资金或非正规信贷渠道,从正规金融机构获取融资的难度较大,且融资成本显著高于大型企业。同时,股权结构在小微企业融资结构中占比极低。

不仅如此,近几年来,受宏观经济形势的影响,全国各地小微企业的融资风险有所上升,不良率明显提高。消费增速相对放缓,市场主体不断增加,企业之间的竞争和内卷进一步加剧,也导致小微企业经营压力增大,还款

能力下降,信贷风险随之上升。

当前,保障好小微企业的生存空间和健康发展,就是稳就业、稳企业。笔者了解到,日前金融监管总局、中国人民银行、中国证监会、国家发展改革委、工业和信息化部、财政部、国家税务总局、市场监管总局等八部门联合发布《支持小微企业融资的若干措施》,提出了23项具体工作措施,以求进一步改善小微企业、个体工商户的融资状况。

为贯彻落实国家相关部委的明确要求,我市也积极行动起来,全面复盘“千企万户大走访”清单,对融资被拒的企业开展大数据研判筛查和二次走访,推动经营主体与适配银行“二次对接”;针对企业因信用异常等被拒贷的情况,我市积极开展信用修复专项行动,提升小微企业获贷的成功率;相关商业银行也及时推出了专属信贷产品,构筑小微企业成长的新“护盾”……

放眼将来,面对小微企业严峻的“成长”环境,政府、银行、相关机构更要加大合力,靠前服务,不断完善政策工具箱,才能进一步稳就业、稳企业、稳市场、稳预期。

在增加融资供给方面,要做深做实支持小微企业融资的协调工作机制,加大首贷、信用贷、中长期贷等投放力度,用好结构性货币政策工具,落实好“无还本”续贷政策,同时支持小微企业开展股权融资。

在降低融资成本方面,要合理确

定小微企业的贷款利率,降低贷款附加费用,清理违规收费,整治金融领域非法中介乱象。只有全方位降低小微企业的融资成本,政策红利才能真正惠及小微企业。

在提高融资效率方面,要积极稳妥地拓展线上贷款,利用科技手段改进授信审批和风险管理,同时提高线下贷款办理效率,精简申请材料,优化审批流程。

此外,要加强对我市重点领域企业的金融支持,特别是对专精特新中小企业、科技和创新型中小企业的融资需求,鼓励其树立信心,增资扩产,激活创新基因。

当然,从银行角度来看,风险防控也是至关重要的。随着小微企业融资规模的扩大,银行面临的风险也在增加。实践中,我们要加强对小微企业贷款风险的监测与预警。同时,政府也要加大对银行的支持力度,比如通过税收优惠、补贴等方式,为银行分担风险,提高银行服务小微企业的积极性。

小微企业是大企业成长的沃土,没有广大的小微企业,就不会有牢固的产业链生态。扶持和保障小微企业的健康发展,既是重要的经济问题,也是重要的民生问题、政治问题。让我们举全社会之力,营造小微企业健康成长、茁壮成长的浓厚氛围,助力泉州经济行稳致远。



笔试17分进入复试 教师招聘当守底线

□关东客

8月3日,云南省临沧市耿马自治县2025年特岗教师招聘笔试成绩公布,其中一名报考小学数学老师岗位的考生笔试成绩仅17分,却进入资格复审。耿马自治县教育体育局相关工作人员表示,这名考生分数虽然低,但仍能进入下一招聘环节,是因为笔试成绩中没有设置最低分限制。(8月5日《春城晚报》)

当地特岗教师招聘无笔试最低分限制无疑是引发争议的根源。招聘公告若只强调“从高到低”,却对“高”与“低”缺乏实质性门槛定义,则程序正义便沦为一种苍白的形式主义。这无疑为极端低分入围大开方便之门,无形中掏空了特岗教师作为“教师”所应具备的基本知识储备要求。

特岗教师计划本是为提升农村教育质量而设,若因报考人数不足便降低门槛,不仅背离政策初衷,更可能加剧教育资源的失衡。耿马县事件并非孤例,其背后是基层教育长期面临的“招聘难——质量忧”恶性循环。偏远地区条件艰苦、待遇有限,难以吸引优秀人才,导致岗位空缺;为填补空缺,部分地区不得不放宽标准,而低门槛又进一步影响教学质量,形成恶性循环。此次事件中,三名考生的低分或许正是这一困境的缩影。当优质师资不愿下沉,招聘只能陷入“矮子里面拔将军”的尴尬。

破解这一困局,需从制度设计与现实保障两端发力。各地应结合岗位需求,合理设置最低分数线或动态调整机制,宁缺毋滥。同时,资格复审与面试环节需强化专业性,通过说课、试讲等方式全面考察教学能力,避免“低分者躺赢”。更深层的变革在于提升基层教育的吸引力,即提高待遇、改善工作环境、打通晋升通道,才能让优秀教师“下得去、留得住”。

食品变身“灵丹妙药” 功能夸大不可轻信

□王琦

近期央视等媒体多次曝光,网购平台不法商家把普通食品包装成“保健酒”“增粉”“瘦身咖啡”,甚至宣称鱼油、代用茶、蓝莓、氨糖软骨素、红曲胶囊等产品具有疾病预防治疗功效。市场监管总局、中消协发布消费提示:普通食品不能宣称保健功能,不得涉及疾病预防治疗功效。(8月5日《扬子晚报》)

普通食品、保健食品与药品之间有着清晰的界限。食品及其添加剂的标签与说明,必须真实无欺,严禁含有虚假信息,特别是不得涉及疾病预防与治疗功能。保健食品虽具一定保健作用,但绝非药物,不能替代药物治疗疾病。这种炒作行为不仅严重误导了消费者,更可能延误患者的治疗时机,造成无法挽回的悲剧。

为此,监管部门要加大执法力度,加强对网购平台与线下市场的巡查与监管,严厉打击虚假宣传、非法销售等违法行为,提高违法成本,形成有效震慑。同时,要加强宣传教育,通过多种渠道向消费者普及普通食品、保健食品与药品的相关知识,提高消费者的辨别能力与自我保护意识。电商平台要切实履行主体责任,加强对商家的审核与监管,规范销售行为,及时清理虚假宣传信息,营造一个诚信、透明的购物环境。

最重要的是,消费者要保持理性与警惕,增强自我保护意识。在选购声称具有健康功效与保健功能的食品时,要仔细认清、认准产品包装标识,购买保健食品时要认准“蓝帽子”标志,并通过正规渠道购买,索要发票或销售凭证,切勿轻信来源不明的推销信息,不盲目跟风购买,以免上当受骗。

每班捐赠不低万元 如此校庆谈何公益

□吴睿鹤

近日,河南信阳师范大学针对往年毕业生发起50周年校庆“千班万元”捐赠倡议,倡议书显示,“千班万元”活动主要以毕业生班级为单位,由各毕业班班长联络人向所在班级校友发布捐赠倡议,对有意愿开展捐赠的毕业生班级,倡议捐赠目标数额不低于1万元。(8月5日《九派新闻》)

倡议一出,争议随之而来。在舆论压力下,目前该项目被叫停。虽然校方工作人员回应,此次捐赠活动秉承自愿原则,数额不限,且目前收到最高班级捐款为2000元,多数班级捐款不超200元,但“千班万元”的倡议目标,还是让不少校友感到压力。

高校在重要校庆节点,向校友发起捐赠倡议,本是常见之举。学校发展离不开校友支持,校友通过捐赠表达对母校的感恩与回馈,也是一种情感联结的体现。但关键在于,募捐应充分尊重校友意愿,不能让捐赠成为校友的负担,更不能因过于强调数额,而让公益变了味。

高校募捐应注重细水长流,培育校友的捐赠文化,而非单纯追求一时的大额捐赠。学校要注重方式方法,充分尊重校友意愿,可以借鉴一些成功经验,如开展多样化的捐赠项目,让校友根据自身兴趣和选择;组织校友参与学校建设项目,以志愿服务、技术支持等非资金形式贡献力量;举办校友文化沙龙,增强校友对母校的归属感和认同感,让捐赠成为校友发自内心的自觉。同时,募捐过程要公开透明,让校友清楚知晓捐赠款项的用途,确保每一笔钱都用在学校教育事业的发展上。

本版诚挚欢迎读者来稿,投稿邮箱为: qzwbpl@163.com



医保基金是人民群众的“看病钱”“救命钱”。最高人民法院近日发布4件人民法院依法严惩医保骗保犯罪典型案例,充分展示人民法院依法打击治理医保骗保犯罪的决心和切实维护医保基金安全、维护人民群众医疗保障合法权益的责任担当。(新华社/文 朱慧卿/图)

重建医疗科普的“规矩”

□曾于里



虚构病例、夸大效果,假科普、真带货……互联网健康科普乱象将迎来更大力度整治。近日,中央网信办、国家卫生健康委等四部门联合印发《关于规范“自媒体”医疗科普行为的通知》,明确要求“自媒体”账号对发布转发医疗科普信息的真实性、科学性负责,严禁无资质账号生产发布专业医疗科普内容,严禁违规变相发布广告。

如今,越来越多的人习惯通过短视频、社交媒体等自媒体平台获取医疗健康知识。这些内容形式多样,很多自称“医生”的人出镜分享诊疗经验,或以患者故事提醒大家注意健康隐患。对于普通网友来说,这些信息方便获取、生动直观,是了解疾病预防、用药常识甚至就医指南的重要渠道。然而,由于缺乏专业把关,一些自媒体账号为了吸引流量,不惜夸大疗效、编造病例,或者打着科普的幌子推销保健品或医疗服务。

医疗科普的特殊性在于,它直接关联着人类最根本的生命安全需求。与美食测评或旅游攻略不同,一条错误的医疗信息可能引发连锁反应——轻则让人花冤枉钱买无效产品,重则延误治疗时机,把小病拖成大病。比

如,有人听信“偏方治大病”的谣言,停药正规药物,或是被夸大宣传误导,盲目尝试不靠谱的治疗方法。这些伪科普利用人们的健康焦虑,让人对现代医学产生怀疑,转而依赖来路不明的“神医神药”,最终吃亏的总是那些真正需要帮助的患者。

医疗科普乱象的治理,不能停留在“哪里漏水补哪里”的层面,当前最迫切的是建立一套科学、系统的治理机制,让专业的人说专业的话,让靠谱的知识找到需要的人。这需要从资质认证、内容生产到平台算法的全链条重塑。

现在很多平台对医疗类账号的认证,还停留在“上传证件照片”的初级阶段。要建立与国家卫健委医师执业信息库的实时对接系统,确保每个自称“三甲医院医生”的账号都能追溯到具体的执业机构和科室。跨领域科普更要严格限制,不是自己专业的领域就不能随便说,免得误导人。不妨借鉴金融行业的做法,对医疗科普创作者实行“执业范围清单管理”,越界发布内容将面临资质降级。

为确保科普内容质量,必须建立严格的源头管控机制。重点整治以科普名义进行商业推广的行为,杜绝将科普平台异化为商品营销渠道。平台应建立“技术筛查+重点复核”的双重审核机制:通过智能算法进行“包过病”等关键词过滤和夸大宣传识别,自

动拦截明显违规内容,对涉及诊疗方案、产品功效等高风险内容进行定向抽样复核。针对编造病例、摆拍剧情等造假行为,需建立溯源追责机制,重点打击恶意传播虚假信息的源头账号。

流量经济下的激励机制改革尤为迫切。当前,平台算法往往优先推送“震惊体”医疗内容,因为这些信息更容易引发点击、停留和转发。要打破这种恶性循环,需要重构推荐系统的价值标准——将专业机构的认证等级、历史内容的准确率、同行评议结果等质量指标纳入权重。对长期输出同质化危言耸听内容的账号,即便单个视频未违规,其整体行为模式也应被识别限制。

说到底,规范医疗科普就是要重构健康传播的底层逻辑,建立三个维度的新规矩:专业话语的准入规矩,杜绝“江湖郎中”浑水摸鱼;内容生产的伦理规矩,斩断虚假案例的传播链条;平台分发的责任规矩,打破“唯流量论”的算法霸权。唯有让规矩长出牙齿,使越界者付出代价,才能让专业的声音真正穿透信息迷雾,抵达每一个需要帮助的人。医疗科普的终极使命,始终是让科学照亮健康之路,而非让利益遮蔽生命之光。

