

石泉月嫂同台竞技展现家护新势力

通讯员 张飞洋

12月8日,由石泉县妇联、县经贸局、县人社局主办,石泉县好帮手家政公司承办的首届“石泉月嫂”技能大赛在智博威培训学校如期举办。除市、县相关领导外,本次大赛还特别邀请该县妇幼保健院和县餐饮协会代表组成了婴幼儿护理评委团。

据了解,此次大赛是帮助贫困妇女、失业妇女就业创业增收的具体实践,推进家政扶贫工作的强有力措施。旨在进一步坚定信心,树立“劳动光荣、职业平等”的思想,凭借广大贫困、失业妇女自身诚实劳动和专业技能获取劳务报酬,赢得社会的尊重和认可,实现经济独立,创造幸福生活。

活动现场,60余位评委、嘉宾及参赛选手不惧天寒地冻,热情洋溢,共襄提升石泉家政服务能力。引来了平利喜洋洋家政公司、湖北竹溪等市内外家政公司前往“取经”。

近30名参赛选手以母婴护理工作需掌握的知识技能为参考范围,在大赛组委会的安排下分别进行了理论笔试和实操技能比武。参赛选手沉着冷静,用“温暖”的手,顺利地完成了给新生儿做抚触、正确更换纸尿裤、烹调月子餐等一项项比赛科目。在参赛月嫂给新生儿做抚触环节,虽然是给模型娃娃做抚触,月嫂们依然充满感情和爱意,伴着朗朗上口的歌谣缓缓抚触,细心地呵护着宝宝;灶台前,手脚麻利的月嫂们轻车熟路,几番挪转腾移,就做出了一道道营养美味的月子餐。

经过激烈角逐,此次大赛共产生一等奖1名,二等奖2名,三等奖3名,幸运奖2名,优秀奖若干,并现场为她们颁发奖品及荣誉证书。

相关负责人介绍,此次“石泉月嫂”技能大赛是全市首个举办的县级月嫂大赛,大赛的成功举办为石泉家政行业提供了一个同场竞技、交流专业的理想舞台。近年来,该县家政服务行业规模逐渐壮大,月嫂从业人员从无到有,由少到多,越来越多的农村妇女摆脱了家庭主妇的身份加入家政大军,月嫂行业的迅猛发展极大地促进了妇女的就业创业水平,提高了她们的家庭收入。随着本次大赛的成功举办,将加快促进该县妇女转变择业观念,创新就业渠道,为打赢脱贫攻坚战,建设“三宜”石泉贡献巾帼力量。



白河人社局稳岗就业见实效

通讯员 陈和柱

今年以来,白河县努力克服疫情影响,创新就业服务方式,引导动员群众主动就业,稳岗就业工作取得了实实在在的成效。

创新就业服务平台建设,采取市场化运作模式,在集镇、800人以上搬迁社区建设20个村级劳务工作站,常态化开展送信息、送岗位、送服务等就业服务工作;该县人社局投资20多万元,在全县300户或800人以上搬迁社区新建16个就业服务窗口,并聘用16名就业服务信息员,专门负责辖区内群众就业政策宣传、就业岗位推荐、就业事项代办等工作;创新就业岗位招聘方式,采取就业岗位推荐招聘线上线下相结合,通过微信公众号、微信群、网站、电子显示屏、招聘简章等载体,推送就业岗位信息,做到家喻户晓;创新出台激励政策,在保持职介补贴、转移交通费补贴等就业政策不变的基础上,出台了带贫主体一次性生产补贴、疫情期间贫困劳动力一次性务工生活补助、“点对点”包车输送等系列激励政策,鼓励群众就业,确保全县就业形式稳定。

截至目前,白河县兑付带贫主体一次性生产补贴500余万元,带动5000余人就地就近就业;兑付一次性务工生活补助864.46万元,支持17336人转移就业,全县转移就业6.2万人,其中省外转移就业3.8万人,省内转移就业2.4万人。

镇坪市场监管局多措并举保障食品安全

通讯员 欧佩

今年以来,镇坪县市场监管局圆满完成中高考、陕西镇坪牛头店、湖北竹溪泉溪乡村旅游推介、镇坪县第二届“百合花节”、镇坪县第二届长寿文化·农民丰收节、脱贫攻坚国家普查等20多场重大活动食品安全保障任务,实现了重大活动食品安全零事故。

严密部署,提前介入。在每次接到保障任务后,县市场监管局迅速成立一把手任组长、党委班子成员任副组长、相关股室及各市场监管所人员任成员的保障小组,落实监管责任。同时提前介入,对承担重大活动餐饮服务接待单位进行全面监督检查,详细检查场所设施和加工环境、健康管理、原料采购、餐具消毒、备餐留样等关键环节,对食品安全进行全方位评估,发现问题隐患,督促整改到位。并对周边的商店、流动摊贩等食品生产经营单位进行拉网式排查,严厉查处销售“三无”、假冒、过期和来源不明食品等行为,切实消除食品安全隐患。

驻点监管,贴心服务。活动期间,执法人员24小时驻点蹲守,对承接单位的人员晨检、环境卫生、食品原材料采购验收、加工操作等环节全程跟踪,实现全方位、无空档监管。同时出动快检执法车辆,发挥快检技术优势,提高保障水平,加大食品快检工作力度,对所提供的食品及食品原料进行微生物、农药残留、过氧化值、酸价、沙丁醇胺、莱克多巴胺等重点项目的食品安全快速检测,做到每餐都有据可查、有源可溯,确保食品安全。同时加大“厉行节约、反对浪费”社会面宣传力度,努力推动全社会形成制止餐饮浪费的良好氛围。

加强值守,做好应急准备。在活动期间,要求食品安全保障工作人员保持全天候通信畅通,驻点保障人员坚持24小时值班制度,做好应对食物中毒等突发食品安全事件的应急处置准备工作,确保重大活动期间食品安全保障零事故。

正阳生态猪走俏

通讯员 陈金山

“老杨啊,最近杀猪了吧,把你家猪肉给我留点!”
“没有了哦,你说迟了,我家猪肉几天前都已经卖完了。”
“你养的7条大肥猪,这么快就卖完了啊,那你帮我打听下其他人家还有没有要买的吧。”

“好,有了我打电话告诉你。”
近期,杨文才几乎每天都能接到请他帮忙买猪肉的电话。杨文才是平利县正阳镇南溪河村贫困户,这两年靠着发展养蜂、养猪脱了贫。之所以很多人打电话向他买肉,一方面他本身就是养猪大户,还有一个原因是村里屠宰户,哪家有猪要卖他比较清楚。

从杨文才了解到,入冬后,正阳镇就进入了生猪屠宰旺季,每天都要帮别人屠宰少则2头、多至5到6头猪。据他讲,在正阳镇,猪几乎是家家户户必养的,饲养规模都在2到6头,一般以6头左右居多,自己吃两头,剩余的就卖钱,而且近两年,全镇养殖规模还在不断增加,但肉的需求量也在不断增加。特别是今年,鲜肉每斤卖上了35元的价格,每头猪可以卖8000元左右,以前从来没有卖到这么高,虽然价格高,但仍然不好买,托他帮忙买猪肉的都是县城里的亲戚朋友,每年他城里的亲戚朋友都会请他帮忙买肉,少则十几斤多至200斤。他虽然可以利用在帮别人屠宰猪的时候抢先购买,但今年许多农户的猪在还没屠宰的时候就被“盯上”了。

正阳镇的生态猪肉平均每斤高于市场价10元左右,为什么还需要抢先预订呢?

通过走访得知,正阳镇位于平利县最南端,平均海拔1200米,这里的农户始终保持着传统饲养方式养猪,从来不喂饲料,喂的都是自家地里的青菜、玉米、萝卜、土豆等作物,饮用的是高山泉水,纯生态的绿色养殖方式,也有效的预防了各类疾病的发生,除了镇上农业综合服务站做的防疫之外,从仔猪出生到出栏,几乎不会再使用药物,即使猪偶尔生病,也是用从山上采的中草药治疗。绿色健康的养殖方式,加上一年以上的饲养周期,使得正阳猪肉具有口感细软、纯香、肥而不腻等特点,同时也保证了猪肉绿色、健康。随着人们的生活水平提高,对食品安全和品质也愈加重视,正阳镇的生态猪恰好迎合了广大消费者的需求。但传统的饲养方式也限制了发展规模的扩大,虽然全镇养殖总量呈上升趋势,但10头以上的养殖大户还占比不多。另一方面,正阳镇党委政府也将生态猪养殖作为脱贫致富的重要手段,积极通过消费扶贫、第一书记扶贫超市、网上直播等平台不断推介正阳镇生态猪,打破“酒香也怕巷子深”的难题,使得正阳生态猪肉在全县范围内也小有名气。

好品质加上好口碑,肉的总量又是有限,生态猪肉卖出“牛肉价”,自然也就在情理之中了。



小小“朋友圈”发挥大作用

通讯员 王爽



“黄石滩村贫困户种植的黑花生正在销售,如有需要的朋友,可以直接联系本人采购,安康富硒黑花生,颗粒饱满,营养价值高,价格实惠,15元/斤,量大配送哦,欢迎采购!消费扶贫,爱心无价!”连日来,工商高新分局扶贫工作队及志愿者在微信朋友圈频频刷屏,为黄石滩村贫困户王纯民和张善海“带货”,引起很多人的关注。

王纯民和张善海都是黄石滩村建档立卡贫困户,王纯民今年51岁,体弱多病,两个儿子都在上学,家里唯一的劳动力就是妻子惠全丽,在工地做油漆工;张善海今年61岁,妻子长期患有慢性病,女儿从小有智障疾患,家里没有劳动力,家庭收入主要靠张善海参加公益性岗位获得,为帮助他们发展副业,自力更生防止返贫,该分局帮扶队多次入户走访,讲解宣传各类产业扶持和奖补政策。在聊天中了解到他们有几块荒废的空地,实地考察后,该分局帮扶队筹集资金帮他们买了黑花生种子发展种植业,看到今年黑花生产量都还不错,帮扶工作队和志愿者们一边帮忙精选花生,一边为黑花生拍照发朋友圈,发动干部职工和亲朋好友积极消费扶贫,第一天就帮他们销售了220斤,折合人民币3300元。

今年以来,该分局扎实推进脱贫攻坚工作,尤其是将产业发展作为重要脱贫路径,为黄石滩村每一户包抓贫困户制定产业发展规划,突出产业发展重点,帮扶干部和志愿者们是“销售员”,又是“搬运工”,着力帮助贫困户找准致富门路,摆脱发展困境。

下一步,该分局将继续坚持“精准扶贫+”帮扶模式,既增加贫困户的收入,充分调动贫困户发展产业的积极性,又增强贫困户自我造血功能,实实在在帮助贫困户脱贫奔小康。



回应“燕窝变糖水”事件,中消协专家教你做精明消费者

新华社记者 赵文君

近日,知名主播辛巴推广销售的即食燕窝被质疑实为糖水,再度引发公众对于直播带货商品质量的担忧。如何防范直播带货风险,规范直播电商行业,加强消费者权益保护?中消协有关专家就相关问题接受了记者的采访。

问题一:直播上购买的商品发现质量问题怎么办?谁来管?

中消协专家、北京工商大学法学院教授吕来明:目前“燕窝变糖水”事件调查仍在进展中。直播带货中涉及多方主体,近期有关监管部门已出台监管方面的指导意见,各方主体应按各自角色定位承担法律责任。

首先,直播带货中的某些行为,可以适用既有法律,比如反不正当竞争法、消费者权益保护法、电子商务法、广告法等,不能说完全是法律空白地带。

其次,由于直播带货是一种新业态,不同于传统电商平台的模式。在电子商务法中,对于传统电商平台以及平台内经营者的法律地位和责任有比较清晰的规定。与传统

电商平台销售商品相比,直播带货涉及的主体和交易环节更多,更复杂,监管难度更大。直播带货中直播平台、主播等参与主体的法律地位和责任,在电子商务法中并没有明确的规定,各方的责任界限需要明确。

此外,对于新业态中某些行为的定性,比如主播的带货是否属于广告,以及什么情况下构成广告,业界对此还存在不同的意见,从而增加了监管的难度。由于直播带货是跨多个领域的商业模式,存在监管职责交叉问题。

问题二:监管部门针对直播带货出台了哪些举措?

吕来明:加强直播带货的监管,要在制度上明确各方的地位和责任。今年11月5日,市场监管总局发布了关于加强网络直播营销活动监管的指导意见,严格规范网络直播营销行为,包括规范商品或服务营销、严格规范广告代言,为加强这一领域的市场监管提供了较为明确的依据。此后,中央网信办发布互联网直播营销信息内容服

务管理规定征求意见稿,国家广播电视总局发布关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知,这意味着针对直播带货的监管举措正在密集出台。

完善直播带货监管,势必要跨多个部门,这需要相关部门协同,实现高效、精准监管,还需要监管方式创新和社会共治。从今年10月“双11”预热季开始,各地市场监管部门和消费维权组织密集发声,通过专项执法、行政约谈、劝诫提醒等方式,提醒各相关经营主体不断强化自我约束和自我管理,共同促进线上经济健康规范发展

问题三:消费者如何避免直播带货中的风险?

中国消费者协会近日发布了网络直播销售侵害消费者权益主要表现形式及案例分析,披露了直播带货存在的虚假宣传、退换货难、销售违禁产品、利用“专拍链接”误导消费者、诱导场外交易、滥用极限词、直播内容违法等七个方面的问题。

吕来明:作为消费者,一是应当树立理

性消费的观念,保持良好消费心态,根据需求进行消费;二是全面查看直播带货的商品、服务和卖家信息、售后服务信息等;三是拒绝了为贪图便宜而进行私下交易;四是对于极度夸张和极限词的宣传保持冷静,谨慎交易。

中国人民大学法学院教授刘俊海:没有平台搭台唱戏,网红断然无法割粉丝们的韭菜、薅消费者的羊毛。平台搭建网络交易设施,制定交易规则与格式条款,遴选交易平台,提取交易大数据,并直接受益于网红促成的消费者与经营者的交易成果。平台作为市场开办者与自律监管者,有权也有义务基于平台与网红、经营者及消费者之间的三角契约关系,主动站好岗,放好哨,把好关,从源头上杜绝网红的虚假代言与失信广告进入平台。

没有盲目崇拜,就没有网红炒作。铁粉们对心目中的网红忠心耿耿、近乎痴迷,但网红对粉丝则未必如此。建议消费者树立科学、文明、理性消费的意识,加强自我保护,明明白白看网红,认认真真签合同,一丝不苟存证据,依法理性去维权。