

业兴榕城 福泽民生

——福州绘就高质量充分就业美好画卷

任鸿

就业是最大的民生。为了解福建省福州市劳动者就业情况,国家统计局福州调查队近期对全市1290名就业人员开展了就业质量调研。调研结果显示,福州市近年来实施就业优先战略,通过政策精准滴灌、保障兜底织密、服务提质增效,持续推动就业质量实现跃升,绘就了一幅“稳”“好”“优”的就业美好画卷,为经济社会高质量发展提供了坚实支撑。

稳就业:扎紧失业风险“隔离带”

福州出台了普惠性失业保险稳岗返还、稳就业奖补、降低失业保险费率、社保补贴、一次性扩岗补助等一系列政策措施,采用“免申即享”经办模式,为群众提供就业服务。2024年以来,全市累计为各类市场主体发放稳就业奖补2.78亿元,惠及企业超4.7万家(次)、职工89万人(次)。

此外,福州市人社局还建立了失业动态监测机制,对1544家重点企业开展动态监测,实时跟踪企业用工情况,重点监测企业岗位流失、裁员等情况,及时预警异常情况,坚持“稳就业”与“防风险”并重,全力做好企业稳工稳岗工作。同时,对通过市场渠道难以就业的人员,开发了2142个公益性岗位

兜底困难群体,确保零就业家庭至少一人就业。

调研显示,75.8%的受访者表示已从事当前工作“3年及以上”,12.6%表示已从事当前工作“1年及以上,不满3年”,3.8%表示已从事当前工作“半年及以上,不满1年”,2.6%表示已从事当前工作“不满半年”。对于未来的稳定性,八成(80.9%)受访者认为当前工作较稳定,超半数(55.3%)受访者认为未来失业风险“非常小”或“比较小”。

强保障:织密社会保障“兜底网”

近年来,福州构建了多部门协同治理机制,联合出台《关于维护新就业形态劳动者劳动保障权益的实施意见》,从制度层面明确了新就业形态劳动者在劳动报酬、休息休假、劳动安全、社会保险等方面的权益保障标准,压实平台企业主体责任,填补了新业态劳动者权益保障的空白,为外卖骑手、网约车司机、快递员等群体撑起了权益“保护伞”。

同时,当地充分发挥行业协会桥梁纽带作用,推动行业性集体协商,引导企业合理确定劳动报酬和劳动定额。如2022年,福州市人社局联合邮政局、总工会、快递行业协会等单位开展行业集体协商,将福州市一线收派员工最低工资标准从1960元提升到了3500元,

标准位居全省首位,政策覆盖73家全市快递企业、4676个末端网点,惠及1.9万名从业人员,相关创新治理经验在全国邮政行业得以推广借鉴。

与此同时,福州精心打造一站式服务矩阵,共建共享法律援助工作站、调解室、仲裁庭、心理咨询室等公共服务设施,为新就业形态劳动者提供“一站式”维权服务,降低维权成本,缩短维权周期,将矛盾纠纷化解在源头、解决在基层,切实打通劳动者权益保障的“最后一公里”。目前,全市已成立14个新就业形态劳动者权益保障服务中心。

调研显示,受访就业人口中,工伤、医疗、失业保险等基础社会保险覆盖率较高,职工保障呈多元化趋势。就业身份为雇员的受访者中,与单位或雇主签订了劳动合同的占67.6%,接近七成;单位或雇主为其缴纳城镇职工基本养老保险的占60.3%。

优服务:激活工作便利“一池春水”

多年来,福州积极打造四级就业服务网络覆盖城乡,建立覆盖城乡的公共就业创业服务体系,让“家门口”就业服务成为常态。在全市173个街道(乡镇),535个社区建立劳动保障工作平台,2116个行政村配备了劳动保障协理员,初步形成市、县、乡、村四级公共就业创业服务组织体系,为就近就地城

乡居民提供政策咨询、职业介绍、失业登记、就业援助等“一站式”服务。

同时,按照“不求所有但求所用”原则,当地919名“就业服务助理员”深入基层,帮扶就业困难人员1457人实现就业,登记失业人员就业6595人。

完善的四级公共就业创业网络不仅把服务送到群众“家门口”,也在潜移默化中带来通勤模式与时间安排的新变化,劳动者通勤效率较高,且工作时间弹性充足。调研显示,74.8%受访者单程通勤在30分钟内(其中26.5%在10分钟内),大于1小时的长时间通勤仅占3.2%,就业与居住区域空间布局日趋合理。71.3%受访者拥有完全自由(20.8%)或部分灵活(50.5%)安排工作时间的权限,工作时间的完全固定的仅占20.8%,能够较大程度平衡劳动者的工作和生活。

福州通过政策组合拳扎牢就业底线,以权益保障网络筑牢劳动者“安全网”,并以四级服务矩阵推动就业便利化,逐步构建起就业“稳”、保障“强”、服务“优”的三位一体新格局。这些举措不仅显著提升了劳动者的获得感与满意度,也为城市高质量发展注入了稳健的人力资源支撑。未来,福州将持续深化就业优先政策,以更高质量充分就业为目标,进一步擦亮“稳就业、保民生、促发展”的民生底色。

调研探微

体验经济激发日照文旅新活力

本报讯 为了解山东省日照市体验经济赋能文旅发展现状,近期,国家统计局日照调查队面向110名游客和2家文博机构开展了专题调研。调研结果显示,日照深度挖掘地方文化底蕴,精准对接消费需求,通过文化赋能、体验升级、科技加持的融合路径,让文博资源从“陈列品”变为“体验项”,打造出兼具地方特色与时代活力的体验经济新模式。

——文化内涵与特色活动成为核心吸引力。文化内涵是体验经济的核心底色,特色体验则是激活文化价值的关键抓手。调研显示,83.6%的受访游客将“文化内涵与历史背景”视为文旅发展的首要吸引力,超四成游客愿意为专业讲解服务付费。当前,文旅消费的核心竞争力已经不再是单一的资源禀赋,而是让游客能够深度感知、参与其中的文化体验。日照以文化为“根”,以体验为“桥”,深耕龙山文化等本土历史文脉,以博物馆为核心打造文化体验阵地,围绕镇馆之宝“蛋壳黑陶杯”打造专题展厅,让千年文物成为城市文化地标。当地推出黑陶制作等非遗互动体验,让游客在亲身体验中触摸历史温度,实现了文化资源向体验优势的转化。

——亲子与中青年群体撑起消费主力。精准对接客群需求,是体验经济实现可持续发展的关键。调研显示,亲子家庭和中青年群体逐渐成为消费格局的核心,18-55岁的受访群体占比达76.4%,是体验消费的绝对主力。其中,72.7%的亲子家庭将文博体验作为孩子的课外教育场景,追求沉浸式体验;54.5%的中青年游客将文博游作为深度了解地方文化的窗口,即便到日照海边度假,也会特意预留时间走进博物馆、图书馆。受访游客李女士表示,“带孩子来日照赶海之余,逛逛博物馆、图书馆,既能玩得开心,又能长见识,比单纯打卡强多了。”针对不同客群的体验需求,日照各大场馆精准施策,通过延时开放、定制专属研学课程、打造亲子体验区等举措,匹配客群的个性化需求。其中,博物馆接待量同比创新高,亲子研学团队占比达65%,既让文旅、教育融合的体现场景落地生根,也为体验经济的客群深耕提供了实践依据。

——科技与传统碰撞出体验新火花。科技与传统的深度融合,为体验经济拓展了全新的维度。调研发现,游客既有着对传统体验的坚守,也有着对科技体验的期待,52.7%的受访游客青睐实物参观搭配专业讲解的传统模式,认为这是感受文物历史厚重感的最佳方式;47.3%的受访游客对VR/AR沉浸式体验、大屏互动等科技手段表现出浓厚兴趣。受访年轻游客小张表示,“老文物配上高科技,戴上VR就能‘穿越’回古代,这种体验很新奇。”日照秉持传统底蕴与科技赋能的双重体验理念,博物馆通过设置大屏互动装置以及打造沉浸式大空间展,让静置的文物“活”起来,弥补传统展陈的局限性。科技与传统的碰撞,既守住了文化根本,又增添了互动趣味性,让体验场景更加多元,受众覆盖面进一步扩大。

韩利欣

民生速递

六部门组织开展中医药服务消费和服务贸易融合发展试点

本报讯 从商务部获悉,为贯彻落实党中央、国务院关于创新提升服务贸易、推动服务消费高质量发展的部署,促进中医药传承创新发展的部署要求,商务部、中央宣传部、文化和旅游部、市场监管总局、体育总局、国家中医药局组织开展“源自中国、泽被世界:中医药服务消费和服务贸易融合发展试点”工作,确定18个地区为中医药服务消费和服务贸易融合发展试点地区。

据介绍,根据工作安排,未来3年内,试点地区将在中医药文化交流、中医药旅游线路推介、中医康养服务、食药同源服务、中医药体育服务等方面先行先试,对接国际康养市场的多层次需求,提供高品质、多样化的中医药健康服务包和消费场景,借此促进中医药服务消费和服务贸易协同发展,为构建人类卫生健康共同体贡献中国智慧和方案。

何晓

三部门发文规范慈善组织募捐成本支出

本报讯 日前,民政部会同财政部、税务总局发布《关于慈善组织开展慈善活动年度支出、管理费用和募捐成本的规定》,明确慈善组织募捐成本定义、募捐成本支出标准,引导慈善组织将募资金更多用于受益人,充分、高效运用慈善财产。规定自发布之日起施行。

规定明确,慈善组织的募捐成本是指慈善组织基于慈善宗旨,在募集财产时发生的费用,强调“募捐活动中涉及本组织场地设备和工作人员的相关费用,不得计入募捐成本”“慈善组织应当据实列支募捐成本”。

在募捐成本支出标准方面,规定充分考虑不同类型、不同规模慈善组织实际需要,遵循慈善法规定的募捐成本最必要原则,要求慈善组织的年度募捐成本不得高于前3年捐赠收入平均数的3%。

北京市致诚律师事务所律师何国科认为,设定募捐成本3%的上限,是立足中国国情与行业实际的理性选择,这既为必要的募捐活动(如场地租赁、宣传物料、第三方技术服务等直接费用)提供了列支空间,又能引导行业走向健康、高效能的募捐模式,遏制过度商业营销与资源浪费。

朱高祥

辽宁“东北超”票根经济合作商户预计超1300家

本报讯 据日前举行的2026年东北地区城市足球联赛(简称“东北超”)辽宁赛区新闻发布会披露,辽宁着眼赛事经济的延伸价值,创新票根经济模式,玩转“一张门票”,推动体育流量向消费增量转化,预计赛事期间合作商户总数可超过1300家。

当前,辽宁全省已招募赛京大家庭、苏宁易购等票根经济合作商户400多家,推出一系列满减立减、免费赠礼、票根套餐等“赛事票根+消费优惠”活动,目前还有商户陆续加入合作队伍中。

据了解,辽宁省商务厅牵头搭建“东北超”票根经济官方服务小程序,广大球迷可在微信搜索关键词“东北超”登录平台一站式浏览“东北超”票根优惠门店,并实现检索、导航、打车等一系列服务功能。各类金融机构积极参与东北超票根经济活动,通过“东北超”票根经济官方小程序发放“东北超”专属支付权益,票根实名认证球迷可在商户优惠的基础上享受额外支付补贴,实现票根经济“两重优惠,快乐翻倍”。

本届“东北超”常规赛将于5月23日开幕,8月15日收官,采用主客场单循环赛制,每支参赛球队参赛7场,常规赛总计28场赛事。常规赛排名前四的队伍晋级淘汰赛,半决赛采用主客场双回合对决,决赛与三四名决赛实行单场决胜制;淘汰赛共6场比赛,整体赛程集中于5月5日至10月5日。

于也童

文艺创作 扎根乡土间

日前,四川省巴中市通江县文化馆组织文艺工作者采风,走进铁佛镇金山村茶场,开展文艺创作采茶体验活动。文艺工作者们身着特色服饰,挎上竹篓,在绿意盎然的茶垄间体验采茶劳作,将文艺创作的笔触扎根乡土、融入生活,以实践体验汲取创作灵感,展现老区生机与文化赋能乡村振兴的生动图景。

中新社供图



从“买商品”到“买体验”

——银川服务性消费跑出加速度

陈刚

近年来,宁夏回族自治区银川市经济社会持续健康发展,居民收入稳步增长,消费结构加速升级,消费形态正从以“实物商品”为主转向以“服务体验”为重。银川立足自身区位优势与资源禀赋,抢抓国家和自治区提振消费政策机遇,围绕“新业态、新模式、新场景”的消费需求,在服务性消费的新赛道上跑出了加速度。

激发潜力,消费市场增量提质

银川把提振消费作为畅通内循环的关键抓手,先后出台支持扩大消费方案和专项行动方案,从居民增收、城市消费、文旅体育、农产品销售、首店经济、演唱会经济等多领域精准发力,推动政策红利持续释放,激发居民消费潜力,消费市场质量齐升。

国家统计局银川调查队居民收支调查数据显示,2020-2025年,银川居民消费潜力持续释放,人均生活消费支出稳步增长,结构不断优化。2025年,居民人均生活消费支出为29404元,较2020年的23261元增加6143元,增长

26.4%,年均增长4.8%。其中,交通通信、教育文化娱乐等支出占生活消费的比重较2020年分别提高1.9个和0.9个百分点。

从构成居民消费支出的“八大类”来看,2020-2025年,交通通信、教育文化娱乐、其他用品和服务支出年均增速位列前三,分别为7.3%、6.6%、6.3%,分别快于居民生活消费支出2.5个、1.8个和1.5个百分点。随着提振消费专项行动深入实施,“商文旅农体酒”融合互促,“消费在银川品牌”持续擦亮等,银川居民消费从“基础满足”向“服务升级”跨越,城市消费能级不断提升。

融合发展,服务性消费成主流

通过多部门工作专班搭建“政府引导一企业联动一场景落地”闭环等举措,银川让“乐购银川”“微醺银川”等五大消费品牌协同发力。当地聚焦餐饮消费、赛事消费、家政服务、银发经济、文旅消费等重点领域促消费活动,推动构建商文旅农体酒融合的立体化消费生态体系。当前,服务性消费已成为银川消费市场新的增长空间,并持续转化为驱动城市高质量发展的强劲动力。

2020-2025年,银川居民服务性消费支出占比稳步提升,增速显著高于商品性消费,与收入增长形成良性循环。服务性消费占消费总支出的比重由2020年的44.5%上升至2025年的46.9%,5年累计提升2.4个百分点。2025年,居民服务性消费支出从2020年的10347元增至13777元,年均增长5.9%;同期商品性消费支出从12914元增至15627元,年均增长3.9%。服务性消费增速比商品性消费高出2个百分点。

事实上,2020-2025年,银川农村居民服务性消费年均增速(7.6%)不仅高于自身商品性消费(5.0%),也高于城镇居民服务性消费(5.4%),呈现出明显的“追赶效应”。尽管农村居民服务性消费绝对水平仍仅为城镇的43.3%,但增速更快,提升幅度更大。这表明服务性消费升级是城乡同步推进的普遍趋势,农村服务性消费市场增长潜力巨大。

创新生态,体验型消费快速增长

银川联合推进“银票有礼”计划,将演唱会、球赛票根转化为全域消费“通行证”,整合景区、商圈、餐饮等多元特色消费场景,持续创新文旅消费业态,

深刻改变居民生活方式,消费模式也实现了从“买商品”到“买体验”的转型升级。

2020-2025年,银川居民服务性消费的主要受体验型消费驱动。2025年,银川居民人均教育文化娱乐支出占服务性消费比重约28%,较2020年提高3.5个百分点,人均教育文化娱乐服务性支出比2020年增长55.1%,年均增长9.2%,快于同期服务性消费支出2.5个百分点;人均旅馆住宿费、团体旅游、景点门票消费支出比2020年分别增长166.1%、133.3%、108.0%,年均增长21.6%、18.5%、15.8%。休闲娱乐、观演展、体育运动、文化旅游等以情绪价值为核心的多元体验型消费支出的快速增长,正是由于“情绪消费”“悦己消费”等新消费趋势的快速发展,产生和带动的服务性消费价值远超实物商品。

未来,银川将坚持供给侧与需求侧协同发力,优化服务供给结构,完善服务消费环境,增强居民消费信心与能力,将服务性消费打造为扩大内需、改善民生、推动高质量发展的持久动力源,助力建设黄河流域生态保护和高质量发展先行区示范区。