



今日金评

从“情绪假”看企业留人之道

2月26日,江苏省常州市一企业给员工设置“情绪假”引发关注。新京报记者联系该企业,企业品牌宣传人员刘先生称,“情绪假”已设置3年,员工每个月可无理由带薪休息一天。(2月26日《新京报》)

如果感觉情绪不好,可以无理由带薪休假一天,这样的企业规定无疑让人感到温馨。在员工与企业话语权不对称的劳资语境下,企业设置“情绪假”三年之久,何尝不是一道美丽的用人风景?如果这样的企业多起来,对于改善劳动关系,营造社会感恩氛围,未尝不是一件好事。

常言道:事业留人、待遇留人、感情留人。企业要真正能留住员工,让员工发挥主观能动性与创造性,为企业多创造利润,企业就要拿出诚意,摆出员工积极工作的理由。

虽然每月一天的“情绪假”不足以证明企业如何厚待员工,但是企业此举至少传递出尊重员工权利的信号。此举有利于倡导、丰富企业的文化内涵,培养员工对企业的归属感,引导感恩的社会氛围。从某种意义上,其导向意义不可小觑。“滴水之恩,当涌泉相报”,获得“情绪假”的员工必会投桃报李,回报企业。

当然,少数老板向员工抛出感恩橄榄枝,并不

足以改变老板在员工中的群体印象,改变劳动关系不平等的现实。劳动语境的变化,老板与员工之间互信感恩氛围的形成,还需要更多的老板与员工去实践。企业关爱员工体现在工作、生活中的点点滴滴。但是企业从拖欠工资、欺负员工,到亲情工资、“表白假”、“情绪假”,我们欣喜地看到了劳动关系的亮点。这既是资方在行动上的进步,也说明员工的地位提高了,和谐劳动关系正在形成。如果有更多的用人单位与老板以感恩、尊重的心态对待员工,员工必会投桃报李、以感恩的心态对待工作,营造融洽的劳动关系,推动社会整体进步。

叶祝颐

百姓话语

不要把“泡枸杞”的年轻人想得太低沉

一群20岁左右的大学生,纷纷讨论起自己的“治疗脱发经”,很多人表示自己从高三开始就有脱发的问题了。直到上了大学后,当他们可以自由决定日常消费时,“养生就成了固定支出的一部分”。也有年轻人过着边熬夜写代码边吃药的“朋克养生”生活:办公桌上散落着高矮不一、颜色各异的五六个瓶罐,置物架上还有几个小药瓶、条状的口服保健品和茶包。(2月26日《中国青年报》)

“保温杯里泡枸杞”,这已经不是中年大叔的专利。当90后乃至00后们在“小红书”等社交APP上火爆分享各自养生秘诀的时候,“这一届年轻人”大概都在养生话题上有了笑而不语的心得体会。虽然啤酒里面加枸杞似乎并没有什么道理,虽然酸碱体质的惊世谎言早被辟谣,但这些并不妨碍他们奔走在养生的星光大道上。

大数据为“泡枸杞”的年轻人精准画像:2018年

“双11”期间,返利网的数据显示“防脱发”“抗初老”成了90后养生产品购买的两大关键词。电商平台的数据显示,“保温杯里泡枸杞”的年轻人越来越多,去年“双11”,保温杯和枸杞的销量一下子翻了两倍多,而这里面,90后“轻养生”群体的贡献不可小觑——“近六成”。当真人秀节目里的年轻女星睡前吃下七八种保健品的时候,她大概本色出演了当下年轻人激情养生的某种现实。

年轻人都开始“泡枸杞”了,难免有人误会是不是身子骨都不行了。人生苦短,抱怨和无奈总是有的。功课不能太差、职场不能偷懒,尽管长头发的速度赶不上掉头发的速度,也不能“提前退休”——早养生、好拼命,这大概亦是很多年轻人的心声。不过,话说回来,“哪一届”的年轻人不是这么过来的呢?所区别的是,他们,或者更早的他们,恐怕还没有“泡枸杞”的这个命。

这话可以从三个维度来理解:其一,养生是个高阶的生活理念,温饱年代估计只有考量吃饱喝

足的份儿。上世的年轻人,也是这么拼过来的,但他们要么买不起“保温杯里泡枸杞”、要么压根儿就没有这个消费环境。其二,年轻人养生就像搞胎教,早起步虽然看不到当下的“疗效”,但终究也不是坏事。人生就像一辆汽车,不是出事儿了才去4S店保养维修,早养护、早关注,总比出了问题再去忙不迭养生来得强。再说,健康中国战略之下,全生命周期的健康管理已是自上而下的制度共识。虽然“权健事件”等搞得保健品市场不太淡定,但保健养生归于科学理性迟早是大势所趋。于此而言,“泡枸杞”的年轻人谁说不是强大国内市场的消费支撑呢?

不要把“泡枸杞”的年轻人想得太低沉。他们有他们的憋屈与不满,他们有他们的沉郁和灰调,但是,他们更有他们的幸福与拼劲。当然,虽然他们在保温杯里泡着枸杞,但他们更明白一个基本道理:合理的膳食、均衡的营养、充足的睡眠、适量的运动,这才是健康之本。

邓海建

公益广告



体贴父母的孝心,
我明白。

家风
传承