



华夏全媒体
主管主办
华夏日报社出版
国际标准刊号
ISSN2521-0289

编委会

江 单 张华勇 黄
浩 李增勇 龚德贤
张邦毛 齐明利 许
平安

顾问 | 邓飞 方智平
李凌

社长兼总编辑 | 江
单
执行社长 | 黄 浩
副社长 | 刘 军
执行总编辑 | 张华
勇
副总编辑 | 李增勇
龚德贤

采访中心

主任 | 董 哲
编辑中心
主任 | 罗 阳
经济新闻中心
主任 | 龙 波
文旅新闻中心
主任 | 许平安 (兼)
视频新闻中心
主任 | 罗明荣
区域新闻中心
主任 | 潘利求
评论新闻中心
主任 | 贺 强
国际新闻中心
主任 | 黄 浩 (兼)
新闻影像中心
主任 | 古 风

驻境外记者

驻澳门记者 | 王 强
驻台北记者 | 李冰洁
驻东京记者 | 向建国
驻新加坡记者 | 毛周
驻新德里记者 | 黄朝
驻阿拉木图记者 | 周
璐
驻耶路撒冷记者 | 贺
友
驻纽约记者 | 罗韵诗
驻开罗记者 | 吴志刚
驻莫斯科记者 | 朱可
夫
驻奥斯陆记者 | 向建
军
驻伦敦记者 | 邓联辉
驻巴黎记者 | 卢伟平
驻巴西利亚记者 | 尹
志强
驻堪培拉记者 | 欧阳
子

“大厂再裁员” 传闻背后，就业困境如何破？

近日，阿里、腾讯裁员的话题集体冲上热搜。据内部员工猜测，最高裁员量达 30%。目前，官方并未对此事回应。

无论传言是真是假，自 2021 年以来，互联网大厂便开启了裁员浪潮。全球新冠疫情的蔓延，使得各行业的发展均进入困难期。同时，目前互联网行业渗透率处于较高水平，行业整体竞争加剧之下核心收益减少。在此情况下，

企业缩减成本，“断臂求生”，代价只能是裁员。

不管是两会中关于年轻人“进厂还是送外卖”的讨论，还是 2022 年研究生考试国家线大幅度上涨，核心问题都是当前就业市场蛋糕不够分、年轻人的就业需求无法得到满足。在此境况之下，社会与年轻人应形成双向奔赴、共创收益的循环链。

首先从社会层面来讲，应当扩大就业规模、

容纳全方位高素质的人才。同时也应鼓励创新创业，形成政府补贴、社会鼓励的良好氛围。当前，青年群体思维活跃、视野开阔，流水线式的枯燥工作已然不能吸引他们的兴趣。因此，应在各行业实现行业创新、完善就业环境，为年轻人提供有成就感的工作、以及足够宽敞的成长空间。

其次从年轻人角度来讲，应努力扎实自己的知识基础，夯实专业

能力。同时无论是在实习还是工作岗位上，都应积攒经验和技能，把小事做细做牢，退却浮躁盲目的心态，在扎实专注中寻得自己的发展路径。无论年轻人选择体制内的工作，还是跃入新兴产业，都应将个人发展与社会紧密相连，以细微之力回馈社会，如此才能促成良性循环。

大厂曾是顶尖毕业生的选择，如今在光芒渐退之后也不再是香饽

饽。就业是复杂的社会议题，其不能在“内卷”加剧之下得到答案，也必然不能在“躺平”之中了事。

对于年轻人而言，当能力不足时，保持审慎的自我学习心态，拥有清醒的自我认知，于自我的领域中踏实前行；当能力渐长时，以微小之力汇入国家与社会的发展，或许是就业艰难道路中的“最优解”。

■贾玉璇

“山寨食品”泛滥，市场清朗还需扶正祛假

近日，澎湃新闻测评了一批常见零食以及它们的相似产品。测评员发现，一些电商平台上售卖的各种以 R 字开头的品牌鸡尾酒，如“ROR”“ROL”“RJC”和“RIO”等，它们在外观设计上十分相似，消费者容易混淆，难以区分。并且这些产品打着正品“微醺”“网红”的旗号，销量均已过万。(3 月 14 日 澎湃新闻)

然而，“山寨食品”为何能如此大行其道呢？首先，部分“山寨商品”会抢注和某些正品食品品牌类似的商

标，并且模仿其食品外包装的设计，以达到“以假乱真”的效果。比如“奥利奥”被山寨为“澳力澳”，“大白兔”被山寨为“小白兔”，“营养快线”被山寨为“营养快车”。如此令人迷惑的擦边操作，稍不留神，消费者就容易被“带进沟里”。其次，部分商家为了牟取暴利，委托一些代加工工厂模仿正品制造三无假货，私自售卖。由于生产成本过低，这类假货将以低于“正品”市场的价格进行销售。“同样”的商品，更优惠的价格，

在难以分辨的情况下，往往更受消费者“青睐”。

实质上，“山寨食品”的泛滥不仅误导欺骗了消费者，还在一定程度上侵犯了正品企业的权益。虽然这些“山寨食品”在名称、包装设计、广告词等方面与“正品”大同小异，但是其口味、干净卫生程度、质量保证却大相径庭。三无的小作坊、低廉收购的生产原料……难以想象在这种情况下生成出来的“食品”能否被人们所食用。被误导的消费者既损失了金

钱，又需要面临着食品安全的问题。而对于被模仿的正品企业而言，尽管这些“山寨食品”是游走于模糊“灰色地带”的侵权产品，但是由于这类食品企业在法律程序上确实是合法注册的企业，正品企业也不得不吃下这哑巴亏。

山寨终究是山寨，市场清朗还需扶正祛假。而如何治理还需从多方面抓起。对于消费者而言，要提高辨别真伪的能力，仔细甄别食品名称。同时，正规的购买渠道也应当被重视。消费者需要到正规

的线下或者线上商店购买食品。对于食品企业而言，要坚守行业法律法规和道德底线，进行良性的市场竞争。除此之外，还要加强市场监管、完善相关法律法规，让“山寨问题”有法可依，执法必严，违法必究。

总而言之，市场应当将消费者视为重中之重。破坏市场秩序，侵害消费者权益的事情不可取，也断不可行。

■何舒凝

医美乱象当治，容貌焦虑当止

根据中国消费者协会官网投诉数据，2015 年到 2020 年，全国消协组织收到的医美行业投诉从 483 件增长到 7233 件，5 年间投诉量增长近 14 倍。值得注意的是，其中很多给他人造成伤害的医美从业者，其实并不是医生。3 月 15 日，央视 315 晚会最后一炮开向医美培训乱象。据报道，号称“零基础”“包教包会”的全科医美培训班费用不菲，几天的小班授课学费高达五六千元。此外，这类医美培训班招收学员的门槛极低，承诺却很高。

而除了这类无良小作坊，值得注意的还有“医托”。“医托”是给医美机构拉客的人，有媒体记者曾在美甲店遭遇“医美推销”。美甲店和整形机构合作，销售项目从针剂注射、光电类抗衰项目，到医疗手术项目，其背后的机构，资格上也参差不齐。

随着医美行业发展而来的，还有铺天盖地的医美广告。但这些广告不乏虚假宣传，例如广告上写“院长操刀，全切双眼皮+去皮去脂只要 1154 元”“腰部吸脂 1505 元”，但实际

上，其中还包含许多隐形消费，比如专家费、麻醉费、住院费、材料费等。不少医院还有所谓的分期付款业务，有些消费者对变美十分渴望，但又没有足够的财力支撑，往往会“上钩”，最终债务缠身。

医美行业乱象泛滥的背后，是人们对美的竭力追逐。都说现在是“看脸的时代”，人是视觉动物，在学历、经验、家庭背景等硬件条件没有过大的差距时，长相几乎是面试官的唯一标准。这还只是普通的岗位，对外貌有特殊要求的岗位就更不用说了。

了。社会似乎对好看的人更有包容度。女性在就业市场和社交生活中更容易被影响，常常会产生不正确的价值观。

容貌焦虑，也导致了社会审美的畸态发展。大多数人把自己不顺利的人生经历归结于“长得好不好看”，似乎只有好看，人生之路才会一帆风顺。人们开始减肥、学习化妆、整形动刀、做医美、学习穿搭等，许多容貌外形姣好的女孩，还是觉得自己不够完美、不够自信，甚至不惜代价去整形、过度减肥。

医美乱象当治，容

貌焦虑当止。容貌焦虑，源于内心浮躁、对自我的不接纳以及对自我价值的不认同。一个精神丰满、内心充盈的人，很少会有焦虑的表现。美从来不止一种，美是多样性的。每个人都有自己独特的，再完美的容颜也会老去。真正恒久的做法是放大自身的优点，努力工作学习施展才华、培养更多的兴趣爱好，不以他人的眼光和标准来约束自己。接纳真实的自我，提高自身能力，打磨、润色内心正是摆脱容貌焦虑的法宝。

■郭一晴



天下皆文章
共飲江湖酒

白水杜康 | 用心服务 | 品质保障
酒精度: 52%VOL 净含量: 500ml 出品方: 白水杜康(河南)酒业有限公司

清雅型白酒

佳釀江湖