

今日声

未来教育经费的重点应是如何把握好资金投入的方向,更合理、高效地使用资金,把钱用在刀刃上,以更好实现各个教育发展目标。

日前,教育部、财政部和国家统计局联合公布的2016年全国教育经费执行情况统计公告显示,2016年国家财政性教育经费为31396.25亿元,首次超过3万亿元,较上年增长7.44%;占GDP比例为4.22%,连续5年保持在4%以上。

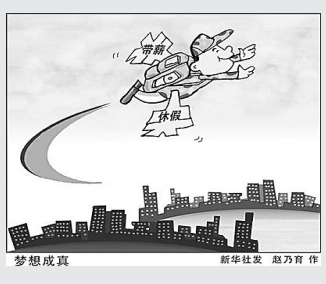
(中国青年报)



“年休假率如果达不到90%,单位年终将不得被评为先进。”

湖北省公安厅近日下发专项通知,明确要求各单位安排民警进行调休补休,确保九成以上民警能够进行轮休。带薪休假是法律法规规定的重要内容,却在现实中被无情践踏。原因不是职工不愿意休,而是不敢休。如此看来,落实带薪休假制度,必须要有强制执行的刚性。

(新华网评)



“直白地说,就是玩了个心理战术”。

“双11”即将来临,很多消费者反映,往年简单的直接打折降价难觅踪影,商家促销活动的玩法越来越复杂,预售、定金膨胀金、各类满减红包、各种优惠券……商家的预付广告可谓铺天盖地。可是优惠条件限制多、优惠承诺不兑现、保价承诺不保价,商家打着促销让利的口号上演着自身利益最大化的套路。

(法制日报)



“童书不分级,太小的孩子们读起来便难免会一知半解地囫圇吞枣,甚至连一知半解和囫圇吞枣的理解程度都根本达不到,这可能大大挫伤孩子们对阅读的兴趣。”

中国青年报社社会调查中心的一项调查显示,79.0%的受访者赞同“儿童分级阅读”,其中,24.1%的受访者非常赞同,15.5%的受访者觉得一般,5.4%的受访者不赞同。

(北京青年报)



态度新闻

地方小吃要不要“官方标准”

由贵州省分析测试研究院牵头组织起草的《食品安全地方标准贵州苕粉》《食品安全地方标准贵州米豆腐》征求意见稿不久前均已完成,随后在网上公开征求意见。

近年来,各地陆续推出地方小吃制作标准,引起热议。比如,陕西省西安市质监局去年发布肉夹馍、牛羊肉泡馍、葫芦头泡馍、蓝田荞面饸饹等西安特色小吃的制作标准。

制作标准能否促进地方小吃发展?出台地方小吃制作标准应注意哪些问题?记者对此进行了调查。

据介绍,山西永济的扯面牛肉饺子在全国范围内都一直颇具影响力和知名度,是有名的晋南面食。

“如今不仅在北京,在一线城市开这种扯面饺子馆的很多,大家都是家乡手艺,但水平却参差不齐。”贾先生说。

谈到一些地方政府出台的特色小吃制作标准,贾先生认为,有的规定确实过于细化,很难真正在实际操作中实现。“咱们的地方特色小吃不像肯德基、麦当劳那种快餐,不是可以用机器量化生产的,需要手工制作,甚至是用独家秘方。这样规定厚度、长度不仅比较呆板,而且也没有抓住特色小吃的精髓所在”。

据了解,西安发布的肉夹馍标准包括:肉夹馍中使用的白吉馍肉皮厚度不超过4毫米,需要“取110克面剂用纺锤形擀面杖擀制成直径约11.5厘米、厚度2厘米的圆形馍坯”,同时,制作腊汁肉时,新鲜生猪前腿、后腿、肋条的比例是3:4:3,肥瘦比例是3.5:6.5,腊汁肉成品质量应是“肉色泽红润、软烂醇香”,出肉率是“每100公斤净猪肉,可出55公斤腊汁肉”。

贾先生告诉记者,最希望有关部门为地方小吃发展打造一个好的发展环境。“比如在品牌保护方面,还是希望有关部门可以加强监管,对某些地方特色小吃鱼龙混杂的现象进行规范,不然到最后认真做好特色小吃的人肯定会被那些投机取巧的人所拖累。另外,在贷款、办理营业执照、法律法规咨询等方面能够提供便利和帮助。我们有的的是手艺和经验,缺的是资金和政策方面的帮助。有关部门可以给那些在传承特色小吃餐饮方面表现优秀的经营者提供优惠政策包括制度保障,让他们能更好发展。在做大做强同时,地方特色小吃的品牌含金量也会不断提升”。

(《法制日报》)

特色餐饮竞争日益激烈

陕西肉夹馍、沙县小吃、桂林米粉……走在北京街头,很容易找到经营这些地方小吃的店铺。随着社会经济不断发展,一些地方小吃开始“转战四方”。

今年7月,李先生在天津市滨海新区开设了一家重庆鸡公煲特色餐馆,如今生意虽处于上升阶段,但有两个问题一直困扰着他。

“之所以选择到天津开我们家乡的特色餐馆,一是天津是大城市,发展前景好,消费水平高;二是正好有亲戚朋友在这边,可以搭把手,我就萌生了把家乡的特色餐饮店开到大城市里来的想法。”李先生说。

餐馆刚开始经营的时候,李先生每天都充满了干劲,觉得任何困难都不在话下。不过,经营一段时间后,一些问题逐渐暴露出来。

“一个是吸引顾客的问题,我在的这个地方属于滨海新区比较偏的地方,周围居民很少,来用餐的大多是一些老顾客,这就使得营业额处在一个虽然稳定但却比较低的水平。所以,我一直在想如何吸引新顾客,并让这些新顾客成为老顾客。还有一个是扩大营业规模的问题,鸡公煲属于重庆特色小吃,有自己的独特配方和制作方法,很多人都找我想加盟开店,这就涉及到一个传承和扩张的问题。我也想招学员,但是其中涉及到一些具体问题,比如我把独特配方和制作方法传授给学员后,彼此之间要形成一定的契约或者说协议,他不能把配方随便外传,也不能和我形成竞争关系,而且还可以给我带来一些好处,这些具体细节现在都还在摸索之中。”李先生说。

李先生告诉记者,他面临的问题不是个例,很多将地方特色小吃餐饮店开到一线城市的经营者都会面临这些问题。

“虽然餐饮业的发展势头一直不错,但这两年地方小吃餐饮店的竞争越来越激烈。会做家乡特色小吃



的不止一家,同样的特色餐饮比如鸡公煲可能一个地方就能开好几家。如何避免恶性竞争确保食品安全,打造良好的口碑和品牌,是很多地方小吃经营者日思夜想的问题。”李先生说。

地方小吃标准“学问”多

陈先生是地道的“老北京”,他在北京市西城区门框胡同经营着一家卤煮火烧店,每天中午来这里吃饭的人都要排队,有时候甚至能排到马路边。对于如何经营地方特色小吃店,陈先生有着自己独特的看法。

“特色小吃最需要的是把握当地消费者的心理。”陈先生告诉记者,当年有很多地方特色小吃与快餐店竞争,典型的就是河南羊肉烩面,虽然也曾开在麦当劳对面,扩张也很快,但是很快就竞争不过。究其原因就是在把握消费者心理方面的火候不够。虽然当时的肯德基对比国产的荣华鸡并没有多少特色,实际上还没有荣华鸡实惠,但是新鲜感和符合年轻人追求新奇的认同,最终让洋快餐占领了市场。

“现在各地纷纷出台了一些地方小吃标准以及推广地方小吃的举措。如果要本地特色小吃不断

向外推广,在标准制定或者举措出台过程中,就需要调查消费者的消费倾向,主要有饮食习惯,包括口味、习俗等;还有对地域文化的认同,基于某地消费文化的认同会引导饮食消费;另外是食品所针对的消费人群,例如是面向高端白领还是普通公司职员、城市居民或外来务工人员;其他包括经营成本,包括本地消费水平、原料成本、人工成本等。任何一种特色小吃都不能照顾到全部食客,如果制定标准就需要针对目标消费者人群的消费心理进行深入分析。”陈先生说。

“如果说一般的餐饮经营只需要辛苦付出,那么特色小吃店的发展壮大一定要研究消费心理并推陈出新,这也算是地方小吃标准所承载的一个任务。”陈先生说。

标准过于细化难以操作

贾先生是山西永济人,目前在北京市朝阳区经营一家山西扯面饺子特色餐饮店,在生意蒸蒸日上的同时,生活压力也不小。

谈到来北京开家乡特色餐饮店的初衷,贾先生告诉记者,“最开始倒没有想太多,就感觉北京的生活节奏快,给人压力大的同时动力也大”。

