

鼓励带薪休假 算权益账,也算经济账

□ 胡继亮 王婧宇

今年以来,多地发出关于落实带薪年假休假制度鼓励职工错峰休假的通知,有的引起了比较多的讨论。

“十五五”规划纲要提出,“落实职工带薪休假制度,鼓励弹性错峰休假”,并对释放服务消费潜力、扩大文体旅游消费作出系统性部署。当前我国消费已由实物消费向体验式服务消费转型。带薪休假既是劳动者的法定权益,也是推动服务消费提质扩容、促进经济良性循环的重要杠杆。

我们不妨拓宽一下视野,客观理解这个问题。

收入和时间这两个重要变量 决定了居民的消费意愿能否转化为消费行为

当前,我国社会的主要矛盾表现为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。随着我国经济不断发展、居民收入稳步提升,居民对体育运动、文化体验、休闲旅游等高层次需求日益凸显。

收入和时间是居民消费意愿转为消费行为的两个重要变量。带薪休假通过补齐“时间短板”,使得居民有从容度假的机会,有助于提升居民幸福感。与实物消费“快速筛选、即开即用”的便捷特征不同,服务消费特别是文旅旅等体验型消费,往往需要消费者投入更多时间和精力用于筛选、体验和事后分享回味,时间成为重要资源之一。

还应看到,带薪休假有助于适度放松心情,提升工作效率和创新动能。创造性想法往往诞生于适度休息后的灵光一现。爱因斯坦常通过冥想、音乐等启发创造性见解;物理学家海森堡在外出度假散心时脑海突然浮现了量子论的灵感。长期高强度、紧绷的工作易透支身心、制约思维活跃度,合理放松休息有助于提升工作效率和创新创造力。

当前,服务业已成为经济增长的主引擎和吸纳就业的主渠道。旅游、体育、康养、研学等体验型消费具有显著的“时间密集性”特征,事前攻略、现场体验、路途往返及社交传播等环节均需完整时间载体。带薪休假通过与春秋假、法定节假日的制度化衔接,将休息时间整合为可预期的消费时间,激活高品质服务消费的潜力。带薪休假能够优化“时间资源”配置,使各类文旅消费场景获得稳定客流。与此同时,连续闲暇带来的深度体验也倒逼供给侧不断迭代升级,形成“新消费引领新供给,新供给创造新需求”的良性循环。

据国家统计局数据,2025年末全国服务业就业人员约3.58亿人,占全国就业人员的比重为49.4%,服务业已成为吸纳就业的重要引擎之一。以较受关注的龙舟赛事为例,一场有吸引力的龙舟赛能有效带动龙舟制造及相关产品销售、比赛场地(馆)设施建设、赛事运营发展、住宿、餐饮、文创等就业。文旅体等服务领域就业门槛相对较低、方式更为灵活,能有效拓宽居民整体就业和收入渠道,稳定社会预期。

“卷工时”换不来高质量发展 更卷不出人的幸福感与归属感

随着经济发展、产业升级,我国休假制度不断完善,带薪休假时间呈逐渐增多态势。1994年,我国《中华人民共和国劳动法》首次以法律形式明确“带薪年假休假制度”,标志着我国休假制度进入法治化进程;2008年施行的《职工带薪年休假条例》将“带薪休假”写入行政法规,《企业

职工带薪年休假实施办法》进一步明晰细则,制度不断规范化。这既符合我国宏观经济发展大势,也顺应了人民对美好生活的向往。

过去,我国经济长期以劳动密集型产业为主导,产出水平与劳动者的工作时长密切相关。随着科学技术的进步和生产效率的提升,社会生产模式逐渐转向“用更少的时间生产更多的商品”,产业结构由第二产业主导转向由第三产业主导,服务业占比不断提升。产业升级背景下,生产目标和消费需求已由“有没有”转向“好不好”,人的独特创造力成为核心竞争力,带薪休假不单纯是劳动者的基本权益,还是经济高质量发展的内生推力和消费拉力。

可支配收入和可支配时间好比服务消费的“两个轮子”,缺一不可。我国仍处于并将长期处于社会主义初级阶段,带薪休假制度的落实难以一蹴而就。当前对带薪休假的诸多讨论,本质上是我国人均GDP位居中等偏上收入国家前列的集中表现。收入分配和可支配时间资源的配置仍不均衡,部分群体出于生活支出压力,倾向于以“加班”换收入,不同行业、不同职业、不同岗位之间,情况差别也比较大,有的中小企业休假环境不理想,和员工预期差别较大,这些都表明带薪休假制度的落实需兼顾客观现实条件,还有诸多细节需要完善。但也要看到,伴随经济不断发展完善,全民收入再上新台阶、社会共识提高,带薪休假制度的落实取得实质性成效是社会进步的必然趋势。

今年以来,贵州、云南、山西、安徽、天津等多地密集出台落实带薪休假的专门文件。有的针对连续值守、应急处置岗位,有的提出推行AB岗互补和错峰轮休,确保业务不断、职工能休;有的要求提前制定专项休假方案,分期休假、错峰休假、岗位互补……相较过去,这些地方政策进一步细化颗粒度。各地纷纷出台相关政策,纠正“爱岗敬业不能休”的错误认识,改善“攀比内卷不愿休”的职场环境,消除“业绩压力不敢休”的后顾之忧,是引导观念转变的有力之举。

进一步看,无论是国家发展、城市竞争还是企业经营,竞争的维度早已超越了单纯比拼工作时长阶段。靠“卷工时”换不来真正的高质量发展,更卷不出人的幸福感和归属感。人才是发展的第一要素。当下,越来越多的年轻人选择定居城市,不再单以收入水平作为核心标尺,而是更加看重城市能否提供有温度、有质感的宜居生活体验。落实带薪休假较好的城市,往往更容易吸引创新人才。

破解“不敢休”“休不了”的现实困境 提高对企业“强制”加班的监管惩罚力度

当前,“不敢休”“休不了”的现实困境仍然存在。休假时间碎片化,难以支撑需要连续时间投入的大健康、新文旅等消费,消费行为多局限于低层次、短时间的“打卡式”体验,难以向高品质服务消费延伸。此外,带薪休假权益保障力度仍需加强。

提高对企业变相加班、强制加班的监管和惩罚力度。明确界定企业基本工资在薪酬结构中的最低占比、变相要求员工“自愿”加班的行为边界,将变相要求员工“自愿”加班等隐性侵权定性为违法行为,加大企业违规成本。同时,将带薪休假期间发生的实质办公行为计入加班,确保休假不流于形式。定期抽查企业的休假落实情况,并发挥行业协会引导作用,将带薪休假纳入集体协商范围,对不达标企业通报批评、约谈主要负责人并要求限期整改。同时,人的创新创造思维正升级为企业获取竞争优势的战略资源,高质量的休息和情绪体验是优化企业创新资源配置效率、促进社会经济更良性循环的有力支撑,应重塑企业用工文化,摒弃“不休假才是奉献”等观念。

创新休假制度安排,匹配员工消费需求,释放内需潜力。一方面,鼓励企业带薪休假制度与春秋假衔接,激活家庭消费动能,探索实施“亲子陪伴假”。同时,为避免“纸上休假”,企业需提前制定员工轮流休假计划并预留合理的调整空间,缓解员工休假与企业生产服务之间的矛盾和冲突。

创新体育、文化旅游产品供给,激活文体旅市场动能。倡导员工在假期开展体育锻炼、观光旅游、研学等积极健康的消费活动,可发挥企业集体议价优势,统一团购健身年卡、旅游年卡、家庭研学套餐等,降低员工消费成本。探索推行“消费积分制”,给予次年休假时长奖励或适度的文旅消费补贴。同时,可考虑在确保安全与生态保护的前提下,适度放松对部分高端特色旅游项目开发的限制,激活年轻群体文旅消费活力。

(作者单位:华中师范大学经济与工商管理学院)
(湖北日报全媒记者 周磊 整理)

□ 燕红亮 黄淼

最近,“Chinamaxxing”一词全球出圈,短短数月,相关标签累计浏览量已突破40亿次。这个词由“China”与欧美Z世代游戏俚语“maxxing”拼合而成,意为“极致中国化”。从“Looksmaxxing(颜值进阶)”到“Sleepmaxxing(睡眠拉满)”,外国年轻人热衷于将生活细节拆解并逐项优化,而如今中国成了他们最新的优化标的。“Chinamaxxing”指向的正是这样一种状态:喝热水、练八段锦、泡脚养生,乃至买一张机票亲身来华,深度融入当地日常。

“China Travel”“China Shopping”“China Cool”“Chinamaxxing”……反映出越来越多外国人对中国认知的深度刷新,他们亲身触摸到的,是一个远比想象中更丰富、更鲜活的中国。

文明的常态化呈现 是引发深层共鸣的内在动因

一种文明最深沉的吸引力,往往不是表现为宏大的制度宣示,而是渗透于普通人的生活实践。从一碗热粥的温养之道、一套八段锦的身心调和,到一盏盖碗茶中的待客礼仪,外国人在观察中国的视角愈发多元,甚至“比中国人还要中国人”。这些看似不经意的日常片段,让偏见筑就的认知壁垒无声消融,让跨文化的共情在日常互动中悄然生长,它让亲历者于“柴米油盐”的烟火气中,看到了一个可信、可爱、可敬的中国形象。

稳定的中国社会秩序,是“Chinamaxxing”得以兴起的坚实基础。外国游客在社交媒体上分享深夜在街头安心漫步、凌晨两点便利店依旧亮着灯的场景,这些生活点滴精准击中了海外青年对“确定性”的深层渴望,中国所展现出的秩序感构成了一种独特的吸引力。

“Chinamaxxing”走红,证明了中国文化的魅力与吸引力,照见的是这个时代年轻人共同的渴望。从纵横万里的高铁网络,到产销量全球领先的新能源汽车;从《黑神话:悟空》等文化产品在海外引发的现象级热议,到人工智能等前沿科技在社会生活中的广泛应用,中国在各个领域的亮眼成绩,为海外年轻人积累起对中国的好奇心。一个存在感持续攀升、综合实力不断跃升的中国,也期待世界重新走近、深入相知,从相互了解走向心意相通。事实证明,好感是脚踏实地“走”出来的,不全靠宏大叙事“推”出来。

当然,我们也不否认,有个别外国博主在旅途中注意到了中国的区域差距和城乡差距。要继续保持战略定力,在高质量发展中扎实弥合各类差距。只有脚下的路走得足够稳、足够远,远道而来的客人才会发自内心地认同这片土地的温度与分量。

入境便利化和离境退税升级 是从线上走向线下的关键支撑

近年来,中国在便利人员往来与优化入境消费环境方面持续发力。签证政策端,单方面免签与240小时过境免签已覆盖数十个国家。今年上半年,入境中国的外国人超过2291万人次,同比增长20.4%。消费服务端,离境退税政策同步升级,截至2026年5月,退税商店数量达1.4万家,约为2024年底的4倍,无人机、AI眼镜、智能手机手环手表、潮玩手办等科技潮流产品进入退税商店。政策效果在数据中清晰可见:上半年办理离境退税的境外旅客数量同比增长366%,退税商品销售额和退税额同比增长69%。正是制度的开放与服务的便利,完成了Z世代游客从“心动”到“行动”的临门一脚。

“Chinamaxxing”热潮已经证明,免签政策与消费便利化是“引进来”的关键杠杆。未来应进一步深化改革,稳步扩大免签国家范围,优化入境消费环境。政策红利打开了大门,真正决定游客“来了不想走”的,是城市能否承接好从“看景点”到“过日子”的需求转型。如今,游客已经不再满足于打卡地标,一座城市需要做的,就是在日常生活的可进入性、城市气质的可感知性、文化符号的可带走性上下功夫,让风景真正叠加场景,融入日常。

国际传播叙事逻辑的转型 让中国元素在“润物细无声”中传播

法国《世界报》敏锐地观察到,老一代人通过报纸和电视新闻看到的是充满地缘政治博弈的“被编辑过的中国”,而Z世代则通过TikTok、Instagram等社交平台自主发现了一个全新的世界。他们惊叹于重庆赛博朋克般的城市夜景,醉心于小红书上的美食探店,被YouTube上外国博主的中国旅行Vlog所吸引。同一个中国,因信息窗口的不同,呈现出了不同的画面。

Z世代不再相信别人口中的版本,而是相信自己脚下走过的路。清晨的早餐摊、深夜的夜市烧烤、公园里老人的太极推手等,这些不加修饰的日常取代了传统媒体中严肃、刻板的印象,西方年轻人对中国的认知无形之中就会发生重塑。

“Chinamaxxing”深刻揭示了国际传播叙事逻辑的转型方向。社交媒体是当下全球青年认知世界的主阵地,国际传播的“主力军”应进一步向民间力量、个体视角倾斜。无论是外国博主镜头下的中国乡村见闻,还是“小红书对账”中两国年轻人坦诚交流生活成本与困境,这些不带说教、充满“在地感”的内容,其传播效力远高于传统的宣传片。有人惊叹于中国扑面而来的未来感,直言“中国很酷”;有人折服于令人惊叹的“中国效率”,自发晒出外卖秒达、手机即付的丝滑日常;还有人认为“中国式治理”的独特优势点赞,被它稳熟的秩序感彻底“圈粉”。这提醒我们,要善于用好海外社交媒体平台,以“润物细无声”的方式,让中国元素借助“玩梗”“模仿”等网络文化形态实现裂变式传播。

打破认知偏见最有效的路径,是亲身经历与深度感知。“Chinamaxxing”是中外人文交流的生动注脚,它映照出中国不断提升的文化软实力与全球影响力。由此也说明,一个国家的强大不能只看GDP,只有当其日常生活本身成为令人向往的生活方式时,才拥有最深厚、最持久的吸引力。我们应该以更大的开放胸襟和更巧的传播智慧,在平等对话中增进理解,让真实的中国被更多人看见、感知与认同。

(作者分别为湖北省中国特色社会主义理论体系研究中心湖北大学分中心研究员、湖北大学马克思主义学院硕士研究生)

『Chinamaxxing』:好感是脚踏实地『走』出来的



漫画/杜宇慧

莫把挂职当“镀金”

□ 吴桂桃

组织选派年轻干部到基层挂职,是让他们经历基层的历练,增长能干事的才干;见更加宽广的世面,增加办事的阅历;亲历基层的难事险事,强壮壮事担事的筋骨。然而,个别干部到基层挂职,人在基层心在城,人到基层情未到,认为自身仅是挂职而已,只是临时到基层“镀金”。在这种心态的影响下,势必缺乏工作前瞻性,甚至导致工作敷衍、责任缺失或个人发展功利化等。如此,既学不到真本领,也长不出新见识,更干不出实业绩,不仅辜负组织培养和关心,也耽误基层的发展。

干部的成长成熟,不是在温室中就能养成。刀在石上磨,人在事中学。要主动谋事练思维,尽心干事提业务,多临难事促担当。其中,选拔年轻干部到基层一线挂职,安排边远地区锻炼,是磨炼干部的有效办法。故而,年轻干部要充分珍惜挂职机会,用好基层的工作经历,增强一线的实践能力,丰富和群众打交道的经验,增长应对复杂问题的本领,不断丰富基层阅历,开阔基层视野,补足实践短板,提升

综合能力,努力成为干事创业的行家里手。

习近平总书记强调:“实践锻炼不是去‘镀金’,更不是去走过场等着提拔,如果那样,必然会身子去了心没去,还是与群众格格不入,那就是弄虚作假了。”对干部来讲,多“墩墩苗”没有什么坏处,把现实情况摸清楚了,对群众诉求更了解了,后面的路才能走得更稳更远。去边远的地方工作,到最吃劲的环境中干事,既是人生的考验,也是组织的检验,更是加强锻炼的好机会。面对组织的挑选,不能躲躲闪闪,不可挑三拣四,也不要犹犹豫豫,更不能借故不从。要怀着渴求到基层增长见识、提升本领的愿望,欣然奔赴事业最需要的地方。不能带有“抛光”目的,不可持有“镀金”观念。人到情必须到,人到心也要到,把青春热血奉献在广阔基层,才不辜负组织的期望,不让挂职地的人民群众失望。

早在2003年,习近平同志就在《不能在“温室”里培养干部》一文中写道:“‘千里马’要在大风大浪中经受考验,后备干部不能放在‘温室’里去刻意培养。”后来,他结合自己的知青岁月深情地说:“七年上山下乡的艰苦生活对我的锻炼很大。最大的收获有两点:一是让我懂得了什么叫实际,什

么叫实事求是,什么叫群众。这是让我获益终生的东西。二是培养了我的自信心。”选派干部到基层挂职,是增加基础厚度,拓宽基层广度,培育一批可堪当重任的干部。切忌将挂职当作“补经历”,要当自己是块“原石”,主动投身基层熔炉,淬炼提炼政治品德,增强担当作为本领。

到基层挂职的干部,需打破挂职身份的尴尬,躬身到最艰苦地方“淘经验”,投身到最复杂的前沿才干。要收起上级下派的光环,到基层就是基层的一员,就该沉心静气做好践行者。在发挥好理论特长、运用好政策优势时,既要保持干事冲劲,也要练就处事初劲,做到难事敢向前、险事能冲锋,复杂事有方法,体验基层群众苦乐,感悟基层社会酸甜,学会为民服务的“真经”。

以前,对于挂职,包括派出单位、接收单位在内,或多或少都有些顾虑。接收单位管严了,怕派出单位不高兴;挂职人员事做多了,怕接收单位有想法。挂职是实干的同义词,有关方面要准确理解制度层面关于挂职的考虑,打破思想顾虑,联手手来多创造条件促挂职干部真学、真干、真锻炼、真成长。

(作者单位:四川省宜宾市叙州区委组织部)