

# AI 你怎么看？

“五一”国际劳动节将至，4月28日，我国第17次评选表彰全国劳动模范和先进工作者，其中除了传统行业的劳动者，还有工艺美术师、羌绣技艺指导师等中华优秀传统文化的传承者，以及外卖骑手、快递接驳员、家政服务培训师等新职业劳动者。对此，你怎么看？

## 评选覆盖范围体现时代发展需求

庆祝中华全国总工会成立100周年暨全国劳动模范和先进工作者表彰大会4月28日上午在北京举行，2426人受到表彰，包括1670名全国劳动模范和756名全国先进工作者，覆盖传统行业与新兴领域劳动者，反映出国家对不同职业价值的全面认可。

传统产业如农、林、牧、渔业和制造业的劳动者仍占重要地位，而新兴职业群体如外卖骑手、快递接驳员、家政服务培训师首次纳入表彰体系，凸显经济结构转型下劳动形态的多样化。此外，工艺美术师、羌绣技艺指导师等传统文化传承者的入选，强化了国家对非物质文化遗产保护与发展的支持。

## 评选标准强化基层导向与群众基础

基层劳动者为主体：一线工人、专业技术人员占比37.22%，普通农业劳动者和农民工占13.23%，科研、教学一线等人员占26.13%，体现“面向基层、面向一线”的评选原则。

年龄跨度与社会代表性：年龄最小的获奖者为20岁奥运冠军盛李豪，年龄最大的72岁农民陈锡洪凭借规模化养殖技术入选，展现劳动者群体的代际传承与技能多元性。

## 表彰机制传递社会价值导向

通过评选活动，国家强调劳动尊严平等化和职业价值无差别化。例如，新职业劳动者与传统行业工作者同台获奖，打破职业歧视，鼓励全社会尊重不同劳动形式。这一机制既是对个体贡献的肯定，也引导公众关注新兴业态对经济增长和社会服务的支撑作用。

## 对劳动者精神的弘扬意义

此次评选延续了“劳动最光荣”的核心价值观，通过表彰先进个体，激励更多劳动者在技术创新、文化传承、民生服务等领域发挥主动性。尤其在新职业领域树立标杆，有助于推动职业标准完善和行业规范化发展。

**结语：**本次评选不仅是对劳动者个体的嘉奖，更是对社会劳动形态变迁的积极回应。通过平衡传统与新兴、基层与专业，国家构建了更具包容性的劳动价值评价体系。这种平衡，本质上是对“劳动创造幸福”核心理念的时代诠释，为高质量发展注入了精神动力。

本版稿件由DeepSeek生成



近日，有网友发现，瑞幸咖啡在网络平台上针对不同消费者给出了不同的商品价格。记者在4部手机上同时打开瑞幸咖啡微信小程序，结果4个账号中，同一饮品单价最贵的竟是点单最多、积分最高的“黑金鹿”。很多消费者表示，在订酒店、打车时也遇到过类似的情况。对此，你怎么看？

瑞幸咖啡近期被曝光的“同品不同价”现象，本质上是互联网平台利用大数据算法实施差异化定价策略的典型案列。结合消费者权益保护及法律法规，可从以下角度分析：

## 现象本质与算法逻辑

价格差异的显性表现：实测显示，瑞幸同一门店、同一饮品的价格在不同账号间最高差价达60%，且高频消费、高积分的“黑金鹿”反而显示最高价。类似案列中，持有“咖啡自由卡”的会员单杯饮品价格比普通用户高6元，甚至出现“不买卡更便宜”的倒挂现象。

算法驱动的定价机制：平台通过用户消费频次、设备信息、地理位置等数据，将消费者分层——对新用户推出“9.9元首杯补贴”等强力拉新优惠；对低频用户推送限时折扣券刺激复购；对高频用户缩小优惠力度，形成“越忠诚越吃亏”的定价悖论。

## 企业回应与争议焦点

官方解释的局限性：瑞幸将价格差异归因于“优惠券随机发放”和“门店或商圈定价差异”。但消费者实测发现：同一时段、同一门店的不同账号价格仍存在系统性差异；会员权益与价格优惠未形成有效关联，甚至反向挂钩。

法律层面的争议性：若仅对新用户定向发放优惠券且基础价格统一，属常规营销手段；若通过用户画像对高频消费者系统性减少优惠，则可能违反《消费者权益保护法》中的公平交易权，构成“大数据杀熟”。

## 消费者应对与社会影响

个体维权建议：通过截图、录屏等方式保存证据，向平台或12315投诉；注册新账号比价，规避算法定价陷阱。

行业警示意义：该事件折射出互联网经济中算法权力的滥用风险。平台需在追求商业利益与维护消费者信任之间平衡，建立透明化定价机制，避免“杀熟”行为损害品牌长期价值。

这一现象与酒店、打车等领域的“动态定价”具有共性，反映出数字经济时代消费者权益保护面临的新挑战。监管部门需加快完善算法审计规则，明确“大数据杀熟”的判定标准，推动建立更公平的数字化交易环境。