

# 公司设“早晚鸟奖”是激励还是内耗？

近日,有网友爆料杭州某公司实施“早晚鸟”奖励制度。早鸟奖就是一个月来得最早的人,奖励4000元;晚鸟奖是一个月走得最晚的人,奖励3000元。此事一经媒体曝光,引来了众多网友的热议。有人调侃“干脆把公司当家”,有人提出不要“如此内耗”。新渝报本期和你一起讨论“公司设‘早晚鸟奖’”话题。

## 公司设“早晚鸟奖”为何遭群嘲？

□ 任冠青

“早鸟奖就是一个月来得最早的人,奖励4000元。晚鸟奖是一个月走得最晚的人,奖励3000元。”据九派新闻报道,有网友爆料杭州某公司实施“早晚鸟”奖励制度。该制度按平均数计算,很多人为了竞争,早晨五点就到达公司,有人一个月拿了7000元奖励。对此,该公司工作人员表示确有这种奖励且公司双休,具体情况不便透露。

此事被媒体曝光后,很快被网友们“花式解构”。有人调侃:干脆把公司当家算了,在单位睡一个月,“早鸟”“晚鸟”都拿下。还有人给员工出主意:不要陷入无效内卷的“囚徒困境”,大家商量好,每天有人早上提前十分钟到,下班晚走十分钟,轮流拿奖励不香吗?

这些戏谑的言论本身,都折射出大家对“只盯着出勤时间,不顾工作效能”的过度加班的普遍反感。在一些管理者眼中,仿佛员工的在岗时间“神”得越长,单位灯火通明的场景越

普遍,越能给自己带来欣慰和安全感。可事实上,这是一种管理思维上的懒惰,只会造成虚假的表面繁荣,干扰了员工的工作心态。

首先要明确的是,加班应该是工作里的“非常状态”,而不是某种制度激励下的工作常态。有时候,因为一个项目要加快速度,或是出现了亟需应对的紧急事务,必要的加班在所难免。在保障调休权益和加班费用、尊重个人意愿的情况下,大家为此牺牲一些个人时间,也可以理解。人们真正反感的,是将这种例外状态异化为所谓的“加班文化”:甭管必不必要,科不科学,尽量早到晚走才是爱岗敬业的表现,正常的到点下班反而会遭到侧目。

拿杭州这一公司的“早晚鸟”制度来说,它看起来像是对主动加班者的额外福利,本质上却在传递一种“越爱加班越好”的管理导向。然而,不管是从业务运转还是员工心态的角度来看,这样的导向都算不上明智。

加班时长不等于工作成效,这应该是一个基本常识。一些动辄五六点钟就到岗的员工,很可能打完卡后就开始“划水”“摸鱼”,等到正式上班后才开始干活,所谓的早到,不过是在工位上耗时间。而且,任何人都不是永动机,长时间过度工作,甚至为此牺牲正常的休息时间,难免会疲惫、倦怠,反而会降低工作效率。

这些在暗地里鼓励加班的规定,也会对不愿无效内卷的员工心态产生负面影响。对普通职场人来说,每月7000元并不是一笔小数目。拒绝参与不合理“加班游戏”的后果,是要消化某种莫名的错过感和“被剥夺感”。而这种竞争规则本身,是自己并不认同的价值导向。长此以往,员工心态就会失衡,也会因对公司文化产生质疑和不满,降低对企业的认同感。

人不是没有感情的机器,理想的管理制度,是最大程度激发员工的活力和自驱力,让每个人都能产生积极

的自我效能感,找到愿意为之奋斗的职业目标。

有时候,一些企业管理者总是抱怨员工态度消极,不够主动,继而想出各种或明或暗鼓励加班的“下策”,效果只能适得其反。其实,如果耐心去调查现状,听听员工的心声,就不难发现问题所在。

比如,有的员工“一想到要上班就不愿起床”,是由于有时上班就意味着“开会开到地老天荒”,难免会面临部门无休止地扯皮,或是毫无成就感的重复性工作。因此,尽量减少不必要的文山会海,让员工把宝贵的精力放在具体工作中,科学优化管理架构,打通部门间沟通的梗阻,了解每个员工的兴趣和特长所在,把合适的人放在合适的位置等等,显然更有利于提升企业运转效率,提高员工的工作积极性。

说到底,“早起的鸟儿有虫吃”的前提,是“早鸟”知道自己要做什么,而不是稀里糊涂地“假装早起”。

## “早鸟”凌晨5点到公司上班,如此鼓励加班有悖常理

□ 时婷婷

据九派新闻报道,有网友爆料杭州一家公司实施“早晚鸟”奖励制度。该制度按平均数计算,很多人为了竞争,早晨五点就到达公司,有人一个月拿了7000元奖励。对此,有网友调侃,干脆把公司当家算了,在单位睡一个月,“早鸟”“晚鸟”都拿下。

虽说是调侃之言,但也折射出大家

对“过度加班”的反感。在一些管理者眼中,员工在岗时间越长,就能为公司带来更多效益。而为了迎合管理者的喜好,加班又成了职场人“讨好”领导的方式之一。

加班真的能提高工作效率吗?答案并不是肯定的。如果只是为了加班而加班,反而会增加员工的疲惫感,降低工作

效率,长此以往还会对员工心态产生负面影响,降低员工对企业的认同感。无论是强制加班还是以“奖励”为由鼓励员工自愿加班,都是一种扭曲的企业文化。近年来,每每有“年轻人整顿职场”的事情发生,总会引发关注,这也在一定程度上反映出,越来越多的职场人敢于对不合理的企业管理行为说不。

职场人都希望能有充足的休息和放松时间,调节紧张的工作节奏。遇到紧急情况加班不可避免,但也需要企业对加班费发放、补休等制定出合理的制度,保障劳动者合法权益。同时,通过走访、调查了解员工的真实想法和需求,制定人性化的管理和晋升制度,最大程度激发员工活力和自驱力,让员工产生职业成就感,也是企业管理者应该思考的问题。以良性的企业文化引导员工,提高员工工作积极性和工作效率,才更有利于提升企业运转效率。

此外,劳动监察部门也应应对加班引起的劳资纠纷引起重视,做好日常巡查和普法工作,对屡次发生纠纷的企业,处罚的同时,还要引导其构建科学化管理架构,而不是让“加班”隐疾持续扩大,成为职场人的隐痛。

## 看看网友怎么说

■ 网友语录

针对“公司设‘早晚鸟奖’”这个热点话题,来看看网友们怎么说?

网友一:这似乎又是一种借着激励机制在加班,这是内耗和内卷的大背景下的不良趋势。

网友二:企业不能仅仅依靠惩罚和奖励这些基于个人的激励,要从管理、工作安排和制度上入手,通过正常的管理和分配优化员工的工作环境和待遇,从而提高企业的综合效率,让员工有更好的休息才能创造更大的价值。

网友三:激励机制很容易慢慢演变成一个标准。当这样成为标准时,员工就不得不牺牲私人的时间、健康、休息和家庭来完成这个标准。

网友四:不以业绩比高低,却以早晚论英雄。身体才是革命的本钱,把身体搞垮了,拿再多的加班费也没有任何意义。



## 竹筒奶茶“翻车”、淄博烧烤爆红,网红美食用心方能“长红”

□ 喻若妍

如今,“竹筒奶茶”是奶茶界当之无愧的新晋“网红”,成了不少人旅游打卡的标配。但茶红是非多,4月10日,有媒体报道,在杭州某景区,有网友发现某奶茶店用霉变竹筒,简单清洗后回收装奶茶卖给顾客,而且洗刷竹筒的也不是流动水,清洗环境很脏。杭州市临平区市场监管局通报称,目前已立案,涉事奶茶店已停业,后续调查情况将及时向社会公布。

“竹筒+奶茶”,本是小清新,没想到背后却有一股“霉味儿”。“翻车”来得如此之快,一众网友不淡定了,没喝过的表示庆幸——“成功避雷了”,喝过的却“如鲠在喉”,大呼“很受伤”。

据了解,“竹筒奶茶”兴起于苏州,在

苏州山塘街、平江路等景区,竹筒外形的包装与古色古香的街景很契合,很多游客都会买上一杯拍照打卡。到如今,“竹筒奶茶”已火遍全国,从北京的南锣鼓巷到广州潮州、汕头等地,在很多旅游城市随处可见,在社交媒体上随便一搜,就可见“总要为了这杯竹筒奶茶来趟某地吧!”的打卡文案,城市名可直接替换为苏州、杭州、宁波、厦门等。

“竹筒奶茶”之所以火爆,是因为它独特的外在形式,在竞争激烈的奶茶界为消费者提供了一种差异化的新奇体验,加之社交媒体的助推,点燃了消费者打卡拍照、跟风分享的内在需求。不可否认,作为文创与餐饮跨界融合的产品,“竹筒奶茶”在创意与营销上是成功的,

消费者也乐意为此买单。

但必须强调的是,对于餐饮行业来说,食品安全是最起底的底线。不管商家在包装上如何寻求突破,又如何结合社交媒体进行营销宣传,“竹筒奶茶”归根结底还是一杯奶茶,消费者买来是喝的,舌尖上不容忽忽视与退让。而在此前,就有网友诟病过,“竹筒奶茶”形式大于内容,售价并不便宜,但奶茶本身并不好喝,且竹筒作为容器也易滋生细菌,存在卫生问题,同时也存在用完的竹筒是否会回收重贴标签再次售卖的问题。

作为新晋“网红”,“竹筒奶茶”想要“长红”,首先必须恪守住食安底线,认真答好食品卫生这道题,同时在食物本身上下足功夫。否则,再新奇的创意与体

验,也恐难产生长足的吸引力,最终消费者也会用脚投票,所谓的“网红”也不过是昙花一现。

如今,美食已越来越成为撬动城市文旅发展的“拳头”。比如,最近火爆全网的淄博烧烤,一座城市就因为烧烤成功出圈了,激活了当地的文旅经济。同样,像竹筒奶茶这样的文创加餐饮的创意,也完全可以成为这类拳头产品。从这个角度上讲,竹筒奶茶还应该多向淄博烧烤取取经,从内容到形式,从口碑到品牌,在坚守食安底线的基础上,追求更新奇与极致的消费体验,用心做好一杯奶茶,“网红”才能“长红”,发挥更大效用,成为城市旅游业的一张靓丽名片。

## 夜经济:激活消费市场新引擎

□ 郭静原

群的消费喜好和期待,不断创新消费场景和产品供给,逐步摆脱以往单一服务业态,延伸到消费的各个环节和领域,因地制宜推出具有本地特色的专属夜间消费模式,释放消费活力。

精雕细琢,优化消费环境。如果管理跟不上,夜经济很容易沦为“脏乱差”,形成一套可接受、易推广的管理模式,着力解决夜间城市交通拥堵、噪声污染、公共安全等问题;要推动数智赋能夜经济健康发展,比如搭建智慧化停车管理系统,深挖道路停车位资源,把消费券可用时间更多地向夜晚倾斜,线上线下联

动全面提振消费市场。

别出心裁,凝练文化内涵。夜经济的触角不断丰富与扩展,文化底蕴应是其不变的基因。运用声光电技术,夜间造景已是城市夜游项目最普遍也最初始的开发方式,但文化IP赋能不够、产品内容乏善可陈、同质化严重等问题仍是制约夜经济高质量发展的突出短板。要重视文化内核,充分挖掘城市特色文化,还可以将民俗元素融入夜经济的活动设计,并根据当地自然景观与历史特征,打造经济聚集区,引导本土老字号企业积极参与,形成独一无二的夜经济品牌名片。

各地夜经济持续升温,成为助推城市竞争力和产业升级的“新赛道”。甘肃兰州依托黄河资源优势和文化特色,重点打造夜食、夜购、夜游等多业态

并举、辐射带动能力强的夜间文旅消费聚集区;“国潮汉风·夜彭城”江苏徐州文旅品牌以突出“汉文化、徐州味、烟火气、时尚潮”为主题,精心打造了一批夜间特色旅游产品;上海加快建设“上海市夜间经济精细化治理示范区”,构建政企共共治夜间经济发展新模式……

城市重新定义了“夜”,入夜街头巷尾各类消费主体又升腾起熟悉的烟火气。发展夜经济,不仅是扩大消费助力经济高质量发展的内在要求,更是满足人们对美好生活需要的必然选择。从传统夜市、地摊到商圈,从灯光秀到文体休闲、沉浸式体验,越来越多样的消费形式,为消费者创造出更高品质、差异化的夜间消费场景,也让这城市的夜晚越夜越美丽。

## “电影难看退一半钱”何以难得？

□ 罗志华

据4月8日《羊城晚报》报道,近日,河南许昌一位网友发文称,在当地胖东来影城观影后觉得电影难看,成功退了一半费用。不少网友感慨“这辈子还没享受过这种服务”。事后,涉事影城工作人员表示此事为真,“电影结束20分钟之内是可以退的,但如果超过这个时间的话,也是退不了的”。

“电影难看退一半钱”,这事确实稀罕。时下,一些影院或购票平台往往不支持退改签,或只支持改签不支持退票、限制用户每月的退票次数等,因此,如果观众买错了电影票,或购票后临时有事看不了,要么选择把票转手,要么只能自认倒霉。如此一来,再烂的影片,也只好硬着头皮看完。

其实,电影票“退改签”是观众的一项基本权利。2018年9月,中国电影发行放映协会发布的《关于电影票“退改签”规定的通知》指出,各院线、影院投资公司、影院在与第三方购票平台签订电影票代售协议时,要明确“退改签”规定,规定条款尽量细化,做到权责清楚。这意味着,尽管“退改签”的时效、额度、方式等,可以协商,也会有所差别,但“可退可改”是不必商量的。

相关资料显示,我国影院业分布散而杂,电影票“退改签”尚未有统一的行业规范。目前电影票“退改签”主要由影院方决定,因此不同地区、场次、影片的“退改签”规定都存在差异,“不退不改”等霸王条款仍比较普遍。观众“退改签”遭遇“最后一公里”梗阻,值得业界反思。

除了尽快细化“退改签”规则,加大执法监督力度也很有必要。去年6月,山东济南市槐荫区法院判决认定一家影城拒绝消费者退改电影票的行为违法,当地市场监管部门对涉事影城作出罚款8000元的处罚。

种种现实语境下,上述影院的做法更显勇气和智慧。通常,影院实际拿到手的收入约为票房的50%,电影难看便退一半钱,很可能意味着影院让渡了这张票的全部收入。落实电影票“退改签”政策,不能靠影院自觉,制定更详细方案,让制片方、院线、影院等各出其力、各担其责,才能让“电影难看退一半钱”不再是稀罕事。

## 刺梨儿

## 女局长配休息室“擦边”违规也当彻查

□ 苏莩

湖北团风县政务服务和大数据管理局局长陈莉,将单位“保安房”改成自己的单间休息室,面积近30平方米。陈莉说,床上用品是自己的,冰箱是食堂的,衣柜、桌子、电视等设施是办公室工作人员用公款买的。陈莉给出的解释是,自己家离单位20多公里,此前经常加班睡沙发。

陈莉的休息室虽然是“保安房”改的,但就使用功能来说,和休息室性质是一样的。为了能有好的休息环境,打“擦边球”,擅自改建休息室,涉嫌以权谋私。

党的十八大以来,中央八项规定及其实施细则出台,严厉整治形式主义、官僚主义、享乐主义和奢靡之风等“四风”问题,“四风”问题蔓延态势得到遏制,不正之风惯性得以扭转。

抓作风建设只有进行时,没有完成时。作风建设是一场攻坚战、持久战。相关部门要持续推进警示教育常态化制度化,督促领导干部带头严格执行中央八项规定精神,改作风、守纪律,自觉抵制各种歪风邪气,时刻牢记权力是为人民服务的。

## 小学生的手串盘不动成年人赋予的“油腻”

□ 土土钱

仿佛一夜之间,很多小学生都开始了一项新的娱乐活动:盘手串。在网络上,有明星晒出自家孩子盘手串的画面,不少家长纷纷回复“家有同款”,甚至有网友表示“班里同学人手一串”……一时间,小学生盘手串成为热议话题。

有人疑惑:盘手串不是“油腻中年”的标志吗?怎么就成了小学生的爱好?甚至有人担忧,成年人的这种习惯,会让孩子也变得“油腻”“佛系”。

毋庸讳言,现在的孩子也有压力,需要有释放的渠道。而手串价格不贵,盘手串的动作作一眼就会,几乎没有门槛。因此,小学生们通过盘手串来解压,也以此获得同学之间的共同话题,完全可以理解。他们可能根本不知道什么是“油腻”“佛系”,只是单纯地觉得手串很漂亮,或者同学都在玩,就拿起来盘一盘而已。

遇到这类“火爆话题”,大家要保持冷静。关注一下,完全可以;忧心忡忡,就大可不必了。盘手串是孩子用来解压的,成年人就不要将其转化为压力,担心“油腻”,担心“佛系”,反过来为难自己和孩子了。

## “低价游”绝非旅游业“翻红”的捷径

□ 伏特

当前,随着旅游市场逐步呈现复苏发展的势头,旅游业迎来了久违的春天。然而近期部分景点出现谩骂客人、强迫购物等现象,超低价旅游产品再度引发关注。疫情过后,更高质量的旅游体验逐渐成为行业高质量发展的方向,过去以低价引流宰客的方式必然无法成功,也绝非当下旅游业恢复的正途。

一方面旅游市场价格透明,不合理的低价只能让商家难以为继,赔本赚吆喝;另一方面若商家试图以强制购物等方式换取低价,随着维权意识增强,维权渠道增多,消费者表现得也更加慎重。当下,“低价”的吸引力在发生变化,有相当一部分消费者不再愿意以价格优势让渡品质需求。商家需要明白,唯有价低质优的产品才能受到欢迎,真正的高性价比永远有市场。

因此,各地应当转变推广方式,打破一味以低价换客流、以购物补低价的观念,以更吸引人的风光、更有特色的民俗、更有品质的服务吸引游客。