

# 让和谐劳动关系成为复工复产的助推器

本报评论员 林琳

触、即时沟通方式,及时有效受理和化解劳动争议纠纷案件;另一方面,推出一系列有利于建立和谐稳定劳动关系的司法举措,比如坚持“双保护、双促进”原则——保护劳动者民生权益、保护企业生存发展,促进企业有序复工复产、促进劳资协同共渡难关。

疫情防控期间,不管是前期的假期延长、随后的居家办公,还是当下的复工复产,有关劳动者权益的话题一直热度不减。休假期间上班的员工本属加班,而休假延长时间的加班费怎么算?疫情期间,企业是否可以给员工降薪甚至不发工资?对受疫情影响不能提供正常劳动的企业职工,企业能否解除劳动关系?这些问题是否有明确答案,直接决定了现实中劳动争议纠纷案件的处理。

事实上,相关的纠纷不时发生。比如有的公司强制滞留武汉的职工待岗,只发放待岗工资;有的企业规定“居家办公不算正常出勤”,要扣全勤奖;有的企业只要不开工就不给员工发工资;有的企业业绩飘红,却要降薪20%……

劳动者的合法权益必须得到维护和保障。疫情期间,用人单位与劳动者之间出现了一些新的复杂问题,而劳动者维权的阻力和成本因为疫情而加大。其中,应该正视的

是,企业与员工本属“队友”,疫情期间,更是共渡难关、共担风险的伙伴,企业活不下去,员工的权益更没法保障,“皮之不存毛将焉附”?所以,保障劳动者在疫情期间的权益,要在企业生存发展和劳动者权益保障之间谋求一种平衡、协调,让双方携手起来,让企业经营下去,把劳动者的饭碗保住。

让人欣慰的是,相关部门对疫情期间的劳动关系新问题高度重视,及时表态、出台政策,指导劳动关系纠纷的处理。比如,全国总工会、人社部等明确提出,各相关部门要做好疫情防控期间支持企业安全有序复工复产和维护职工合法权益、协调劳动关系工作。一些地方针对因疫情防控可能引发的劳动用工争议常见问题,如延长休息日、不能按时到岗、隔离治疗或者医学观察期的工资待遇、工伤认定、劳动合同履行和解除、未及时支付劳动报酬及缴纳社会保险等,明确了基本原则和具体的处理规则。这些举措给不少劳动者吃了定心丸。

在维护劳动者权益的同时,相关部门和司法机关亦明确,根据具体情况给予企业适当的包容、宽限。比如,全国总工会在相关通知中明确,对暂无工资支付能力的企业,引导职工与企业协商延期支付,在充分征求职工

意见基础上,制定支付计划并监督执行、保障实施;最高检相关负责人表示,检察机关在办理涉及对企业复工复产有所影响的案件时,要依法妥善把握涉案企业或企业负责人罪与非罪、捕与不捕、诉与不诉的问题,对于没有羁押必要的,只要不会影响诉讼正常进行,能够做到随传随到,就可以依法变更强制措施,让他们尽快复工复产。

类似要求、举措传递出一个共同信号,即灵活处理疫情防控期间的劳动用工问题,具体问题具体分析,在关系企业生存发展、员工利益的问题上,要本着审慎科学的态度,处理好眼前危机和长远发展的关系,不是简单地在劳动者和企业之间“选边站”,而是通过引导和规范,促进双方同舟共济,用更和谐的劳动关系和企业氛围去助力复工复产的顺利进行,让企业和员工在共同努力、共渡难关之后,能共享发展成果。

毫无疑问,疫情带来的困难是暂时的。和谐的劳动关系是复工复产的助推器、催化剂,可以帮助企业和员工战胜生产经营、生存发展上的困难和危机,可以让企业的船、员工的小家“行稳致远”。进而言之,这也是促进经济社会发展、提高社会治理能力水平的重要方面和体现。

现场·我在我思

弓长

据《工人日报》3月30日报道,近日,在北京、上海、成都等城市,部分实体书店进驻外卖平台,消费者买书如点餐,几十分钟内图书可送达。

实体书店经营艰难,新冠肺炎疫情更导致雪上加霜。有调查显示,近90%的实体书店在疫情期间被迫停业,超过90%的书店几乎没有任何收入。

进驻外卖平台,看起来是实体图书“出海”的一个值得尝试的办法——消费者不来,那就送上门去。但是,图书外卖这种方式真的可以扩大读者范围、线上线下联动从而实现书店自救?

价格是必须要面对的问题。我在入驻外卖平台的实体书店发现,上架书籍售价几乎都是原定价,即便一些店铺有满减、送优惠券等促销活动,仍无法跟电商平台上的相比。

想来,这是因为在一些电商平台的经营战略里,一直把图书当作导流的最佳选择之一,加上电商平台之间相互竞争、各种噱头的购物节,电商平台对图书类的补贴一直比较大。跟互联网电商相比,实体书店的家底儿还欠一点,在价格战上几乎不可能打羸。

此外,线上为线下导流受阻。开通图书外卖业务的店铺,大部分月销量都是个位数。可见要实现“通过线上业务为线下书店导流”暂时不可能。

外卖解决的大多是懒、难、急的问题,如不想做饭叫个快餐,情人节需要外卖小哥帮送下花,半夜感冒发烧需要买药等。而通过外卖平台买书不属于懒、难、急的任何一种——这本书就非得现在买、现在看吗?正如一位实体书店负责人所说,图书“急诊”是小概率事件。一个现实的例子是,在疫情期间,图书外卖在很多人眼里或许是个不错的选择,方便家长和孩子选购教辅资料,但店里99%的教辅资料销售量为零,是不是很尴尬?

更令人尴尬的是,一家月销量两位数的著名书店,其线上店铺销量最高单品竟然是书店咖啡馆的蛋糕和甜品。

实体书店需要革新,将目光盯紧线上是大势所趋,不过如果仅仅是为改变而改变、为了创新去创新,吸睛、噱头可能是有了,但喧嚣过后仍要面对后继乏力的现实。

不少人说,实体书店存在的象征意义大于实际意义。虽然这是一种揶揄,但背后也包含着机遇。实体书店作为满足人们精神需求的地方,要与电商平台竞争,在价格战中突围,从自身独特的价值属性中找到突破口,才是最优方案。

近几年兴起的一些独立书店一直在致力于开发具有特色的文化创意类、办公文具等周边产品。比如某书店推出的图书主题日历广受好评;一些书店设立了会员卡制度,通过举办线下会员活动,如签售会、讲座、沙龙等,吸引读者进店、入会,从而形成稳定客源;还有的书店延长营业时间,甚至24小时营业,打造成读者的固定第三空间。另外,增加咖啡馆、茶座水吧等配套消费,也可以成为一些书店增加收入的方式。

如果实体书店的创意、转型升级仅停留在口号、概念阶段,无法真正吸引到稳定客流。若通过资本运作等方式成为“网红店”,虽然有了高曝光度的利好,但如果在盈利模式、抗风险能力等方面难以提升,则仍难走出“虚假繁荣”的陷阱。

## 图书外卖,玩概念可以实现书店「自救」吗?

戴先任

花钱充值成会员,就可以在某些网站观看下载儿童色情图片、视频。这些儿童色情网站靠会员费维持生存发展,有的会员达800多万人。由于服务器位于境外,很难找到网站涉事人员。(见3月29日《新京报》)

通过充值或将网站转发分享给其他人,就能成为会员,这一定程度上让未成年人色情视频被“滚雪球”传播。这些视频中,不少孩子才上小学,甚至有三四岁的幼女,有的视频是孩子自拍或被威胁下拍摄。这则新闻令人震惊、愤怒,网友呼吁要重拳打击涉儿童色情网站。

与近日引爆舆论的韩国“N号房事件”相比,国内这些儿童色情网站可谓有过之而无不及。比如其中某些儿童色情视频是孩子在被哄骗或被威胁的情况下拍摄,这背后还可能涉及性侵未成年人等更多犯罪行为。

一些儿童色情网站神出鬼没,一方面,大多数服务器设在境外,国内监管部门难以掌控和监管;另一方面,为了逃避封禁、打击,这些网站不断更换网址,狡兔三窟。

魔高一尺,道高一丈。加强监管力度和打击力度,既要从技术侦查手段发力,及时找到、识别儿童色情网站,加以技术屏蔽和打击;还要加强国际合作,从法律、道德、人伦等角度互相支持合作,端掉这些色情网站的“老窝”。

从根本上说,还要从法律角度加大对儿童色情犯罪的惩治力度。一些国家对儿童色情犯罪惩治相当严厉。比如一些欧美国家虽然有分级制度下的合法成人色情产品,但对涉儿童色情犯罪却持零容忍态度。2006年7月,在美国,一个犯罪分子因经营儿童色情网站和制售未成年性行为录像,被法院判处入狱150年。不仅如此,政府还从“需求端”予以遏制,将儿童色情产品传播者和拥有者同样作为打击重点。这都是可以参照借鉴的成熟做法。

纵容儿童色情信息蔓延,就是对性侵儿童犯罪的变相鼓励。对儿童色情犯罪要“零容忍”,要露头就打,毫不手软。斩断伸向儿童的“脏手”“魔爪”,为未成年人筑牢保护屏障,呵护花朵们健康成长,应是我们成年人的责任。

## 释放“空中招聘”的双赢效应,再多想想办法

学生,但选择面相对较窄;而人才市场和招聘会的选择面大,但却增加了应聘者成本。

“空中招聘”这种形式令人耳目一新,线下招聘中所有的环节和模式,都可以借助高速网络、5G技术等在线上实现。招聘的即时化、场景化和现场化跟线下招聘并无大差,同时还多了不少优势,供需双方来说都算得上是双赢,综合效应十分明显。

比如,招聘方足不出户就可实施招聘程序,既可以在短时间内面试足够多的对象,便于好中选好、优中选优;又可以避免现场招聘时应聘者不足的问题。应聘方节省了出行、住宿、打印等成本耗费,毕竟对于低收入应聘者,特别是大学生等没有收入的群体,参加求

职应聘的次数越多、时间越长,相关成本压力也就越大。

此外,线上招聘可以最大化满足求职者多渠道选择空间,提供更多求职机会。有了线上招聘的灵活、机动与快捷,求职者能在多种选择时兼顾而非单选。在参加完第一场网上面试后,又可以接着参加下一场比赛。若是放到线下,求职者在同城之间赶场就已经不易,若应聘单位不在同一个地区,就只能选择放弃一部分机遇。某种程度上说,提高供需双方的面试招聘效率,对促进复工复产、提高企业效率、优化就业等也是一种强劲的推动力。

从形式和理念上看,线上招聘让招聘过

程变得简单快捷,也更加高效方便。但当前的问题在于,“空中招聘”作为一项新生事物,还存在不少困难和问题,社会的接受度还不高,招聘单位的采用度和求职者的适应度不够。

比如,网络卡顿、设备故障等意外,无法全面了解应聘者举止投足的细节,观察不到考官的反应,岗位与专业不匹配、技能与市场不对接,等等。

所以,释放“空中招聘”的双赢效应,还需多想办法。企业人才争夺比拼的是企业招聘软实力。在一些国家,线上招聘成了主流渠道,并进行了很多形式上的创新,比如韩国有的公司在招聘中使用人工智能技术,实现了招聘流程的自动化,并利用AI进行在线采访。这些做法都值得我国企业思考,也需要求职者以国际化的视野去看待和适应,对接形势发展的需要。

防控新冠肺炎疫情,让“空中招聘”成为一种应急机制和替代方式。从长远看,应顺势利导,让“空中招聘”的方式常态化,用更高效的招聘、更精准的信息,服务企企双方,显然是件好事。

唐伟

大学毕业生就业问题牵动着很多人心。随着各方组织的线上招聘活动持续推进,许多大学毕业生加入了线上求职大军。有调查显示,63%被访者认为线上应聘比线下更便利,82%的人希望“空中招聘”能在日后成为常态。(见3月30日《中国青年报》)

传统的招聘模式一般以招聘会、人才市场和校招会等形式进行,共同特点是“搭好台子走流水线”。相对固定的时间、地点和比较小众化的范围等,都是其局限性。比如,在校招会上,用人单位到校招聘,极大方便了在校

招聘的次数越多、时间越长,相关成本压力也就越大。

此外,线上招聘可以最大化满足求职者多渠道选择空间,提供更多求职机会。有了线上招聘的灵活、机动与快捷,求职者能在多种选择时兼顾而非单选。在参加完第一场网上面试后,又可以接着参加下一场比赛。若是放到线下,求职者在同城之间赶场就已经不易,若应聘单位不在同一个地区,就只能选择放弃一部分机遇。某种程度上说,提高供需双方的面试招聘效率,对促进复工复产、提高企业效率、优化就业等也是一种强劲的推动力。

从形式和理念上看,线上招聘让招聘过