

彭冰

青山叠翠,洞溪奔流,走进地处中朝边境的吉林省集安市钱湾村,鳞次栉比的民宿几乎铺排了小半片山。

“我叫姜贵成,姜子牙的姜,富贵的贵,成功的成,今年69岁……”姜老作为村上办民宿的第一人,6年来,靠自家院里4间房净赚30多万元,4次登上中央电视台,倒真是“名如其人”。

在做民宿之前,姜贵成并没想到会如此成功。“一个偏僻小山沟,能来几个人?可没想到,由于政府大力整治农村环境卫生,改水、改厕,修路、种花,又在村里盖旅游服务中心、建水果体验馆。当年,各地自驾游客就呼呼地来!”

各地如雨后春笋般兴起的乡村民宿,就像一枚多棱镜,折射出国人小康生活的方方面面。

采访中,农村环境卫生的巨大变化着实让我惊讶。没看到遍地畜粪、脏水横流,干净整洁的村路上,每隔几百米就立有一个分类回收垃圾箱。有的村庄在一排排洁白的院墙上绘上了朴素的农民画,有的还在村头建起了风景优美的小公园,加之积分奖励等政策的引导,家家户争创“干净人家、美丽庭院”。步入老家乡,屋里挂着自加热暖气片,灶间水龙头旁是数千元一台的净水器,院内葡萄满架、蜂飞蝶舞,角落边“新型微生物降解式厕所”取代了老式旱厕……同行的记者不禁感慨:“想在农村有间房!”

“前年回家探亲,就觉得眼前一亮!于是我和丈夫卖掉房子,把户口迁回农村,开了一家‘正阳晓苑’。清华大学毕业的孙继春,以如此决绝的行动,诠释了新农村的吸引力。

无疑,只有当大量城里人变得有钱有闲,只有当农村人居环境改善,只有当生态优良、山青水秀、美景如画,只有当交通便利,高速公路四通八达,柏油路实现“村村通”“户户通”,乡村旅游才会“日出东方红似火”,而这会进一步促进农村发展,实现村民小康的加速度。

姜老民宿的价格,每人每天仅50元,虽然年年爆满,但他从未想过提价,“这把年纪了,吃穿不愁,我和老伴养老也足够了。”

“正阳晓苑”条件也不错,每人每天100元,很快成了网红民宿。问起营收,48岁的孙继春同样不在意:“我开民宿并不为挣多少钱,只是想过自己喜欢的生活,此心安处是吾乡。”

而38岁的王杰儒,正干劲满满。他的“行知民宿”开在通化市夹皮沟村“金江花海”附近,大大小小的十几间房,安装着智慧窗帘、智慧灯光等智能家居用品,每间收费200元~1000元不等,旁边还建有酒吧和餐饮店。

去年,王杰儒借通化市招商引资政策来到“金江花海”,当地政府将一所荒废的村小学划给他使用,这样的创业平台让王杰儒很满意,他还计划把整个村屯打造成一个以民俗风情为主题的开放式博物馆。

这老、中、青三代民宿经营者,用自己的人生选择和生活态度,对何谓“小康”作出了具体而微的诠释——对雄心勃勃的青壮年人来说,能够有干事创业的舞台,让他们在获取财富的道路上施展才华、实现抱负;对已经实现财务自由、厌倦了都市打拼的中年人来说,能够有一个人居条件不输城市的美丽乡村,让他们随心所欲过自己喜欢田园牧歌式生活;对于阅尽繁华无所求的老年者来说,能够过上守家在地、健康无忧、养老不愁的晚年生活。

为了追求理想生活,有人归,有人去,有人来。无论城市还是农村,异乡还是故乡,只要能在那里实现梦想、日子富足、心灵安宁,就是幸福。从这个意义上说,“此心安处即小康”。

薅出新天地

图说



赵春青/图 弓长/文

“酒店取消险”别成“权益取消险”

李英锋

国庆出游高峰在即,旅游市场回暖态势明显,“酒店取消险”等旅游保险产品也进入销售旺季。但一些消费者抱怨,一些在线旅游平台取消险的宣传和产品设计并不规范,比如宣称“无需证明”“快速到账”,但实际上理赔条件非常苛刻,理赔周期漫长,拒赔的情况十分普遍。(见9月14日《工人日报》)

所谓“酒店取消险”,是指消费者(被保险人)成功预定酒店并支付预付款或定金后,如因故取消预定造成预付款或定金损失,由保险机构在保险限额内对消费者的损失按比例赔偿甚至全额赔偿。

取消行程意味着违约,意味着损失预付款或定金,甚至需要承担赔偿责任。而有了“酒店取消险”,消费者在取消预定时所产生

的损失就有了一定保障。从另一个角度看,“酒店取消险”也能促进酒店等服务业的市场成交额,拓展保险行业的发展空间。

然而,看上去很美的“酒店取消险”常常给人添堵。一些在线旅游平台往往在页面以醒目字体宣传“无需证明”“快速到账”,而对涉及消费者理赔权益的相关限制条件则缺乏必要说明和显著提示,容易让人产生“酒店取消险”理赔门槛很低甚至零门槛的误解。在实际理赔过程中,一些旅游平台和保险公司要么互相推诿,要么翻出隐藏在保险合同里的苛刻条件,迟迟不予赔付。

依法审视,如果在线旅游平台或保险公司在宣传推介“酒店取消险”的过程中发布了虚假、夸大的信息,误导消费者,即涉嫌虚假宣传或发布虚假广告。而签署格式合同时,经营者适用格式合同需承担提请消费者注意和说明的义务。比如,消费者权益保护法规

实际上是对品牌总部技术能力、市场资质、品牌效应等作出了限制,从而确保加盟者相关经营活动能顺利展开。换言之,如果因为品牌方管理不善导致加盟店铺经营出现异常,消费者的权益受损,品牌方是要承担责任的。

其实,在一些地方的消费者权益保护条例也曾引发激烈讨论。一些人认为此类消费纠纷多是基于品牌效应,因此应该在法律法规许可的范围内,给予消费者“信赖利益”一些倾斜性保护,品牌方作为商标、品牌所有

阱。此前就有媒体报道过知名品牌连锁餐饮店、健身房、游泳馆跑路新闻,消费者陷入退费无门、维权受阻的境地。

连锁品牌的经营模式多分为直营店和加盟店两种。直营店由品牌总部直接进行管理、经营,而加盟店则是品牌总部通过合约方式授权加盟者使用其品牌商标、商品、财务、经营等完全独立。那么问题来了,加盟商跑路,品牌总部真能把自已择干吗?真的可以“事不关己高高挂起”?

根据《商业特许经营管理条例》的相关规定,“特许人从事特许经营活动应当拥有成熟的经营模式,并具备为被特许人持续提供经营指导、技术支持和业务培训等服务的能力。”这

给灵活就业者的 工伤保险找到制度出口

吴睿鹤

当前,我国灵活就业人员达2亿人,缴纳社保的户籍门槛、工伤保险缺乏政策支撑、劳动关系认定难等问题应从多渠道打破桎梏,保障劳动者和用人单位的合法权益。(见9月14日《瞭望》新闻周刊)

灵活就业群体的工伤保险,有一些制度性“硬伤”,比如,缺乏缴费主体。《工伤保险条例》第十条规定,“用人单位应当按时缴纳工伤保险费。职工个人不缴纳工伤保险费。”也就是说,工伤保险费是由用人单位缴纳的,个人不缴费。而灵活就业人员由于没有传统意义上的用人单位,因此缺少工伤保险的缴费主体。加之,长期以来,我国工伤保险制度采取的是工伤保险和用人单位分担待遇责任的做法。诸多新业态从业人员自始没有用人单位,也便不存在分担的可能。

此外,灵活就业人员多无固定工作场所、时间,如何认定工伤,界定工作时间、场所、上下班途中等情形,给有关部门带来难度。同时,因灵活就业形态的灵活性、不确定性,是否还存在这样的问题,即参加了工伤保险后,一天24小时中受到任何伤害均可认定为工伤?这对于工伤保险基金来说,恐怕难以承受。

某种程度上,灵活就业人员的工伤保险正“困在制度里”。这个群体背后是千家万户的利益诉求,必须找到制度性“出口”。国家层面可以尝试允许地方搞工伤保险“试验田”,凡是愿意参保的灵活就业人员,全部纳入工伤保险范围,确定合理的工伤保险费率,明确基金保障机制等,待取得经验后,在更大范围推行。

基于灵活就业人员体量庞大,纳入工伤保险体系难度大的实际,也可以考虑自成体系。比如,江苏吴江地区实施的灵活就业保险办法中,要求灵活就业者每年缴纳一定的费用,交由通过公开招投标确定的商业保险公司承办,参保人员受到职业伤害后,在医疗机构产生的医疗费用先由医保报销后,剩下的部分在职业伤害保险中按标准赔付。

在为劳动者求解更多利益难题时,我们不妨多一些尝试、多一些思维转变,尽可能早日补上相关权益保障的短板。

加盟商跑路,品牌总部真的没责任?

弓长

据《北京晚报》报道,近日,北京一些知名连锁培训、早教机构突然撤柜、跑路。消费者原想奔着大品牌去,却遭遇加盟商一走了之、无人担责的窘境。记者调查发现,这样的现象已成为行业潜规则,加盟费与品牌使用费,实际上只换来了挂上品牌牌匾的权利。独立经营、财务分开等做法,让总部与加盟店间只是品牌输出关系,成为侵害消费者权益的借口。

连锁品牌成为一些人消费时的首选,“为品牌买单,图的就是省心。”然而现实中,大品牌也未必真省心,有的甚至可能暗藏消费陷

此心安处即小康

廖海金

主打低热量、健康、饱腹的代餐食品成为饮食圈的新潮流,吸引了众多食品企业投身其中,获得资本青睐。代餐食品托起千亿元市场,却也暴露出鱼龙混杂的乱象。(见9月14日《北京日报》)

代餐食品是指取代部分或全部正餐的食物。常见的有代餐粉、代餐棒、代餐奶昔、代餐粥等。相关数据显示,2017年,中国代餐产品市场规模就已达到57.3亿元,预计今年可以破百亿元。而未来则是千亿级的市场规模。

不过,关于代餐的争议一直存在。有的人食用代餐食品,确实收到了减肥瘦身的效果,对于商家宣传的健康理念深信不疑,但也有依靠代餐食品而导致营养不良的情况,此外,虚假宣传、标准缺失等,给代餐食品市场带来了诸多不确定性。

代餐食品真能代替一日三餐吗?专家给出的答案是:不能。它最初是医院按照科学比例配比营养后,做成营养粉作为肠内营养液供病人使用,补充的是人体6大类42种必需性营养素。也就是说,大多数代餐食品保障的只是维持人体生存的基本需求,不能满足人体健康所需的多元营养。而且,代餐是通过减少能量摄入的方式帮助人们控制体重,如果长期摄入能量不足,则可能出现各种不良反应,甚至造成更大的伤害。

代餐食品备受青睐,主要源于人们对健康饮食和苗条身材的追求。而相关行业鱼龙混杂,任谁都想来分一杯羹,则是因为当前缺乏统一严格的标准——代餐产品必须具备哪些营养成分、相关企业必须具备哪些资质、营养成分检验标准如何,违法违规怎样处理等,这些规范均未明确甚至尚未建立,如此,野蛮生长或许不可避免。

一方面,有关部门要及时研究,制定相关标准,为这一新产品的稳健发展画出安全区;另一方面,市场监管等部门要将代餐食品、代餐企业纳入监管范围。尤其要针对行业乱象展开专项整治,对于不法行为重拳出击,维护市场秩序。此外,消费者在选择代餐产品时要慎之又慎,不要盲目跟风。健康是追捧代餐食品的初衷,在选用相关产品时,也应回归这一初衷。