

创新机制,畅通新就业形态劳动者入会通道

本报评论员 郭振纲

群体会员800万人以上,并形成一批可复制、可推广的经验模式,最大限度将新就业形态劳动者组织到工会中来。

新就业形态劳动者是职工队伍的重要组成部分,在推动经济社会高质量发展中发挥着重要作用。由于新就业形态劳动者呈现组织方式平台化、工作机会互联网化、工作时间碎片化、就业契约去劳动关系化,以及流动性强、组织程度偏低等特点,其权益维护面临许多困难,各界一直呼吁要破除制度障碍,为其构建劳动权益保护屏障。

组织新就业形态劳动者入会是为其提供维权服务的基础环节,只有将这些劳动者吸引过来、组织起来、稳固下来,使工会成为这些劳动者愿意依靠的组织,工会为其提供维权服务才有更顺畅的条件。

组织新就业形态劳动者加入工会,既是党交给工会的一项重大政治任务,也是工会履行维权服务基本职责的前提基础。工会自2018年启动“八大员”集中入会行动以来,经过不懈努力,新就业形态劳动者入会工作取得明显进展,同时也发现一些单纯依靠传统

入会方式无法跨越的难题。比如,工会属地化组建方式与新就业形态劳动者分散流动的就业方式不适应;一些地方工会虽然启动了线上线下相结合的入会方式,但新就业形态劳动者往往线下难联系、线上难接触,其入会途径不畅、稳定性不足;一些就业形态劳动者入会后,工会的经费保障、服务方式、服务内容、管理模式等后续问题与其现实要求存在一定差距,等等。这些问题一定程度上制约了新就业形态劳动者的入会进度和质效。

与破解其他领域不适应改革发展的难题一样,通过加大改革创新和探索实践力度,破解制度性、政策性难题,是解决新就业形态劳动者入会难题的不二选择。

创新新就业形态劳动者入会机制,要围绕将新就业形态劳动者吸引过来、组织起来、稳固下来这个核心目标展开。比如,针对这些劳动者就业灵活、组织形式多样的特点,入会机制也应因地制宜,将实践证明行之有效的企业“单独建”、龙头企业“牵头建”、借助行业力量“推动建”等方式拓展开来;针对新就业形态劳动者触网不足、流动分散等特点,一方面畅



李润钊

在不久前庆祝建党百年的主题采访中,我有幸与几位福建的普通村民一起,“复盘”了那场始于20年前的集体林权制度改革。

对于今年72岁的龙岩市万安镇捷文村村民李桂林来说,他和亲戚共同养殖的2000多尾象洞鸡是青山里的宝藏;对于三明市沙县夏茂镇梨树村村民洪集体而言,那一株养在密林里的铁皮石斛是山林的馈赠。但多年以前,他们都曾是这山里的“砍山人”。

人与山的关系,因为一场肇始于福建的集体林权制度改革发生了改变。

采访中,有人说,是山改变了人。当那些曾养活了一代又一代人的大山,因过度砍伐而山林耗尽、资源枯竭的时候;当大山里的林农在茫茫荒山里找不到良材、看不到出路的时候,人不得不站在自然的尺度下改变线性发展的思路,重新思考人与自然和谐共生的可能。

也有人说,是人改变了山。从以“耕山”为目标的集体造林到以“分山到户”为核心的林权改革,从发展“绿富双收”的林下经济再到让大山也能长出资本的“生态银行”……大山里的人不再坐吃山空,而是选择推动一场“从荒山变青山、从青山变金山”的生态演进。“人不负青山,青山定不负人”的生态思维和理念正重新塑造着大山的肌理,改变着大山里人的命运。

无论是山改变了人,还是人改变了山,人与山水、与自然的辩证关系,始终是过去、现在、未来发展历程中永恒的命题。“像保护眼睛一样保护生态环境,像对待生命一样对待生态环境”,这是当今中国对这一命题作出的答案;寻找一种平衡社会发展和环境保护的全新视野,推动形成人与自然和谐发展的现代化建设的新格局,是这条生态之路所要通达的远方。

然而,推进人与山的和谐共生注定是一项极其复杂的系统工程。碎片化的林权难流转、森林资源难变现、集体林质量难提高、林农耕山难收益……“林改”要改的每一个问题,都要进行山和人之间的平衡与博弈。每一个选择都关乎山的命运和人的前途,考验着勇气、智慧与韧性。

能动地适应、有效地利用、合理地改造……“林改”在引导林农崇拜山林、敬畏山林的过程中,通过推动生态文明体制机制的改革创新,协调着人与山的关系,让大山里长出了“宝藏”,也让越来越多的人在山林之中找到了获得感、幸福感、安全感。

从三明大田大山里建起的睡眠小镇森林康养基地,到沙县29个村发行的超5000万元、7000多户林农入股的“林票”……每一次“林改”实践都印证着民心的指向。

思路变,天地阔;观念转,万物新。“林改”这条道路之所以通达,是因为“林改”念的“山海经”强调扩大增量而不损伤已有存量,注重整体发展而不破坏生态平衡。山成了现代经济体系构建的核心要素,而大山里的“宝藏”成了人美好生活的重要组成。我们在保护自然价值与增值自然资本的实践中,通过“改”,完善了生态价值的实现机制,找到了山与人的共同愿景,走出了人与自然融合发展的和谐路径。山所蕴含的生态价值在一次次改革中被充分激活,而人所追求的向往也在山林之中一个个得以实现。

正如李桂林在采访中所说:“山还是那座山,我还是那个我,但那山却成了我的山。”坚持走生态优先、人与自然和谐发展的道路,一幅幅绿水青山与金山银山相得益彰的美丽画卷,正在群山之中徐徐铺展,会有更多的山成为被人所向往的山。

“明厨亮灶”是最好的“卧底”

张淳艺

据新华社8月2日报道,暑期已至,作为深受年轻人追捧的奶茶迎来销售旺季。近日,记者通过随机应聘“卧底”某网红奶茶店,发现其多家分店存在蟑螂乱爬、水果腐烂、抹布不洗、标签不实等现象。

报道中的情况并非个案,北京市市场监管局此前在突击检查中发现,部分茶饮店使用过期的、不新鲜或“三无”物料等问题;上海市市场监管部门今年上半年对多个品牌奶茶店突击检查发现,食品标签不明确、冰箱内食物不加盖、操作区卫生不达标等现象普遍存在。

表面看,近年来奶茶店遍地开花,同质化严重,竞争激烈加上原材料涨价,不少店家忙于挣钱,疏于管理。但从深层次分析,消费者难以进入后厨,难以了解真实情况,给了一些经营者无视卫生,应付监管的底气。

“阳光是最好的防腐剂,公开是最佳的消毒液”。食品安全法明确,倡导餐饮服务提供者公开加工过程,公示食品原料及其来源等信息。2014年起,各地开始在餐饮企业开展明厨亮灶工作,推动餐饮服务提供者采用透明玻璃、视频监控等方式,对餐饮食品加工过程进行公示,将餐饮服务关键部位与环节置于社会监督之下。2018年,《餐饮服务明厨亮灶工作指导意见》明确提出“鼓励餐饮服务提供者实施明厨亮灶”,进一步规范公开加工过程,推动餐饮服务食品安全社会共治。

近年来,“明厨亮灶”得到了进一步推广普及,一些地方重要团餐供应单位“明厨亮灶”覆盖率已达九成以上。然而,由于相关法律法规和规范性文件都是将餐饮服务提供者公开加工过程作为倡导性行为,强制约束力不足,一些餐饮店并未主动落实,“隐秘的角落”依然广泛存在。试想,如果记者卧底的这家网红奶茶店实行了“明厨亮灶”,其断然不会也不敢坐视蟑螂乱爬、水果腐烂等现象。

某种角度上说,“明厨亮灶”是最好的“卧底”,“明厨亮灶”还须进一步推广和落实。日前,有地方通过了食品小作坊小餐饮店小食杂店和食品摊贩管理规定,其中明确:从事网络餐饮的小餐饮企业,应当逐步实现以视频形式在网络订餐第三方平台实时公开食品加工制作过程,具体办法由省市场监督管理部门规定。期待各地相互学习借鉴,共同推动“明厨亮灶”成为餐饮业的标配,促进餐饮服务规范经营,保证公众舌尖上的安全。

疫情中的“退改签”应有明确说法

余明辉

据央广报道,受疫情影响,全国多地近期发布了防疫出行紧急通知,要求“非必要不出省、不离市”。但恰逢暑期,不少人早早定好了出行计划,因此面临着不得不取消或延期的情况。有乘客想免费退机票却遭航空公司和旅游平台拒绝,或被收取高额退票费用。

疫情形势生变,机票退票政策却未与时俱进及时落地,而是仍沿袭平日退票费用标准,的确是个问题。去年疫情期间,在相关部门指导下,不少航司、平台都及时出台了相关退改政策,尽力减少消费者损失。如今,一些平台和企业并未参照此前的做法,有的还借机高收费,无疑是对防疫大局的一种掣肘。

免费退改签造成的损失和成本,到底由谁来负担更公平科学、更可持续?

按照既有的防疫配套措施,由于紧急疫情需要,国内航司、铁路等出台免费客票退改签政策,费用通常由各企业自己承担,这体现了疫情防控面前企业的社会责任和担当。如果疫情持续时间较短,那么相关损失应该也在这些公司和平台可接受的范围内。问题的关键在于,疫情具有反复性,而相关的客票退改签免费政策也是一个较为反复、持续的事情。

国铁集团公布的数据显示,其2020年度收入同比下降8.1%。受新冠疫情影响2020年先后8次出台免费退票措施,免费退票2.06亿张。民航方面的数据显示,国内航司去年仅2月亏损便超209亿元,虽然后来状况好转,但还是没有完全恢复元气。如此情况下,要求相关企业、平台一力承担相关损失和成本,确实是不小的压力。

此轮引起疫情防控反复的德尔塔病毒,具有强传染性的特征,这也意味着对其应对要做到快响应、快决策、快处置。面对社会呼吁,相关企业、平台要根据实际情况尽快与消费者理性沟通,尽可能拿出让双方都满意的改退政策,而不能无视呼吁,用强势地位欺人。

有关部门也要尽快介入,研究相关的长效、常态成本分担机制和指导意见,并进一步出台优惠政策和措施,促进相关企业用更积极的态度和作为,为防疫做贡献,为防疫扫除障碍。



G图说

包邮=没得选?

据《经济日报》报道,不少电商卖家用“包邮”吸引消费者,但出于成本考量,有些卖家会选择价格低的快递公司合作,不接受指定快递,这一定程度上损害了消费者的选择权。

当一些卖家仍要求消费者支付邮费的时候,谁承诺“包邮”就可能收获更多青睐。在很多人看来,只要包邮,用哪家快递无所谓。事实上,不同的快递公司,其服务水平、运输时效等各不相同。从卖家成本角度看,选定合作快递公司来给消费者包邮,是兼顾自身利益与用户体验的选择。从最初的快递由消费者支付邮费发展到如今的包邮,可算是一种服务的进步。不过,既然一些消费者有选择快递的诉求,那么商家不妨以消费体验为导向,推出更多差异化服务。“人无我有,人有我优”,发现并抓住消费者的痛点,或许比节约成本的意义更大。

赵春青/图 嘉湖/文

对网络盗播体育赛事的监管须更给力

弓长

据新华社8月2日报道,观看东京奥运会、欧洲足球锦标赛已成为广大网民暑期的一项重要文化活动。数以亿计的用户人群、规模庞大且持续增长的市场规模,更让体育赛事网络直播成为公认的“金矿”。然而记者调查发现,当前网络盗播体育赛事仍屡禁不绝。

近年来,得益于移动网络和智能设备的普及推广,体育赛事网络直播产业受众越来越广、潜能越来越大,这也导致一些人动起了盗播牟利的歪脑筋——通过直播、延播、点播等流媒体形式,以及复制、编辑、删截等方式,利用网络传播未经授权的电影类作品。但法院同时指出,被诉直播行为适用著作权法的“兜底”权利条款,即“应当由著作权人享有的其他权利”的调整范围。

今年6月1日起施行的新著作权法针对这一问题作出了调整和明确,将“电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品”修改为“视听作品”,这意味着直播、短视频等成了法律保护的

此前,由于相关法律的不完善,对体育赛事网络直播版权的保护面临一定困难。2020年9月,“中国体育赛事转播著作权第一案”再审判决。该案的争议焦点在于,体育直播赛事是否构成类似摄制电影的方法创作的作品及适用类似的保护方法。

从一审法院判决涉案赛事画面受著作权保护,到二审法院作出完全相反的判决,再到再审维持一审判决,该案的审理持续了5年的时间。法院最终认定,涉案赛事节目构成著作权法保护的电类作品。但法院同时指出,被诉直播行为适用著作权法的“兜底”权利条款,即“应当由著作权人享有的其他权利”的调整范围。

今年6月1日起施行的新著作权法针对这一问题作出了调整和明确,将“电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品”修改为“视听作品”,这意味着直播、短视频等成了法律保护的

对象;将广播台、电视台有权禁止未经许可的行为扩大到“以有线或者无线方式转播”“将其播放的广播、电视通过信息网络向公众传播”。

尽管有了更明确的法律支撑,但打击网络直播盗版仍任重道远,违法成本低维权成本高、侵权获益巨大、公众版权保护意识薄弱等问题,仍有待进一步解决。

主管部门和相关视频平台一方面要主动防范、预警,进行全平台排查、删除、屏蔽侵权内容和链接;另一方面要在赛中严格监控和审核,及时有效处理相关投诉和建议。

盗版直播有市场,也给相关直播平台提了个醒儿——要注重升级用户体验,减少“会员专属广告”之类的套路,不让直播有机可乘。

体育赛事直播版权保护是知识产权保护的重要内容之一,保护好相关权利也是促进体育产业良性发展的重要环节,相关的工作应更给力。



赵春青/图

运营商也禁止授权代理店外呼,但实际上这背后,最难触动的是利益的联盟与合谋。

外呼公司明目张胆甚至“名正言顺”的欺骗,还要持续多久?一个诚信、文明、法治的社会中,如此“吃相”难看的生意应该尽快禁绝。

外呼公司的“欺骗生意”,不该这么红火

吴迪

据8月2日《新京报》报道,不少人都接到过类似“免费回馈流量包”等推销电话,然而这些电话并非来自手机运营商,而是冒充官方客服的外呼公司。记者先后卧底进入辽宁沈阳3家外呼公司后调查发现,这些公司在注册空壳授权代理门店,获取运营商业务办理权限后,私下招募数百名“客服”违规呼叫,有公司一天拨出11万通推销电话。

“套取客户验证码私自增办业务”“话术误导”“哄骗客户”“擅自伪造签名办理套餐”……这些“骚操作”竟然都出自所谓的运营商客服!他们并非真正的运营商官方客服,但也并非纯粹的“江湖骗子”,而是与运营商有合作关系,承包了相关业务的公司。以“回馈流量”的话术为例,这些客服会告诉用户,“公司为答谢星级用户,回馈价值

30元的15G流量,套餐资费不变。”这话听起来没毛病,而事实上“套餐资费不变”指的是原套餐资费没有变化,“并不代表总话费不变”。外呼公司的话术让人防不胜防,手机用户“上了一当又一当,当不当一样。”

这些外呼公司何以屹立不倒、越做越强?首先是有利可图。用近似空手套白狼的方式就能获得巨额利润,“何乐而不为”?从报道来看,某地一家外呼公司的年营收额高达近2亿元,而当地还有不少外呼公司。

其次是运营商需要这样的公司为自己增收。本质上,外呼公司相当于运营商的“编外”分销渠道,“一荣俱荣”。有的公司一年能为运营商增收6亿元,这样的肥肉,岂能不吃?

此外,投诉举报渠道失效、整治骚扰电话行动疲软等,为疯狂的外呼提供了土壤。按理说,遇到此类欺诈式营销,用户可以拨打运营商官方客服电话进行投诉,然而运营商将投诉举报接线索业务也外包给了外呼公

司,后者相当于既是运动员又是裁判员,后果可想而知。

近年来,有关部门一直在推进综合整治骚扰电话专项行动,明确各基础电信企业要按照“谁接入谁负责”的原则,加强业务管理,防范各类通信资源被用于电话扰民。但不要忘了,外呼公司和运营商其实是穿着同一条裤子,“背靠大树好强扰”。

“忽悠一个算一个,只要能要来验证码,怎么忽悠都行”“用户对资费不会那么敏感,差个10块20块,不会想那么多”……如此行为跟电信网络诈骗有何区别?

令人细思极恐的是,外呼公司不仅在为 用户办理业务上“自由发挥”,还享有窥视用户个人信息、偏好等隐私的便利——记者调查发现,外呼公司使用运营商开发的后台系统,可以看到机主的详细信息,包括消费情况、流量使用和套餐情况,以及手机品牌等。

明面上,外呼业务有着极其严格的要求,