

积极推动构建中国特色和谐劳动关系取得更大成效

本报评论员 郑莉

时期工会协调劳动关系工作提出要求。

劳动关系是生产关系的重要组成部分，是最基本、最重要的社会关系之一。劳动关系是否和谐，关系企业的发展和职工利益的实现，关系社会和谐稳定与发展进步。工会作为党联系职工群众的桥梁纽带，参与协调劳动关系是职责所在。近年来，全总和各级工会认真贯彻落实习近平总书记重要指示精神和党中央决策部署，把推动构建和谐劳动关系作为一项紧迫而重要的政治任务，在保障职工基本权益、建设劳动关系协调机制、预防化解劳动关系矛盾风险、形成构建和谐劳动关系工作新格局上取得了积极成效。

党的十九届六中全会指出，党的百年奋斗开辟了实现中华民族伟大复兴的正确道路，中国仅用几十年时间就走完发达国家几百年走过的工业化历程，创造了经济快速发展和社会长期稳定两大奇迹。实现中华民族伟大复兴，必须依靠党的领导工人阶级和广大劳动群众团结奋斗、苦干实干，激发和调动亿万职工的积极性、主动性、创造性。前进道路上，我们比以往任何时候都更加需要和谐稳定的劳动关系的有力支撑，营造万众一心、众志成城的良好环境，不断凝聚起广大职工群众

建功新时代、奋进新征程的磅礴力量。

全国工会协调劳动关系工作座谈会在总结交流近年来工会协调劳动关系工作经验的同时，对当前我国劳动关系状况作出判断：我国劳动关系总体和谐稳定；进入新发展阶段，发展目标、发展任务、发展环境都发生了许多新的变化，构建和谐劳动关系面临许多新机遇新挑战，推动构建和谐劳动关系的任务更加艰巨繁重。

认真作答“构建中国特色和谐劳动关系”这一重大命题，各级工会要深入学习贯彻习近平总书记关于构建和谐劳动关系的重要论述，与学习贯彻党的十九届六中全会精神结合起来，与贯彻落实习近平总书记关于工人阶级和工会工作的重要论述结合起来，认真落实《中共中央国务院关于构建和谐劳动关系的意见》，扎实做好新发展阶段工会协调劳动关系工作，为巩固党的执政地位、实现国家长治久安作出应有贡献。

要深刻把握进入新发展阶段构建和谐劳动关系面临的新形势新任务，以加强职工思想政治引领，筑牢职工群众听党话、跟党走的思想根基为前提；以加强企业民主管理，畅通职工表达合理诉求渠道为基础；以加强源头参与，把劳动关系的建立、运行、监

督、调处纳入法治化制度化轨道为重点；以推动健全协商协调机制，有效调整和规范劳动关系为关键；以做好维权服务工作，努力消除劳动关系矛盾和纠纷产生的根源为根本，通过化解劳动关系矛盾风险，构建和谐劳动关系，不断增强职工群众的获得感、幸福感、安全感，巩固党长期执政的阶级基础和群众基础。

构建和谐劳动关系，要注重突出重点、突破难点。要推进产业工人队伍建设改革，更加关心、关爱农民工，建立健全困难群众帮扶工作机制，把党和政府的关心关怀送到职工群众心坎上。与此同时，如何维护新就业形态劳动者合法权益，已成为构建和谐劳动关系的重点内容。各级工会要采取多种手段，在加大维权服务力度、积极探索适应新就业形态劳动者特点的民主管理形式、探索头部企业协商协调机制等方面下功夫，把他们吸引过来、组织起来、稳固下来，使工会成为他们愿意依靠的组织。

工会做好协调劳动关系工作的使命光荣、责任重大。要认真履行工作职责，久久为功、探索实践，通过扎实有效的工作，为建立规范有序、公正合理、互利共赢、和谐稳定的劳动关系作出新的更大贡献。

劳动关系是否和谐，关系企业的发展和职工利益的实现，关系社会和谐稳定与发展进步。进入新发展阶段，构建和谐劳动关系面临许多新机遇新挑战，需要各级工会认真履行工作职责，久久为功、探索实践，通过扎实有效的工作，为建立规范有序、公正合理、互利共赢、和谐稳定的劳动关系作出新的更大贡献。

12月6日，全国工会协调劳动关系工作座谈会在京召开。全国人大常委会副委员长、中华全国总工会主席王东明出席会议并讲话，对深入学习贯彻党的十九届六中全会精神，学习贯彻习近平总书记关于构建和谐劳动关系的重要论述，做好当前和今后一个

民意调查搞“好评返现”

是在利诱造假

何勇海

据12月5日澎湃新闻网报道，12月3日，安徽涡阳一社区干部在微信群中发布通知，要求村组干部引导群众在安全度满意度电话调查中作“满意”等正面回答，按要求回答的群众凭电话录音可获得100元~300元奖励。有居民认为，该通知是在鼓励造假。涡阳县委宣传部一名工作人员称，将立即对此进行调查。

有关部门对安全度满意度等社情民意开展电话调查，是对社会基本情况的一种摸底。听到群众真实的意见和心声，有利于下一步对某些问题作出正确研判或科学决策。

开展民意调查的初衷很好，但用“好评返现”引导百姓明确回答“安全”“满意”“知晓”“参与”等关键词，同时不能用“还行”“不错”“还可以”“比较好”“一般”等模棱两可的语句，不可以用“遭受过不法侵害”“不知道”“没参加过”等负面评价回答问题，难免让人心生厌恶；百姓不能说出真实想法吗？

“引导”“利诱”之下的安全度满意度调查，可信度势必大打折扣，如此也就失去了调查的实际意义，甚至可能营造出一种“天下太平”“相安无事”的假象。

从群众角度看，被要求作“满意”等正面回答，是对其真实想法的一种干扰，甚至是一种侵权。当人们不能依据自身体验和感受作出合乎内心的回答，就意味着其在社会治安、公共政策评估和政府效能评价等方面，难以真正行使诸如建言献策、监督等权利。

进而而言之，个别地方“花钱买好评”折射出其对日常工作的不自信，对群众实话实说的畏惧。换个角度看，如果本职工作做得到位、成绩“看得见，摸得着”，在民意调查时，一些地方还用为群众提供“参考答案”吗？

民意调查附带“标准答案”不是今天才有，类似“包办民意”的调查不时被媒体曝光。这提示有关部门，在开展各级评选先优时，要更具现实针对性和可操作性，要对民调真实性加强验证，对造假者进行问责和惩处，同时要探索更为科学公开的调查方式，保证民调的真实、准确、权威。这关乎地方干部的工作作风，也关乎地方政府的形象和口碑。

G 图说

一“贴”除百病？

100%降糖、挑战空腹5.0、1盒就能4.0……据12月3日《北京晚报》报道，在网购平台上，不少商家售卖一种号称可以治疗糖尿病的特效穴位药贴。小小一枚贴在足底或肚脐处，即可“根除糖尿病”。但事实上，这些药贴多来路不明，粗制滥造，药效更无从谈起。

在网购平台上，“神贴家族”不止降糖贴，治打呼噜、耳鸣、胃病、老寒腿等，统统都可“贴”到病除。随着媒体曝光频度和力度的增强，以及科普宣传等，公众对商家如此虚假、夸大宣传已有一定免疫力，但在低廉价格诱惑下，不少消费者仍会选择宁信其有，觉得反正“成本不高，顶多不管用而已”。一些商家正是利用大量消费者这种“花小钱试试看”的心理才赚得盆满钵满，进而变得更加有恃无恐。古方神药的套路并不新鲜，一方面，消费者要多一些心明眼亮，捂好自己的钱袋子，另一方面，相关部门要升级监管与惩戒手段，让类似招摇撞骗的行为没有生存空间。

李法明/图 魏超/文



让电子烟告别野蛮生长

张西流

据12月5日《经济日报》报道，电子烟业迎来更严监管。11月10日，《国务院关于修改〈中华人民共和国烟草专卖法实施条例〉的决定》正式施行，其中明确“电子烟等新型烟草制品参照本条例卷烟的有关规定执行”。12月2日，国家烟草专卖局就电子烟等新型烟草制品的监管问题作出回应。纳入监管范围的产品包括电子烟烟弹、烟具以及烟弹与烟具组合销售的产品、电子烟用烟碱等。

上述决定的公布，意味着电子烟正式纳入法规约束范围。目前，包括中国在内的不少电子烟消费大国都在推进电子烟法治化监管的进程，这是大势所趋。电子烟被纳入更严监管，有利于促进其有序发展，也给强监管、严执行带来了挑战。

近年来，电子烟在我国悄然兴起，甚至在

一些年轻人中成了一种潮流和时尚。在街上，经常能看到有人拿着电子烟“吞云吐雾”，还有不同香型；在商场里，电子烟门店逐步扩张；在网上，有关电子烟的新闻和评论不少，一些明星也在代言电子烟产品。今年5月26日，国家卫生健康委发布的《中国吸烟危害健康报告2020》显示，使用电子烟可能更能致人抽上卷烟，这一现象在青少年中尤为明显。

权威检测报告表明，电子烟里面的主要成分还是尼古丁，也会释放有害物质，危害吸烟者和被动吸烟人群健康，长时间吸食电子烟，同样会产生对尼古丁的依赖。

尽管加强电子烟产业监管、避免电子烟使用低龄化已成共识，但“谁来管、怎么管”仍是难题。

比如，多重禁令之下，仍有商家变换招数“围猎”青少年。在各电商平台上，电子烟产品销量居高不下，有的店铺月销量超过4万，不少电子烟商品还打促销战，或通过网络、朋

友圈等渠道在宣传上打“擦边球”。部分电子烟实体店向未成年人销售电子烟，甚至在一些地方的幼儿园、学校周边的商店里，电子烟被伪装成糖块、钢笔等。

让电子烟告别野蛮生长，关键在于要让监管“带电”。首先，既然规定“电子烟等新型烟草制品参照卷烟有关规定执行”，就应明确“四禁”措施，即禁止网售电子烟产品、禁止实体店向未成年人销售电子烟、禁止在室内公共场所吸电子烟、禁止发布电子烟相关广告。

此外，对于商家存在上述行为的情况，除了责令限期改正、没收违法所得并处罚款之外，情节严重或拒不整改者，应取消其经营资格；对于个人违规在室内公共场所吸电子烟的行为，也应进行处罚。特别是，要提升电子烟监管效能，规范电子烟生产经营活动，解决电子烟存在的产品质量安全风险、虚假宣传等问题，保障消费者，特别是未成年人的合法权益。

人的身体状况是异常介入因素，快递员并不能预见。快递没送货上门与老人猝死之间很难说存在法律上的因果关系。

上述事件无疑是小概率事件，但其背后暴露出的快递是否送货上门问题不容忽视。值得注意的是，在上述事件的微博评论区，不少网友都在吐槽快递不送货上门带来的种种不便——“现在的快递理所当然不上门，你喊他送上门他还卖惨”“家里明明有人，快递员从来不说、不经同意便将包裹丢在代取点”“不送货上门导致丢失时有发生”……快递员要效率，顾客希望享受更完整、贴心的服务，如何平衡两者之间的关系，如何进一步规范快递员的工作流程，减少矛盾和纠纷的发生，是此番事件之外更值得快递行业思考的事情。

在时下人们生活越来越离不开快递服务，快递业发展前景广阔的情况下，上述事件不失为一个反思的机会，也是一种警示，放任服务不到位、不规范，放任不送货上门习惯成自然，快递公司惹上的麻烦或许会更多。

老人取快递猝死，提示规范送货上门服务

“纯属意外”，应该体谅快递员的不易。

应该说，这起事件中，快递公司不送货上门，不管在法律上还是在道德上，都值得商榷。

无论是邮政法，还是民法典合同编，快递送货上门都是其法律义务，而不送货上门会被视为没有完全履行合同。更何况，家属考虑到老人的情况还特地约定了“送货上楼”，上门配送的费用也已经包含在快递费中。我国快递暂行条例中也明确规定，“经营快递业务的企业应当将快件投递到约定的收件地址，收件人或者收件人指定的代收人，并告知收件人或者代收人当面验收”。

从情理上分析，对于备注“送货上门”的快递，如果快递员打电话给顾客，对方明确

要求不送货上门，那么可以酌情免责。但是，相关电话录音中快递员给老人打电话只是核对了门牌号，并没有说这个快递是要送货上门的，也没有告诉老人这个快递很重，只是告诉老人快递到了，他在什么位置。这多少有些暗示老人下楼自取的意味。老人听说快递到了，表示“马上下来”也是正常的反应，其自愿取快递的行为不应该理解为变更到达地的有效意思表示。

退一步讲，当看到一个颤颤巍巍的老人拿那么重东西，即便不是要求送货上门，快递员难道不应该主动搭把手吗？

客观而言，这桩事件的责任有两个方面：一是不送货上门；二是老人猝死。这其中，老



鹅毛飘飘，别给玩“双标”者留有底气与空间

龚先生



近日，“加拿大鹅中国大陆门店不得退货”的消息冲上新闻热搜。中消协回应称，尊重消费者权利、保障消费者权益是经营者的应尽义务，任何企业、任何品牌都没有例外特权。

在国家法律面前，不容任何企业的任性与傲慢；在公平的市场准则面前，任何企业都应恪守诚信的底线；在消费者合法权益面前，任何企业都不能“抖机灵”、“搞‘双标’”。

中国市场和消费者不会给某些企业“玩双标”留下空间。学习和敬畏中国法律、尊重中国消费者，是相关企业最该补的必修课。

网友跟帖——

@尼尔：玩“双标”只会搬起石头砸自己的脚。

@麋鹿：消费者“用脚投票”应该具有更强的震慑力。



阅读全文请扫码

“工人日报e网评”

涉未成年人隐私视频流出，平台难辞其咎

冯海宁

据12月5日央视报道，近期，一些短视频平台上出现了不少涉及未成年人隐私信息的短视频。记者在某APP发现，该平台推荐的一些短视频，其拍摄者都是未成年人本人，镜头对准隐私部位，大量用户的留言、弹幕带有强烈的性暗示色彩。

事实上，涉及未成年人隐私的短视频，本不该出现在网络平台上。今年6月1日实施的修订后的《未成年人保护法》中规定“网络服务提供者发现未成年人通过网络发布私密信息的，应当及时提示，并采取必要的保护措施”，也明确了相关部门加强对未成年人网络保护工作的监督检查等责任。

遗憾的是，部分家庭、学校对未成年人缺乏相关教育和引导，一些短视频平台也未尽到保护未成年人的义务，致使部分未成年人不懂保护自己，甚至公开宣扬私密敏感信息，还给了某些人性暗示的机会，这显然对未成年人的成长不利。

根据《网络信息内容生态治理规定》，平台应当履行信息内容管理主体责任，健全信息发布审核、跟帖评论审核等制度。但一些平台既放任涉及未成年人隐私的短视频发布，也纵容性暗示的留言出现在未成年人短视频中。这背后，仍然是流量作祟。一方面，吸引更多人注册账号并发布视频，能为平台增加日活量和流量变现的机会。另一方面，涉及未成年人的短视频可能会吸引某些猎奇和有特殊喜好的人群。

无论是保护未成年人的相关法律规定，还是规范网络安全管理、信息内容的相关制度，在一些短视频平台均没有得到有效落实，这既损害了未成年人的权益，也伤害了法律的公信力。希望有关部门能够重视相关线索和举报，对相关平台进行全面调查，对其触犯法律“红线”的行为零容忍。

相关统计显示，我国目前短视频用户规模达8.8亿人，近七成未成年人使用过短视频。如此现实语境下，防范涉及未成年人隐私信息的短视频流出和传播，不仅是各短视频平台需要弥补的短板，也是教育、监管部门等亟须解决的问题。

G 媒体声音

◇互联网营销师职业技能标准的导向意义

近日，互联网营销师国家职业技能标准发布。根据定义，互联网营销师是在数字化信息平台上，运用网络的交互性与传播公信力，对企业产品进行营销推广的人员。

《北京青年报》评论说，直播带货中的种种乱象，一定程度上与整个行业国家职业技能标准的缺失密切相关。作为新兴职业，互联网营销师需要国家职业技能标准的有效约束，否则，难免让整个行业步入野蛮生长的恶性循环中。出台互联网营销师国家职业技能标准，是规范直播带货、促进整个行业从业人员“素能”提升的必然抉择。

◇新冠变异病毒再现，人类不可懈怠

多国近日报告了一种新型变异新冠病毒B.1.1.529，该毒株不同寻常的变异已引发全球关注。目前，世卫组织已将其列为“需要关注”的变异株，并命名为Omicron（奥密克戎）。

澎湃新闻评论说，“外防输入、内防反弹”的总策略和“动态清零”的防疫目标必须坚持下去，做到及早发现、快速处置、精准管控、有效救治，确保疫情不出现规模性输入和反弹。病毒正在用它的“狡猾”考验人类的耐心和毅力，我们切不可有丝毫的麻痹、懈怠、侥幸心理。抗疫的道路艰难而漫长，唯有全世界携手起来，我们才能迎来曙光。

◇保险不是逃债避风港

近日，上海高院与多家保险公司发布《关于建立被执行人人身保险产品财产利益协助执行机制的会议纪要》，明确了人身保险属于可强制执行责任资产。

《经济日报》评论说，保险是保障居民财产和财富管理的重要手段，但绝不是逃避个人债务的“避风港”。保险营销员应避免虚假宣传，切忌大幅渲染保险的所谓“避债功能”及利用保险转移资产的“特殊功效”。对于债权人而言，要密切关注“老赖”购买保险合同是否指定受益人。当发生债务纠纷时，债权人可查找“老赖”是否拥有人身保险保单并寻找其恶意避债的证据，力争挽回损失。

(弓长整理)