

整治职称评审不实信息,护航劳动者职业成长

本报评论员 郭振纲

条件,不看前置职称,全日制本科毕业满十年可直接认定副高职称,不需要中级职称。人社部门回应称,这一消息为不实信息。专家指出,职称评审谣言盛行大多由于信息不对称,建议增强职称评审工作的公开度和透明度,同时进一步优化职称评审要求和流程,强化技术技能贡献,突出工作业绩。

一段时间以来,网上不时出现提供职称评审或职业资格评定代办服务“绿色通道”、承诺“花钱免试”“代评包过”之类的消息,令一些不明真相、想要“走捷径”的人上当受骗。这种现象屡禁不止,不但扰乱了正常的职称评审、职业资格认定秩序,而且也给深化人才制度改革带来了负面影响。

职称是专业技术人员的专业技术、学识水平和工作能力的等级称号,是专业技术人员学术、技术水平的标志。职业资格是对从事某一职业所必备的学识、技术和能力的基本要求。职称和职业资格是劳动者具有从事某一职业所必备的学识和技能的证明,同时也是自身专业素质被社会广泛接受、认可的标志。职称评审和职业资格评定有着严格、

规范的制度,只有符合相应的条件,按照规定的程序进行评审、评定且通过者才能获得相应的职称或职业资格。“花钱免试”“代评包过”之类显然与此不符,背离了建立职称、职业资格制度的初衷。

职称、职业资格的评审、评定与劳动者的利益密切相关,个别不法机构在职称评审、职业资格评定领域全流程造假,甚至形成一条完整的黑色产业链,一些人抱持“宁信其有”的心理,成为了被骗对象、付出了高昂代价、丧失了宝贵机会,这背后的原因和危害不可小觑。

一方面,随着我国职称评审、职业资格评定改革的深入,评审评定的条件和程序不断优化,但一些评审、评定机构存在程序不透明、标准不公开等问题,参评者对相关政策缺乏足够了解,这给一些不法机构提供了行骗机会;另一方面,一些不法机构不断换“马甲”行骗,个别地方还存在评审、评定机构与第三方机构合作的现象,这给一些不法机构的行骗行为披上了看似合法的“外衣”。

事实上,针对职称评审、职业资格评定过

程中的乱象,有关部门开展过相关整治行动,也取得了一定成效,但类似不法行为禁而难绝,这提示我们仍有一些方面需进一步做实做细。比如,加大职称评审、职业资格评定相关制度的宣传,增强其公开度和透明度,让参评者充分知晓相关条件和程序,避免由于信息不对称、对特殊政策理解不准确而导致上当受骗;进一步提升技术技能贡献和工作业绩在职称评审、职业资格评定中的占比,让一些受限于“硬杠杠”而被迫“走捷径”者能通过正常程序参评;强化监管力度,严厉打击代办机构虚假宣传和打“擦边球”等行为,斩断代办链条中的不当利益输送,从源头上遏制违法违规行为发生。

党的二十届三中全会提出,强化人才激励机制,建设一流产业技术工人队伍。职称、职业资格是劳动者职业成长的刻度,在提升劳动者个体收入待遇、调整职业发展方向过程中扮演着关键角色,发挥着重要作用。期待相关方面继续努力,堵漏洞、强监管,坚决遏制“代评”“包过”之类的骗局,让假消息、真骗局无处遁形,让好政策真正惠及劳动者。

现场·我在我思

陈华

人们常说,当一个员工决定离职时,最常见的两种情景是要么被企业极力挽留,要么“撕破脸”决裂。因此,当听说有一家企业在员工离职时会请其吃“离职饭”时,我顿觉十分好奇。

不久前,我采访报道了安徽省淮南市寿县的一家名叫聚红盛的餐饮企业,其创建历史可以追溯到150年前。据史料记载,1875年,清咸丰状元、光绪帝师、京师大学堂(北京大学)创始人孙家鼐家族于寿州城东大街创办了该酒馆,取名“聚红盛”意在“聚天下客、红百年业、盛寿州情”。现在的寿县老百姓,家中但凡有重大活动往往都以去聚红盛为“最有面子”,创办者的美好愿景已经变成实景和盛景。

与百年老店的繁行流长形成鲜明对比的是,平均生存周期不超过18个月早已成为餐饮界略带自嘲意味的一个流行说法。诸如聚红盛这样的百年老店为何能避开这个残酷的生存周期?

解剖这只“麻雀”,我们或许可以略知一二。聚红盛第六代传承人邱道阳告诉我:“老字号要发展,传承与传人很重要。”传承的内容包括尊重职工、尊重手艺、尊重劳动的管理理念,于是便有了上述员工离职时会有一顿“离职饭”的美谈。对待员工如此,那么对待消费者又如何?这可以从邱道阳最常做的事情中寻找答案。他平常最喜欢去当地村民的田间地头收购食材,在饭店与厨师、服务员或顾客聊如何提高服务质量。简言之,在复杂多样的餐饮“生态圈”里,主打一个质量上乘。

这让我想起同样创办于1875年的安徽另一家百年老店谢裕大。1875年,一代徽商谢正安在漕溪创制黄山毛峰,声名鹊起;后进军上海,创建谢裕大茶行。历经百余年发展,如今的谢裕大仍然将张之洞当年的赞誉“诚招天下客”的“诚”字视为圭臬,不敢有丝毫怠慢。

从诸多“老字号”企业的共性看,不难发现,对内呵护员工、对外以诚信赢天下是其共同的生存之道,也是昌盛百年的“秘密”。比如大家耳熟能详的北京同仁堂楹联:“炮制虽繁必不敢省人工;品味虽贵必不敢减物力”。

历经百年风风雨雨的企业,经历过的坎坷和磨砺或许都已湮没在历史尘烟中,但生意依然兴隆的现状告诉人们:百年老店的生意理念,从来就没有“挣快钱”的说法,“文火匠心”才是“永不磨灭的番号”。

专业研究长寿企业的日本学者后藤俊夫曾说,企业做百年规划,最重要的是想明白“为何而生”,争取社会的肯定和认可。肯定和认可从何而来?我曾问邱道阳:有没有想过借助互联网红利让企业做大?他的回答是“不排斥”但“不盲从”。“不排斥”,是因为餐饮文化是一个包容的文化,理应接受当下互联网背景下流行的消费方式。“不盲从”,是作为服务业的餐饮业要“万变不离其宗”,必须坚守餐饮的本色,更关键的还是要取得社会的信任。

确实,百年老字号的招牌可以是助力企业发展壮大的先天红利,但这绝不是坐享其成、一劳永逸的靠山。在如今的互联网文化里,一个打上“网红”招牌的小店,或许轻轻松松就能赚得一波又一波慕名而来的流量,而一家经营多年的老店也有可能正在经受房租与物价、人工等多重费用叠加上涨的重压。一时的繁荣也好,短暂的低谷也要,放眼长远,铸就百年基业,以服务赢民心,以品质求发展,才能把一时的流量变成永久的留量。这一点,我们需要向百年老店学习的东西还有很多。

从食材品质,到员工关怀,再到百十年如一日打磨口碑,一家百年企业做对了什么、坚持着什么,都值得我们深深回味。在培育企业家精神、促进民营企业发展的当下,有着礼义诚信、厚德载物、以义制利等传统价值观的百年老企业越发熠熠生辉,这尤为值得学习。

200元牛奶卖6000元,老年人消费陷阱如何破?

吴睿鹤

电商平台上仅售200元一箱的牛奶,被四川绵阳一门店以6000元一箱的价格推荐给老年人——据4月7日大象新闻报道,近日,该门店通过讲座骗老年人购买高价产品、涉嫌虚假宣传被市民举报。目前,当地市场监管局执法人员已对部分讲座内容进行录音取证,初步认定该公司涉嫌虚假宣传,根据现场检查情况,决定对其立案调查。

店内老人全神贯注地听着所谓的“健康讲座”,他们双手紧紧攥着的不只是辛苦积攒的积蓄,更是对健康晚年生活的深切渴望。在多番话术诱骗中,电商平台上200元一箱的牛初乳粉被包装成了售价6000元、具备“神奇功效”的商品……

伪科学话术之所以能轻易蛊惑人心,一个重要原因在于老年人缺乏获取权威健康知识的有效途径。当前,子女们往往忽略了教会父母使用网络、查询信息,给相关乱象带来了机会。那些被“免费早餐”“健康讲座”吸引而来的老人,何尝不是在子女陪伴缺失下,被别有用心的人员钻了情感空子呢?

令人担忧的是,这类针对老年人的“消费陷阱”已发展成产业链。从精心营造“健康讲座”场景,到设计极具迷惑性的“亲情营销”话术,从编造各种科技概念误导消费者,到采用拖延退款的手段逃避责任等,环环相扣。我们必须反思,仅依靠执法部门打击,无法彻底铲除这颗危害社会的“毒瘤”,打破这一困局,需要构建一个多方协同合作的防护体系。

比如,子女给予父母更多日常关怀,无疑是最温暖且有效的一道“防火墙”。社区开展的嵌入式养老服务,则可以成为传播科学知识的重要阵地,压缩套路营销的机会。更关键的是,整个社会都应凝聚更大的共识,在数字时代全方位呵护老年人的消费权益,积极回应其精神诉求以及融入网络社会的期盼。

在老龄化程度日益加深的当下,如何让老年人更有尊严地度过晚年、畅享“银发经济”红利,已然成为衡量社会文明程度的重要标准之一。当我们谴责无良商家的恶劣行径时,还应该从关怀老年人、完善价格监管、线上线下消费环境协同治理等多方面做好加法,合力破除针对“银发族”的套路和陷阱。

免密支付绝不能“免”掉消费安全

许华凌

今年3月初,多名网友发文称,手机开通免密支付后遭盗刷,这些网友的微信或支付宝无故出现多笔扣费,金额从几千元到一万余元不等。账单显示,被转出的钱款大多通过手机账户充值进了游戏里。(见4月6日《中国新闻周刊》)

免密支付作为一种无须输入密码即可完成交易的支付方式,成为移动支付时代消费者的普遍选择。然而,这一便捷功能却隐藏着不小风险。近期,中国消费者协会多次发出警示,网络购物谨慎使用免密支付功能,避免因账户权限过度开放引发资金损失。

免密支付的风险之所以久治难愈,主要原因在于,一是多数使用者警惕性不高,随意授权;二是支付链条出现严重的风控真空,责任边界混乱不清,导致盗刷交易有机可乘,各平台互相“踢皮球”。治理免密支付乱象,各方要共同努力、联手推进。既要警示消费者“避坑”,又要积极主动“填坑”,守护好消费者的“钱袋子”。具体而言,平台、商家应严格遵守相关法律法规,给予消费者更清晰明确的支付方式选择权,以醒目的方式告知消费者免密支付的开通条件、风险隐患及取消方式,同时优化取消流程,确保消费者能够轻松关闭该功能。支付机构和银行需要加强风控措施,特别是对异常时段、异常金额和异常频次的交易进行重点监控。监管部门要利用先进的科技手段确保用户在使用过程中的安全,确保监管有效落实。广大消费者要提高消费安全意识,受到不法侵害时要勇于和善于维权。

免密支付本身不是坏事,它是在密码支付基础上发展出的一种适应移动支付时代快速支付的便民方式。在公共交通、便利店购物、共享单车等小额高频支付场景中,免密支付节省了不少时间和操作步骤,不仅方便了消费者购物,还有利于促进消费。因而,对于免密支付这把双刃剑,我们既要用好,更要管好,让其为促进互联网经济发展和优化消费环境释放更多正向价值。

免密支付不能“免”掉安全,移动支付的便捷性必须建立在安全的前提下。这既是一种常识认知,也是相关法律法规的要求。有关各方要通力协作,采取有效措施进行规制,让这一便民技术更好服务于广大消费者和经济社会高质量发展。



图说

“养生”

据央视新闻报道,最近,“中药植物泡脚包”等产品在网上热销,并被宣称有排湿驱寒、助眠暖宫等功效,甚至可帮助减肥、备孕。上海市消保委在各大平台购买了60款产品并委托专业机构鉴别,结果显示仅有两款品质不错,其余都存在问

题。中草药混合在一起本就难以逐一辨识,商家若在成分上再做手脚,消费者显然成了冤大头。其实,对于中药泡脚包的配方是否正规、是否遵循了中药配伍原则、进行了辩证施治等,多数消费者心里也没数,仅是抱着试试看的心态购买使用。中医药是中华优秀传统文化瑰宝,相关养生产品的生产制造也有一定专业门槛,一些商家妄图通过制造健康焦虑、夸大宣传功效、以次充好等手段来分一杯羹,值得警惕。监管触角要进一步深入,让购买者真正从中医药养生中受益——这是规范中医药市场的必然要求,也是传承中医药文化的应有之义。

赵春青/图 乐群/文

管理层担任安全总监应成食品企业“标配”

童方萍

市场监管总局修订出台的《食品生产经营企业落实食品安全主体责任监督管理规定》,将于4月15日起正式实施。此次修订的主要目的是构建更完善的企业食品安全责任体系,突出强调主要负责人和食品安全管理人员的履职落实,新增食品安全总监由企业管

理层担任的规定,明确了食品安全总监在企业中的职级定位,确保更好履行职责。(见4月7日《工人日报》)

市场监管总局修订的上述文件,明确要求食品安全总监须由企业管

理层担任,并进一步强化企业主要负责人与食品安全管理人员的责任落实机制。这一变革不仅是对既有制度的优化,更释放出明确的信号:食品安全管理必须从“形式合规”转向“实质担当”。

市场监管总局修订的上述文件,明确要求食品安全总监须由企业管

理层担任,并进一步强化企业主要负责人与食品安全管理人员的责任落实机制。这一变革不仅是对既有制度的优化,更释放出明确的信号:食品安全管理必须从“形式合规”转向“实质担当”。

长期以来,部分食品企业虽设立了食品安全管理岗位,但实际履职中常面临“权责不对等”的困境。食品安全总监或安全员因职级较低,难以跨部门协调资源,导致风险管控措施流于表面。修订后的规定直击这一痛点,要求食品安全总监必须由企业管

理层担任,并进一步强化企业主要负责人与食品安全管理人员的责任落实机制。这一变革不仅是对既有制度的优化,更释放出明确的信号:食品安全管理必须从“形式合规”转向“实质担当”。

食品安全问题在生产端的根源往往在于责任链断裂。修订后的上述规定通过“抓住关键少数”,将企业主要负责人列为食品安全

为引导教育APP有序健康发展,此前,教育部、中央网信办、工信部、公安部等部门联合印发了《关于引导规范教育移动互联网应用有序健康发展的意见》。这是国家层面发布的首个全面规范教育APP的政策文件,覆盖各年龄段教育和各类教育APP。该文件强调,要坚持问题导向、标本兼治,围绕群众反映强烈的问题,从供给侧和需求侧两端进行规范。此番珠海进一步加强教育APP入校管理,构建了“双线责任制”,确立教育主管部门的监管职责与学校的实施主体责任,形成权责分明的管理架构,是对有关要求的进一步落实,也是因地

引导教育APP健康发展,功在眼前利在长远

吴学安

为规范教育移动应用在校园场景中的使用,切实保障师生及家长的合法权益,近日,广东珠海市教育局印发《关于进一步加强“教育APP”入校管理十条措施的通知》,从准入机制、数据安全、教学规范等方面构建全方位管理体系,为教育数字化转型筑牢安全屏障。(见4月8日《珠海特区报》)

教育APP是一种新的教育资源、教育方式,其运用和普及,对于推动教育理念变革,创新教学与学习方式,向学习者提供优质、灵活、

个性化学习服务,扩大优质教育资源的覆盖面,促进教育公平等都具有积极意义。

然而,近年来,教育APP有野蛮生长的趋势,带来诸如隐私泄露、强制收费、内容风险、商业进校等许多乱象和问题。一些地方的监管理念、方式还没有跟上移动互联网和教育现代化技术的发展,比如动辄出现“一刀切”要求,或者在推进落实中出现形式主义等,这显然不符合推进“互联网+教育”的要求。同时,一些不适合教育教学的“事项”被搬到了教育类APP上,给师生家长带来不少困扰,也为行业的健康发展埋下隐患。