

从“组织覆盖”到“人心凝聚”,乐见基层工会有为善为

本报评论员 康勃

工会工作注入澎湃新动能,给人深刻启示。

当城市楼宇如春笋拔节、新就业形态劳动者奔涌如潮,如何能让新建工会组织真正成为青年职工“心头好”的温暖家园?

首先,是“建”在青年聚集处,破解“城市丛林”的组织覆盖难题。兰州中海广场工会联合会敏锐抓住楼宇商圈这一青年就业“新高地”,以灵活方式“织网扎根”。从最初3家“中海系”企业,到短短半年吸纳同商圈、上下游、产业链58户企业近1100名会员,其成功的关键在于,打破了行业、企业、单位间的壁垒,以开放姿态拥抱“楼宇生态”。大力推广职工之家APP扫码入会,用指尖联通的便捷,让外卖骑手等新就业群体和青年职工畅行无阻地“入会进家”。工会组织的根系深深扎进新业态的土壤,主动适应青年就业分散化、流动性的特点,将“组织覆盖”转化为实实在在的“人心凝聚”。

其次,是“链”在需求关键点,探索“服务即链接,福利即平台”的新模式。当代青年职工想什么、需要什么,工会就研究什么、服务便指向哪里。上述报道中新建工会组织的吸引力,正源于其以青年思维精准洞察并对接青年需求——青年渴望“松弛感”,便精心设

计“推暖空间”“心愈空间”,让心理咨询师驻场、开发小程序线上倾听职工心声;青年期盼“健身自由”,于是健身器械设计为24小时智能开放;青年喜欢“头脑风暴”,共享书咖、智慧书角、拼单会议室等应运而生……“HI工会”周二会员日,更是通过一张张小小的福利券,巧妙链接商户与职工,撬动消费活力十倍增长,使工会服务与城市楼宇的商圈经济共生共荣,将工会阵地转化为资源融通的枢纽。这种“触手可及”的服务矩阵,让青年职工有了更多获得感,对“进家入会”也有了更多认同感。

再有,是“热”在活力迸发时,激发青年从服务对象变为建会主角,点燃“共同成长”的奋斗引擎。真正的“热起来”,在于激活内生动力,引领青年与企业、城市同频成长。兰州市总工会整合市级产业和县区、街道、社区的四级工会资源力量,指导基层工会联合会在做好基础服务的基础上,鼓励青年职工创意筹划楼宇文化节,以运动联赛、艺术工坊、公益集市营造“潮嗨”氛围;量身定制职业技能竞赛,为外卖骑手、商户员工等搭建风采展示舞台。无论是通过“楼宇运动会”“创业故事汇”等促进不同企业间的协

作,还是推行“需求—资源—服务”闭环机制实现“千人千面”精准服务,其内核都是将服务个体与赋能群体深度结合,将情感共鸣转化为奋斗共识。

当工会为青年搭建起施展才华、实现价值的舞台,“家”的温暖自然能够凝聚起更多力量。随着基层工会组织建设的不断加强,各地工会应积极创新开拓,在楼宇、商圈、园区等青年聚集地,指导建设有弹性、有黏性、有韧性的“工会联合会”等;在服务供给上要“更精准”,以“青年语言”设计“解渴服务”,真正做到青年职工“需要什么”,工会就高效“提供什么”;在资源整合上要“更智慧”,借助市场力量和社会资源,将工会服务嵌入城市经济血脉,实现多方共赢;在丰富多彩的活动中进一步涵养职业精神、爱国情怀,激发奋斗精神,让青年在“被看见”“被尊重”“被成就”中坚定人生信念,努力担当作为。

用青春视角审视问题,以创新思维破解难题,把服务做到青年心坎上,让每一个奋斗足迹都有工会守护,让每一份青春梦想都能绽放光华。如此,工会组织必能在时代浪潮中凝聚起亿万青年职工干事创业的热情,谱写基层工会实践的新篇章!



电影票到底能不能退? 正当权益不该只靠“较真”



龚先生

近日,有媒体实测发现:即使标注着“不支持退票、不支持改签”的电影票,通过向客服申诉、拨打影院和平台电话等渠道后,也都能100%退款。

电影票退改本是消费者应有的权益。维权成本高、缺乏明确行业共识、监管力度和约束力不强,平台和影院缺乏主动整改、修改规则的动力等诸多因素,让电影票退改难成为行业顽疾。

电影是创作者与观众的一场双向奔赴,而院线是抵达观众最近的一步。行业想要健康长远发展,理应珍惜消费者宝贵的观影热情,而不是去卡着一张票消耗观众的耐心和信心。



网友跟帖——

@财道:下次买票心里有了底了。

@生卷:但愿手续简单,不想

阅读全文请扫码

当“维权斗士”。

“工人日报e网评”

治理旅拍乱象需打好“组合拳”

王志顺

据7月31日《半月谈》微信公众号报道,近年来,旅拍产业如雨后春笋般在全国景区蓬勃生长。这种新的文旅业态,为游客提供了全新的游玩体验,也逐渐成为文旅经济的新支点。但随着从业者越来越多,强行拉客、霸占网红机位等乱象也逐渐显现,让游客选择旅拍时既期待又担忧,影响着不少人对一座城的印象和体验。

平台摄影师长期“占领”观景台、“9.9元低价引流、选片时漫天要价”……一段时间以来,部分旅拍从业者将本应全民共享的旅游公共资源异化为私人牟利工具,种种乱象损害了消费者权益,也一定程度上暴露出监管漏洞。

规范旅拍行业,需要超越简单的“堵”与“禁”。在制度设计层面,可借鉴餐饮行业“明厨亮灶”的透明化理念,要求旅拍经营者公示服务项目明细、价格构成公式和纠纷处理流程,以信息对称遏制消费欺诈。对强买强卖、虚假宣传等违法行为,监管部门应建立“线上巡查+线下抽查”的监督机制,探索设立旅拍服务“黑名单”制度。此外,更重要的是加强行业自律,支持成立旅拍行业协会,由头部企业牵头制定涵盖服装卫生、拍摄伦理、后期标准等全流程的团体标准。

针对景区空间的使用冲突,可创新采用“动态配额”管理系统,结合游客流量大数据实施错峰预约制。在这方面,杭州西湖景区创新推出“黄金一小时”管理方案,在早间开放核心景点供专业拍摄,既保障了普通游客权益,又满足了商拍需求,这种“时空划界”的智慧值得点赞,也值得更多景点借鉴。

站在文旅融合发展的时代坐标上,旅拍产业正经历从野蛮生长到高质量发展的关键转型期,那些依赖套路营销的投机者注定被淘汰,而专注文化内涵、提升服务品质的经营者必将走得更远。推动旅拍行业良性发展,需要监管部门坚决整治乱象,同时为创新留出试错空间;也需要各方协同发力,在实践中寻找游客体验、商业利益与公共价值的最大公约数。

媒体声音

◇杜绝“微浪费”是件大事

“开短会不上矿泉水,会场未饮完的矿泉水一律带走”“建立办公用笔登记制度”……近期,多地党政机关出台反对“微浪费”相关规定,引发舆论关注。

《北京日报》评论说,党政机关中习焉不察的“微浪费”有不少,如下班灯不灭、夏季空调温度过低等,其中可能潜藏一些不良思想病胚,如反正用公家资源,大手大脚也不心疼。作风口子往往从小处撕开并越裂越大,任“微浪费”愈演愈烈,后续便可能是奢靡之风。如今生活条件好了,但中国多项人均资源占有量仍处于世界较低水平,党政机关勤俭节约,进而在全社会树立“节约光荣、浪费可耻”的价值导向,善莫大焉。

◇从有到优,营造更加友好的无障碍环境

前不久,视障博主、武汉理工大学博士生黄莺以第一视角拍摄视频,记录了自己使用长沙公交导乘系统的经历。流畅丝滑的体验,令她忍不住感叹“真的方便”了。

《光明日报》评论说,在“湘行一卡通”APP上,视障乘客可用读屏软件预约计划乘坐的车辆并收听运行动态,被预约车辆的外置喇叭会在进站时单独播放提示语音……透过黄莺的镜头,我们见证了一座城市的文明 waters,她的好评则是对城市无障碍环境建设的最大肯定。推进无障碍环境的完善需要社会各方长期探索,那些被镜头记录下的特殊经历提醒着我们:构建一个包容、平等、友爱的社会,我们可以做的还有很多。

◇有监护权,就可以随意监控孩子吗

“写作业时总觉得背后有眼睛,让我如坐针毡”——暑假期间,一些双职工家庭为随时掌握家中情况购入了监控摄像头,不少孩子感到隐私边界受到冒犯。

《广州日报》评论说,父母装监控主要是基于对孩子安全的担忧和自控力不足的焦虑,可孩子虽年纪小,却仍然享有隐私权和监督权,令她忍不住感叹“真的方便”了。《光明日报》评论说,在“湘行一卡通”APP上,视障乘客可用读屏软件预约计划乘坐的车辆并收听运行动态,被预约车辆的外置喇叭会在进站时单独播放提示语音……透过黄莺的镜头,我们见证了一座城市的文明 waters,她的好评则是对城市无障碍环境建设的最大肯定。推进无障碍环境的完善需要社会各方长期探索,那些被镜头记录下的特殊经历提醒着我们:构建一个包容、平等、友爱的社会,我们可以做的还有很多。

“自愿放弃”不是拒缴社保的“挡箭牌”

童方萍

据《工人日报》报道,8月1日,最高人民法院发布《最高人民法院关于审理劳动争议案件适用法律问题的解释(二)》,对社会广泛关注的热点争议问题,统一法律适用标准,推动构建和谐劳动关系,将自2025年9月1日起施行。其中明确,劳动者以用人单位未依法缴纳社会保险费为由解除劳动合同,要求用人单位支付经济补偿的,人民法院依法予以支持。

当天发布的一起典型案例中,朱某于2022年7月入职某保安公司,双方约定公司不为朱某缴纳社会保险费,而是将相关费用以补助形式直接发放。朱某认为公司此举剥夺其法定权利,以此为由解除劳动合同。法院审理认为,双方有关不缴纳社会保险费的约定无效,判决该保安公司支付朱某解除劳动合同的经济补偿。这一案例的发布给用人单位敲响警钟:社保权益绝非可“协商”的筹码,也不是“可交易”的私人契约,侵犯劳动者权益的企业终将付出代价。

根据劳动法及社会保险法的相关规定,用人单位和劳动者必须依法参加社会保险,缴纳社保费。这一义务具有强制性,旨在构建覆盖全民的社会保障体系,为劳动者的养老、医疗、工伤等基本权益兜底。

但现实中,“协商放弃社保”的现象仍屡见不鲜。部分用人单位为降低用工成本,诱导劳动者签订“自愿放弃”的声明;一些劳动者为获取眼前更高的工资,亦可能向用人单位妥协。这种看似“双赢”的做法,实则对双方都暗含风险。一方面,用人单位未缴社保的行为构成违法,最终不仅须补缴社保,还须支付赔偿金,可谓“因小失大”。另一方面,劳动者放弃社保后,一旦遇到工伤、失业等情况,将陷入保障“真空”。

构建社保权益的“保障网”,需各方协同发力。司法机关应持续通过典型案例明确法律适用标准,为审判实践提供指引。劳动监察部门需强化对企业的监督,畅通劳动者投诉渠道,同时加大普法力度,使劳动者知晓自身权利,不被一时的利益所迷惑。企业也应意识到,合规用工才是长远发展的基石,真心相待才能换来劳动者的“双向奔赴”。



李法明/图 嘉湖/文

为“小哥”健康保驾护航,“骑手门诊”值得推广

何勇海

据8月1日《工人日报》报道,为让外卖、快递骑手“好看病、看好病”,7月28日,武汉市第四医院(湖北省运动医学中心)正式开设“骑手门诊”。据介绍,该门诊最大特色在于免费、快速、专业。在“骑手门诊”,只要身着外卖、快递平台工服或出示手机接单软件,骑手通过医院官微点击“骑手门诊”菜单,即可免除挂号费,同时,该院提供从分诊、检查到治疗的一站式绿色通道,节约骑手就诊时间。

外卖、快递骑手是我们“最熟悉的陌生人”,他们奋力穿梭、奔跑,便利了人们的生活,自己的“飞驰人生”却充满忙碌、劳累、艰辛和挑战。当下,很多城市都在建设骑手友好社区,包括设置供骑手短暂休息的独立区域,并配备饮用水、防暑降温用品;划定专属停车区,解决停车难问题;配备充电设施,缓

解电动车续航焦虑……而武汉市第四医院开设“骑手门诊”,则是从保障骑手健康角度提供了关怀,将“骑手友好”又向前推进了一步。

很多时候,骑手群体就医确实面临一些问题。其一,就医流程较为复杂,在收入与跑单量、快递量成正比的情况下,不少骑手即使身体抱恙也能忍则忍、带病工作,很容易把小毛病拖成大问题。其二,骑手等新就业形态劳动者的流动性高,工作时间碎片化、社会保障不足,不少人员尚未被纳入传统职业健康保障体系,“看病贵”也是个问题。

有了像武汉市第四医院这样的“骑手门诊”,骑手至少可以享受免除挂号费,哪怕一次免除的挂号费仅有十几元,换算成骑手的工作量,可能就是好几单配送业务。更重要的是,在“骑手门诊”,骑手可以实现“随到随看、快诊快走”,最大程度地节约时间、降低看病对配送任务的影响。

据报道,开设“骑手门诊”只是起点,未来

武汉市第四医院计划联合平台企业建立“骑行健康档案”,开发损伤预警系统,分析健康风险,将健康干预关口由治病前移至防病,这显然更有必要。绝大多数外卖、快递骑手正值壮年,对自身健康不够上心,且在薪酬制度激励下,频频在“多拉快跑”中“挑战极限”。建立“骑行健康档案”,有助于提示骑手不做“工作狂”,更好地平衡生活与工作。

“骑手门诊”温暖了城市奔跑者,提升了他们的职业获得感、幸福感、归属感。其实,不只是武汉,为骑手健康保驾护航,不少城市已经开始行动。例如,山东泰安宁阳县中医院在今年4月挂牌“骑手医院”,为全县骑手及其直系亲属提供专属就医优惠。我们期待着,这些暖心做法能在更多地方落地,让骑手群体更有“医靠”;我们也乐见相关举措覆盖至网约车司机、货车司机等更多新就业形态劳动者群体,为他们的健康再添一重保障。

可“按号索骥”,对违规行为及时进行规制和打击。

此次举措被纳入“信息通信暖心服务十件实事”,但暖心不能停留在统一号码,还需向更深层次延伸。用户能否自主选择屏蔽营销外呼,第三方代理违规时运营商该承担哪些连带责任,录音复查发现问题后能否快速为用户解决,这些问题的答案,决定着服务改进的成色。

通信服务连着千家万户,每一个号码的背后,都是群众对美好生活的具体期待。应该看到,用户反感的不是合理营销,而是隐瞒条款的忽悠、拒接后仍反复拨打的骚扰、出问题后无人理会的冷漠。只有推动外呼营销从模糊变清晰、从骚扰变可移步至、从推诿变负责,用户感受到的,才是真正的心暖。

说到底,号码是形式,透明是核心,责任是根本。希望运营商以此为起点,构建全链条防护网,让每一次外呼都守规矩、每一链条服务都有温度、每一个承诺都能兑现,推动行业在规范中赢得信任,在透明中实现长远发展。

统一外呼号码给通信服务装上“透明阀”

的是,一旦发生纠纷,运营商与代理商经常相互推诿,用户维权常陷入“找不到门、认不清人”的困境。

上述乱象的根源,在于外呼号码缺乏统一标识,消费者难辨真伪。此次三大运营商统一官方外呼号码,第三方渠道另设标识,用户一看号码便知来源,从而决定接不接、信不信、“飞地人生”却充满忙碌、劳累、艰辛和挑战。当下,很多城市都在建设骑手友好社区,包括设置供骑手短暂休息的独立区域,并配备饮用水、防暑降温用品;划定专属停车区,解决停车难问题;配备充电设施,缓

有业内人士认为,统一外呼号码“多此一举”,只要能完成业绩,用什么号码无所

孔德淇

“您需要升级套餐吗?”这句高频问话背后,藏着用户的普遍困惑:来电者是运营商官方还是第三方代理?是正常营销还是诈骗陷阱?据《北京晚报》报道,8月1日,三家基础电信企业集体发布规范电话营销举措,统一外呼营销号码,解决用户反映突出的通信业务电话营销虚假宣传、诱导消费等问题。

电话营销是便捷服务的延伸,却因号码混乱渐成民生痛点。第三方代理以官方名义推销,诈骗分子伪造运营商号码行骗,用户稍不留意就可能落入圈套。更让人无奈