

# 解除劳动关系不能任性而为

本报评论员 卢越

都是因用人单位“口头解雇”引发纠纷,两起案例的判决结果却不同。法院阐明,员工廖某所经历的“口头解雇”并没有实质性的解雇行为。而王某案中,单位关闭其工作系统权限,使其无法正常工作,此时“口头解雇”便成为解除劳动关系的实际行为,劳动者的合法权益受到侵害。

通过这样的案例,法院对用人单位的劳动用工画红线、明底线,表明对依法使用用工自主权的支持,对侵害劳动者权益、违法解雇行为坚决说“不”。案例也提醒劳动者应理性维权,依法履行劳动法律规定的义务。

用人单位依法享有自主用工的权利,但前提是遵守法律法规的规定。解除劳动合同在用人单位的处罚体系中是较为严重的措施,它直接影响员工的就业权和经济利益,因此我国劳动合同法对其规定了严格的限制条件。比如,不能随意解雇孕产期、患职业病等特殊劳动者,如果因劳动者不能胜任工作而将其解雇,须证明对其进行了培训或调岗仍不能胜任;在程序限制上,须履行通知工会并听取意见等法定程序,等等。

然而,实践中有的用人单位错误地把用工自主权理解成“随意决定权”“绝对话语权”,类似上述案例“一言不合”就“口头解雇”的现象并不少见。有的企业管理者一句“你被辞退了”,就任性启动“开人”程序;有的在微信工作群里发一句“明天不用来了”,便将员工“踢”出群聊,视为解雇。这样的行为严重违反劳动合同法,是对劳动者合法权益的漠视和侵犯,同时也存在法律风险,在缺乏正当理由和法定程序的情况下,单纯的口头、微信通知并不具备法律效力,用人单位可能构成违法解除,将依法承担相应赔偿责任。

值得警惕的是,一些用人单位任性解除劳动合同玩起新花样、新套路,违法行为更具隐蔽性、迷惑性。有的单位口头“开人”并不明说,而是用“回去休息”“先暂停工作”等模糊表述;有的用人单位玩起各种“劝退”,“变着法儿让你走”,比如,突然关闭员工工作沟通渠道,考勤权限,不合理调岗,或者采取增加工作难度、孤立等方式,逼迫员工“主动”离职。这样的行为实为变相裁员,打的是规避支付经济补偿金的算盘。而对劳动者来说,则容易产生困惑和误解,陷入“旷工”的不利情况,给维权带来障碍。

“口头解雇”也好,变相裁员也罢,都是用人单位滥用用工自主权的体现。究其原因,是一些用人单位缺乏法治观念和对劳动者合法权益的尊重。有的用人单位内部规章制度本身不完善甚至不合规,在调岗、解雇等事项上把法律规定、法定程序当摆设。有的用人单位利用一些劳动者不懂法、不识套路,或者敢怒不敢言的心态,在违法边缘侥幸试探。从司法实践来看,法院在审理此类案件中,释放出坚决维护劳动者合法权益的鲜明态度,违反法律、侵害劳动者权益的行为终会得不偿失。

与此同时,劳动者要增强法律素养,遵守劳动合同法等相关规定,如遇不合理解雇,注意保留好打卡、工作沟通等相关证据,理性沟通,依法行事。

应当看到,当前一些地方存在劳动者维权成本高、用人单位违法成本低的情况。对于个别用人单位挑战劳动法律法规、滥用用工自主权的行为,相关部门要强化企业用工监管,对明知故犯、屡犯不改的行为加大处罚力度,通过“法治体检”等方式为企业合法合规用工提供指导。同时,加强普法宣传,发挥典型案例的指引作用,支持和帮助劳动者敢于维权、有效维权。

期待各方协力,切实推动劳动者权益保障网越织越密,和谐劳动关系持续发展。

## 社评

中国新闻名专栏

“口头解雇”也好,变相裁员也罢,都是用人单位滥用用工自主权的体现。究其原因,是一些用人单位缺乏法治观念和对劳动者合法权益的尊重。法院在审理此类案件中,释放出坚决维护劳动者合法权益的鲜明态度,违反法律、侵害劳动者权益的行为终会得不偿失。

据《工人日报》11月6日报道,一医院员工廖某因领导口头称要将其开除而赌气离岗,后被解雇,法院认定廖某构成旷工。另一起案例中,某公司领导口头告知员工王某“不用来了”,后关闭其工作系统权限,并解除劳动关系,被判构成违法解雇。

## 食品安全需要“科技”不需要“狠活”

李英锋

自2025年4月国务院食品安全委员会办公室等六部门在全国部署开展食品添加剂滥用问题综合治理行动以来,全国市场监管部门已查处超范围、超限量使用食品添加剂案件13180件,涉案总金额2331万元,罚没金额9038万元,其中89件移送公安机关依法追究刑事责任。(见11月7日《法治日报》)

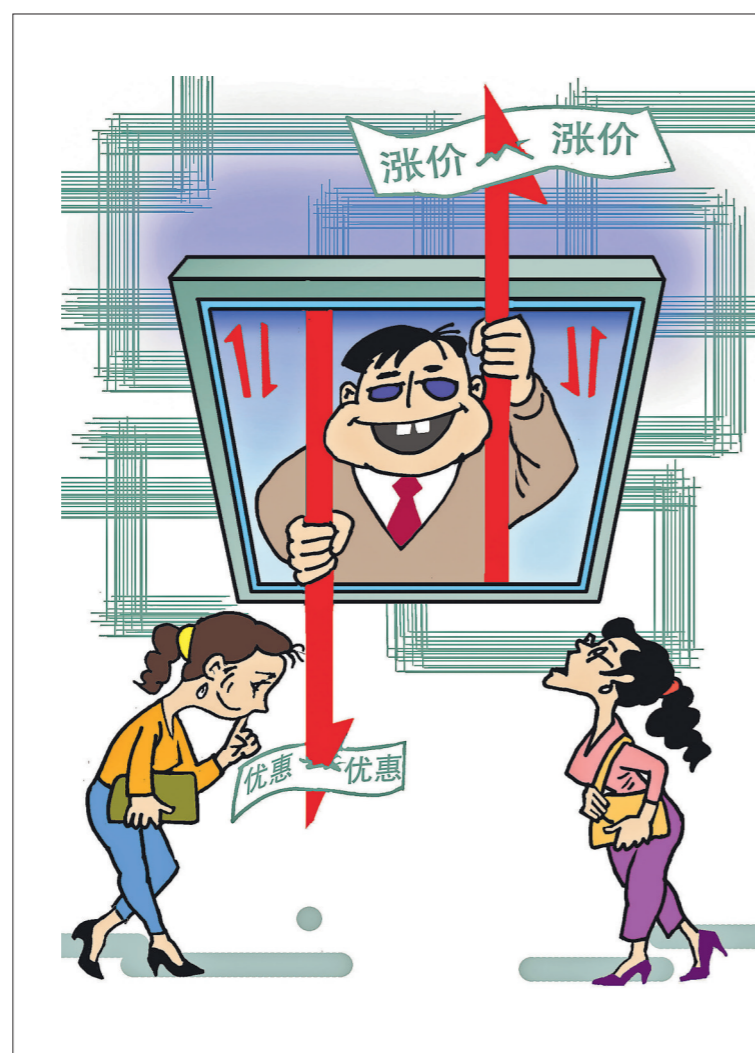
这组数据反映了对食品添加剂滥用问题的治理成效,也揭示了“两超”(超范围、超限量使用食品添加剂)乱象在部分领域仍较为突出的现实。如何在拥抱现代食品工业科技的同时,严厉打击那些损害消费者权益的“狠活”,已成为食品安全领域必须回答的考题。

食品添加剂是现代食品工业的基石。从防腐保鲜到改善食品口感、观感,食品添加剂用途广泛。可以说,合法食品添加剂没有原罪,我们反对的是滥用食品添加剂或非法添加有害物质的“狠活”。

此次综合治理战果丰硕,释放出鲜明信号。其一,体现了全链条治理思维。从农田到餐桌这种系统性联动,形成治理合力,有助于堵塞监管漏洞,防止风险转移和扩散。其二,确立了“非必要不添加”的明确导向。这既是对企业的理性引导,也回应了人们对清洁标签、健康饮食的期待。其三,展现了精准监管的智慧。无论是线上线下同步抽检,还是对宣称“零添加”等产品进行重点监测,都体现了靶向监管的思维。数据显示,饮料、乳制品等7大类食品未检出合格样品,说明很多重点领域监管已见成效。

当然,治理食品添加剂滥用问题,非一朝一夕之功。监管部门需持续保持监管高压态势,通过“你点我检”、按投诉举报线索抽检、重点时段抽检、重点领域抽检等方式遏制“狠活”。在此基础上,对食品添加剂违法行为发现一起,查处一起,曝光一起,让违法者付出必要的法律代价,释放惩戒、震慑、警示效应。还有必要不断完善食品安全标准体系,给企业的生产经营提供更清晰、更科学的标准遵循。

归根结底,“科技”与“狠活”的区别,在于其应用是否符合保障食品安全、维护消费者权益的需求,是否在法律与标准的框架之内。只有让食品添加剂的科技向善,“狠活”才会失去生存空间,进而守护好消费者“舌尖上的安全”。



## 图说

## “变脸”

据北京日报客户端报道,今年“双11”前夕,很多购物软件充斥“全年最优惠”之类的宣传,然而一些消费者发现又被“背刺”了——有的支付定金后尾款悄悄涨价,有的预售商品还不如现货便宜……

当说好的降价优惠变成了“画大饼”“逗你玩”,消费者一次次感到失望和寒心,甚至逐渐降低对“双11”的参与热情。当然,电商平台和入驻商家或许也有其苦衷,比如购物节太多,次次都靠低价让利,难免吃不消。“价格套路年年有”的表象之下,凸显的正是网购盛典期间买卖双方真实的心态和需求,也引人思考——时下,购物节变得稀松平常,它绝不该是“一锤子”买卖,而应成为通过打造过硬商品品质、开展诚信经营、简单明白让利而赢得销量和口碑的好时机。愿这一理念成为更广泛的共识,助推购物节尽快摆脱“成长的烦恼”,在引领消费热潮的同时实现多赢。

李法明/图 嵇超/文

## 影视旅游:从“场景复刻”到“情感共鸣”的跨越

王志顺

近年来,影视与旅游的融合越发紧密,成为拉动一些地方文旅消费的新引擎。多地深入挖掘影视IP潜力,通过打造主题线路、沉浸式场景和互动体验,让游客从简单的“追剧打卡”升级为“入戏体验”,为文旅产业注入新活力。(见11月9日《经济日报》)

影视旅游爆发式增长,本质是情感共鸣的具象化。游客购买的不仅是门票,更是一次与影视世界的对话机会——在《大话西游》的城楼上挥舞宝剑,游客仿佛与电影中的至尊宝、紫霞仙子共赴跨越时空的浪漫;在《生万物》的院落里复刻经典镜头,游客指尖轻触青砖瓦砾,仿佛能听到剧中人物的低语……

产业融合的深度,影响着影视旅游的可持续性。浙江桐庐的“太平年”VR项目,游客戴上VR眼镜,置身于虚拟的太平年间,与古人共度佳节;湖北襄阳全链条影视服务体系,从剧本创作到拍摄制作,再到后期宣传,形成了一条完整的产业链。这些案例表明,成功的影视旅游绝非简单复制场景,而是构建生态闭环。比如,有的地方通过片场开放日、探班游等活动延长产业链;有的影视城将知名剧集的布景转化为文旅资产,实现拍摄地与旅游地的无缝衔接等。

这种融合不仅带动了餐饮、住宿等传统产业发展,更催生了汉服跟拍、影视研学等新业态,形成“一剧带一城”的乘数效应,实现了文化价值的二次挖掘,让游客欣赏到各种影视作品艺术的同时,感受到影视文化的深厚底蕴。

然而,热潮之下仍需深入思考。当前影视旅游面临两大挑战:一是同质化风险,部分景区依赖单一IP,缺乏内容迭代能力,导致游客逐渐失去兴趣;二是配套短板,如游客激增导致的交通拥堵、服务滞后等问题,影响了体验和美誉度。山东乐陵的经验值得借鉴——通过政策支持精品化创作,将《唐探1900》等IP转化为长期文旅资产,同时开发“影视+非遗”跨界项目,避免“昙花一现”的流量陷阱。宁夏镇北堡的“私人定制造梦计划”启示我们,深度体验需以个性化服务为支撑,而非简单堆砌场景。

面向未来,影视旅游的升级之路在于“双向赋能”。对影视产业而言,取景地可转化为内容创作的“素材库”;对文旅产业而言,需从“借势”转向“造势”,如襄阳整合唐城、汉城资源,打造差异化拍摄基地,形成“题材互补+场景互通+客群共享”的生态。这种融合不仅需要科技赋能,更需文化深耕——游客消费的是影视IP,体验的则是背后的乡土记忆与家国情怀。

影视旅游的目标是让游客从“旁观者”变为“剧中人”,在光影交织中完成对文化基因的深度解码。以情感共鸣为纽带,以文化深耕为根基,才能让影视旅游超越简单的场景复刻,成为连接过去与未来、虚拟与现实的桥梁。

## 别让离职证明成为劳动者的“绊脚石”

王琦

近日,刚从北京某房地产公司离职的杨先生向记者反映,公司为其开具的离职证明中,部分内容与实际工作单位不符,导致他在办理公积金补缴时被主管部门指出“离职证明存在问题”。面对质疑,公司方面解释称,杨先生前几年是某人力资源公司的派遣员工,因此仅认可其后期与该公司直接签约的工龄,并将他的工作经历拆分为不同阶段。(见11月7日《法治日报》)

离职证明本是劳动者与用人单位劳动关系终结的客观记录,应载明劳动者的劳动时间、基本工作内容、奖惩情况等。然而在

现实中,经常有用人单位在离职证明中“自由发挥”,给离职员工设下“绊脚石”。比如,有的员工工作年限被拆分,社保和公积金追缴受阻;新公司定级和薪资待遇受影响;有的被标注负面评价,求职屡屡碰壁;还有企业以离职证明为“筹码”,胁迫员工放弃经济补偿、主动离职。这些行为不仅损害了劳动者的经济权益,还侵害了他们的公平就业权。就业是民生之本,一份不实的离职证明,可能让劳动者错失心仪的工作机会,影响人才的合理流动与高效配置。

一些企业之所以在离职证明上做文章,背后有着复杂的动机。有的企业试图规避因违法解除劳动合同带来的经济赔偿责任,通过模糊离职原因、隐瞒关键信息,将合法

解除劳动合同伪装成员工主动离职。有的企业担心员工离职带走客户、商业机密等资源,在离职证明中刻意扭曲工作内容、消极评价。此外,一些地方,劳动者维权成本高、举证难,也间接纵容了相关企业的此类行为。

从法律层面看,企业用离职证明“拿捏”劳动者的行为明显违法。劳动合同法实施条例第二十四条明确规定,离职证明应当写明劳动合同期限、解除或者终止劳动合同的日期、工作岗位、在本单位的工作年限。部分企业在离职证明中载明不应该载明的事项,如员工与单位正在发生劳动争议等,影响员工再就业,构成对劳动者就业权的侵害。

遏制离职证明乱象,需多管齐下。首先,要进一步明确企业出具不合规离职证明

的法定责任,为企业行为划定清晰红线。同时,加大对违法企业的惩处力度,提高其违法成本,形成有效威慑。企业自身也应增强法律意识,严格使用离职证明模板,杜绝主观随意性。

其次,加大对劳动法、劳动合同法的宣传力度,通过多种渠道,如社区讲座、线上课程、媒体报道等,让劳动者明晰个人权益,知道在遭遇不实离职证明时如何维权,并敢于善于运用法律武器,让相关企业的违法行为无所遁形。

最后,提供规范指导不可或缺。有关部门可以为企业提供离职证明规范模板与相关流程指导,让企业有章可循。同时,建立监督机制,拓展投诉渠道,对企业开具的问题离职证明进行抽查,倒逼其尊重劳动者权益,依法依规行事。

和谐的劳动关系,应当是“你来,共创佳绩;你走,彼此祝福”。眼下一些企业动辄用离职证明对员工泄私愤、使绊子,此风绝不可长。

工人日报 网评

### 果味电子烟,并非听起来那样“人畜无害”

龚先生

据多家媒体报道,在一些青少年当中,吸食果味电子烟正在成为一种“另类时尚”,“抽这个感觉酷酷的,身边很多同学都在抽。”

《电子烟管理办法》明确规定,禁止向未成年人销售电子烟产品,禁止销售除烟草口味外的调味电子烟。值得警惕的是,调味电子烟正在形成一条隐蔽的黑色产业链。

“不向未成年人销售电子烟”的商业共识和道德自觉,应成为商家的基本操守。以安全和健康的名义,我们必须扼住调味电子烟蔓延的苗头,让“一切为了孩子”的承诺掷地有声。

网友跟帖——

@慧慧:严厉打击电子烟改头换面乱象。

@开开:让孩子远离电子烟,阅读全文请扫码“工人日报e网评”

## 主播模仿罪犯博眼球? 流量不可凌驾于法律之上

舒朗秋

据11月8日央视网报道,日前,一名主播在直播中多次模仿杀人凶手劳荣枝在法庭上的辩解发言,相关话题登上热搜,引发网友强烈不满。随后,该主播账号被平台封杀。2023年,最高人民法院对被告人劳荣枝故意杀人、抢劫、绑架死刑复核一案依法作出裁定,核准死刑。

主播反复演绎凶手的辩解之词,将一场关乎生死、正义与法律尊严的司法审判,化作哗众取宠的表演。这不仅令公众愕然,更引发了对网络“畸形流量”的反思——当悲剧被娱乐化、司法被戏谑,我们尊崇的正义与尊严是否正在被流量蚕食?劳荣枝案唤起不少人的痛心记忆,她与已伏法的法子英共同实施多起严重暴力犯罪,多个家庭陷入深深的悲痛中。该案的审理与判决,是我国司法机关维护社会公平正义的体现。将劳荣枝在法庭上的自我辩解场景拿来模仿,不仅是对受害者及其家属的大不敬,更是对司法尊严的践踏。

在流量经济驱动下,一些主播把悲剧当作流量密码的情形屡见不鲜,“黑红也是红”的“起号”逻辑在他们眼中是“金科玉律”。这暴露了部分创作者价值观扭曲的现状,也折射出一些平台流量导向机制的深层问题。这种机制鼓励了“以丑为美”的行为,让悲剧、闹剧成为流量狂欢的秀场。长此以往,公众对法律的敬畏、对正义的信任、对道德的坚守,都会被不断削弱。

流量时代,平台、监管与公众更要形成共识与合力,共同抵制“畸形流量”的蔓延。平台应完善内容审核机制,对涉及司法案件、暴力犯罪等敏感内容的模仿行为进行严格管控。监管部门要加大打击恶意炒作、消费悲剧、戏谑司法行为的力度,提高违法成本。公众要理性看待网络热点,拒绝为“审丑”内容点赞、转发,让流量回归正能量。

网络不是法外之地,流量不能凌驾于公序良俗与法治尊严之上。我们呼吁网络参与者,尊重法律,敬畏生命,拒绝为“畸形流量”埋单,身体力行让网络空间成为清朗的精神家园。

## 媒体声音

### ◇知识付费注水,比缺斤短两还恶劣

近年来,知识付费愈发火热,一项调查显示,近七成受访青年认为内容质量参差不齐,希望平台建立透明真实的评价系统。《北京晚报》评论说,“宣传伪装、内容毛坏”的注水知识付费,危害比缺斤短两还大。消费者买到充满泡沫、质量堪忧的知识,可能误导判断与决策。注水的知识付费内容,不符合用户利益,也不利于网站平台和行业的长久发展,知识付费行业亟待科学引导、规范发展。知识付费的本质是优质内容的流通共享,博主和平台要对“知识”抱有敬畏,不能愧对求知者的信任。

### ◇校内“挖呀挖”,高校劳动课能带来什么

最近,某高校“种地吧”相关视频引关注:校园内一众学子在地里“挖呀挖”,场面火热。配文称:“欢迎来种地体验生活。”光明网评论说,劳动过程能给学生带来放松感受,“有付出就有收获”的正反馈,也能让人产生实实在在的成就感。当然,高校的劳动教育不只有种地这一种形式,最关键的是能否不以此为契机,培养学生热爱劳动、尊重劳动的意识,发现问题、解决问题的能力,以及创新创造的思维。未来,期待更多学校能够因地制宜,让学生在探索和学习中激发对劳动的热爱。

### ◇AI“带货”,不能让广告模糊了责任

很多人买东西时会先问一下AI,认为基于大数据的回答相对准确。然而,有的机构通过操纵大模型“修缮”品牌形象,让AI“带货”不再客观。人民日报客户端评论说,商业机构通过训练大模型,使其在回答用户提问时推荐目标商品,这种广告不仅比传统广告隐蔽,也比搜索引擎的竞价排名更“高明”。一方面,这会损伤用户对AI生态的信任;另一方面,这种隐蔽广告责任归属更加模糊。技术的发展,说到底应该帮助人类实现更好的生活。把广告做在明处,把责任划分清楚,才是对用户负责,才是面向未来的真创新。(嘉潮 整理)