

# 应对软裁员 须有硬手段

□黄云峰

屏山时评

近日,深圳一家公司向部分员工发送《放假通知》,通知中的假期长达10个月。该公司工作人员在接受采访时称,公司对放假的那批员工想表达的意思,其实就是“差不多不用回来了”。

根据《深圳市员工工资支付条例》等相关规定,员工在放假期间,首月工资正常发放,次月将按深圳最低工资标准的80%发放工资,未按规定时间返岗的按旷工处理。这意味着,员工在长达10个月的时间内,收入将大幅度降低,离职是不得不面临的选择。以放假为由,逼迫员工自动离职,是典

型的软裁员。

近年来,软裁员屡屡发生,手段层出不穷,极大地伤害了劳动者的权益,但是对于用人单位而言,却可以省下不菲的裁员补偿金。这也是软裁员现象反复出现的重要原因。

劳动者权益不容侵犯,软裁员于法不容。遏制软裁员,监管部门需要拿出硬手段,至关重要的一点,就是要织牢织密法律的防护网。企业裁员不可任性,必须在依法的前提下进行。对此,《劳动法》等法律法规均有规定。但不可否认的是,在现实生活中,各种钻法律漏洞的软裁员依然层出不穷,给员工放超长假,只是其中的一种做法。这提醒执法部门,必须时刻绷紧法律之弦,及时堵住法律漏洞。在劳动者权益受到侵犯的时候,及时行动,用严格执法维

护法律的权威。

遏制软裁员,还需畅通维权的通道。应该承认,软裁员不可能杜绝。遭遇软裁员,员工如果可以及时有效维权,不仅事关员工个人利益,也能有效震慑软裁员现象,营造更好的劳动环境。因此,劳动监管部门要始终加强《劳动法》的宣传工作,充分借助现代化技术手段畅通维权通道,帮助劳动者更轻松地维护合法权益,通过成功案例,推动形成人人重视权益、敢于维护合法权益的好环境。

强调拿出硬手段应对软裁员,并不是把企业置于敌对面。现实生活中,企业软裁员的原因不一而足,有的是工会建设不完善,导致员工工作不合理;有的是法律意识薄弱,存在侥幸心理;还有的企业确实遭遇了困难,因此以身试法。面对软裁员,监管

部门决不能以罚代管、一罚了之。除了要维护好劳动者的权益外,也应当多去企业调查了解原因,一方面向企业宣传遵守《劳动法》的重要性,帮助完善工会组织建设,推动企业合法经营。与此同时,还要帮助企业排忧解难。只有从根源上解决了企业的发展问题,软裁员等问题才会越来越少。

当然,企业也应该认识到,软裁员不是正常的人力资源管理手段。表面看,这可以为企业节省经济补偿金,但很容易引发劳动争议,而且也会影响在职员工的忠诚度和工作积极性,伤害企业形象。长远来看,得不偿失。

应对软裁员,须有硬手段。所谓的“硬”,就是要牢记维护劳动者合法权益的初心,用更科学有效的手段,构建更和谐的用工环境。

一线观察

# 医护人员泄露患者隐私 无德更违法

□史洪举

近日,演员周海媚生前送医院抢救的电子病历截图在网上流传,病历上记载了周海媚个人资料、就诊时间等相关信息。14日,北京顺义公安分局发布通告称,符某某利用其在顺义区某医院工作的便利,出于炫耀目的,将一名病患的个人病历拍照发至微信群,导致信息扩散,造成恶劣社会影响。目前,符某某已经被依法行政拘留。

健康状况是公民的隐私。尤其是患者的就医情况、病情、诊断报告、病历资料等,是属于更私密的信息。无论是普通人还是明星,病历资料都不应随意泄露、公开。随意曝光逝者隐私、拿公众人物就诊信息当“八卦”素材和炫耀资本的行为严重悖逆职业伦理,并涉嫌违法。

患不避医是常识,就诊患者应如实向医生陈述其所患疾病,不得刻意隐瞒,即便是难以启齿的隐私病情,也不应有所遮掩。与此相对,医护人员必须尽到保密义务,不随意散布传播执业过程中所掌握、知悉的患者隐私。这既是社会公德,也是医护人员的职业伦理和职业性质所衍生的职业操守和底线。

对此,《医师法》明确规定,医师依法保护患者隐私和个人信息。泄露患者隐私或者个人信息的,可给予警告,没收违法所得,并处一万元以上三万元以下罚款;情节严重的,责令暂停六个月以上一年以下执业活动直至吊销医师执业证书。《护士条例》也课以了护士保护患者隐私的义务。

此外,根据《民法典》,医疗机构及其医务人员应当对患者的隐私和个人信息保密。泄露患者的隐私和个人信息,或者未经患者同意公开其病历资料的,应当承担侵权责任。即便患者已经去世,其亲属也可要求侵犯隐私权者承担赔偿责任。而且,根据《治安管理处罚法》,散布他人隐私的,处5日以下拘留或者500元以下罚款;情节严重的,处5日以上10日以下拘留,可以并处500元以下罚款。

近年来,已发生多起医护人员随意泄露患者隐私事件。有的是医护人员刻意拍摄患者隐私并上传至网络平台以博取关注。还有的是医疗机构管理不严,保密意识较差,病历资料被其他工作人员或者就诊患者看到并拍摄、传播。

患者的病历资料既事关其个人隐私,又事关其人格尊严。如果患者的病情等被泄露、传播,很容易会受到他人的评头论足,受到极大的心理压力和精神创伤。假如是令人羞于启齿的病情被泄露传播,还将面临“社死”的风险,甚至导致精神崩溃。但恰恰又是这种病情容易吸引关注。过去被曝光的几起隐私事件中,基本上都是医护人员泄露类似病情。这无疑是一记警钟。

互联网时代,通过网络传播演员等公众人物的“八卦”确实能够带来流量和关注。医护人员无视患者隐私,反而将其当作炫耀资本随意扩散,已经严重背离社会公德和职业伦理,且构成民事侵权和治安违法。有关部门应当严肃处理,保密意识较差,病历资料被其他工作人员或者就诊患者看到并拍摄、传播。

# 别让外卖起送价 助推食品浪费

□叶金福

一杯奶茶14元,加1元打包费共15元,可起送价却是18元。近日,有网友在社交平台上吐槽称,外卖平台上商家设置的起送价格过高,导致消费者为了凑够起送价,不得不多点餐,结果造成了外卖食品的浪费。

网络订餐方便快捷,越来越多的人,尤其是年轻人习惯于叫外卖。数据显示,截至2023年6月,我国网上外卖用户已达5.35亿,外卖市场规模在持续扩大。

然而,随着“外卖经济”升温,其背后的餐饮浪费现象也不容忽视。据了解,导致外卖食品浪费的主要根源之一竟然是起送价。一些消费者为了达到外卖商家设定的起送价,不得不多点餐,结果致使外卖“吃一半扔一半”的现象较为普遍,成为餐饮浪费的重灾区和高发区。

据报道,目前由于起送价没有一个统一的标准,因而完全由外卖商家“说了算”,有的设定为18元,有的设定为20元,极少数甚至设定为50元。可以说,起送价的无序设定,受损的是消费者,浪费的是外卖食品。

由此来看,防范起送价成为外卖食品浪费的助推器,还需多方发力。外卖商家要发力。外卖商家除了要在“小份菜”“小份饭”“制作工艺”“丰富菜品”“口味偏好”等方面下足功夫之外,还应恰到好处地设定好起送价,让消费者既能做到按需适量点餐,又不会为了凑够起送价而超量点餐,从而避免外卖食品浪费。

行业组织要发力。相关餐饮行业要尽快制定起送价的设定标准,让外卖商家有“标”可依、对“标”定价,切忌各标各价、无序定价,既给消费者增加消费负担,又对外卖食品造成浪费。

消费者要发力。消费者在外卖点餐时,一旦发现外卖商家设置的起送价过高,就应坚决说不,不妨通过差评、换一家点餐等方式,让商家因消费者差评多而无人问津,最终失去市场,倒逼商家合理设定起送价。

执法部门也要发力。相关执法部门应严格按照反食品浪费法的相关规定,既要对消费者的食品浪费行为进行相应的处罚,又要对外卖商家设定过高的起送价行为进行必要的规制,通过“处罚+规制”的方式倒逼消费者和外卖商家共同遏制外卖食品浪费。

只要外卖商家、行业组织、消费者,包括执法部门能形成联动,共同发力,防范起送价成为外卖食品浪费的助推器,就能有效遏制外卖食品浪费行为,形成勤俭节约的外卖“新时尚”。

媒体新论

# 谨防内购变侵权新马甲

近日,某车企员工在社交媒体发文称,企业内部几乎80%的员工都被明示暗示过,想要保住工作和升职,就必须购买自己企业生产的汽车。员工是否内购自家产品,关键在于是否自愿。将员工完成内购产品指标任务的情况与业绩考核挂钩,踩了法律红线。内购自家产品不是任务指标,而是员工合法权益,劳动监察、仲裁和司法部门与工会要守土有责,督促引导企业把内购产品规范在民主协商、情理法兼顾的轨道上来。

# 用好“防治法”打造“消声阀”

今年,各地纷纷开出噪声污染防治法实施以来的“首罚”“首赔”,让受到噪声侵害的群众看到解决问题的希望。随着人们生活水平和规则意识的提升,全社会对噪声防治的要求也在进一步提高。现实生活中,噪声污染看不见摸不着,相当数量的噪声纠纷难以得到有效解决。防治噪声,把公众期盼上升到法律的高度是第一步,还应出台更多惩戒标准程序和预防公共产品,用具有典型意义的个案,引导更多企业个人提升文明降噪的主动意识,推动社会观念进步、人际和谐相处。

# 以创新激活“老字号”活力

□胡建兵

四川资阳的“临江寺豆瓣”是一个风靡百年的“老字号”豆瓣,最辉煌时曾畅销20余个省市。近年来,这一“老字号”两度停产,被当地政府部门设法救了回来。但好景不长,现在临江寺豆瓣又一次面临称号及商标被撤的风险。

“老字号”从历史深处走来,是民族智慧的精华、市场探索的结晶、实干兴业的硕果,彰显的是中华民族对商业精神、工匠精神、文化精神的坚守,是中国传统文化和产业品牌的瑰宝,应倍加珍惜。面对消费升级、供给效率提高、互联网商业模式迅速变化等方面的挑战,我们要设法推动“老字号”创新发展,进一步激发“老字号”发展的内生动力,让“老字号”焕发新活力。

推动“老字号”创新产品服务。“老字号”有很高的知名度,但并不代表能“躺赢”,而是更需要在坚守与保护、传承与创新的融合发展之路上笃定前行。这几年,许多“老字号”餐饮业面对疫情,开展线上销售,增加外卖窗口品种,迎合年轻人的口味,为年轻人制定特色套餐,吸引年轻消费群体,让喜欢用手指“点餐”的年轻人,也能用他们喜欢的方式享受“老字号”的服务。许多“老字号”摆摊推出半成品、主食、干货等,花样不断翻新,为企业做强做大打下基础。这些好的经验值得总结推广。

支持“老字号”跨界融合发展。“老字号”的挖掘与培育、传承与发展,是时代的命题。创新发展、合作共赢,成为破解“老字号”

发展瓶颈屡试不爽的方法。比如,老品牌马应龙将荆楚文化、非遗文化、中医药文化融合创新,与湖北省博物馆、黄鹤楼打造“楚盒”系列联名文创礼盒,一经推出便成为爆款。在年轻消费者中的知名度也水涨船高。这说明,“老字号”企业要尽快将原有的供应链、中央厨房全面整合打通,与其他零售业企业跨界合作。跨界要加速,产品也要不断拓展。有地方主打中华老字号精品集合连锁店概念,线上自营店和线下“新零售+”实体店相结合,建立跨部门联动机制,取得了很好的效果,值得借鉴。

共同推进“老字号”的创新发展。创新必须谋长远,坚守精神内核。没有坚守,创新将无处添加;没有创新,坚守将失去方向。社会

经济快速发展,很多“老字号”未能跟上时代步伐,甚至被扣上“老”“旧”“土”的帽子,归根结底是没进行彻底的创新,或者没坚持到底。当前,大众对于“老字号”企业和产品的品牌、经济、文化价值等存在认知局限。“老字号”在参与市场竞争时,必须充分彰显其独特的文化基因,用文化魅力打造品牌魅力。

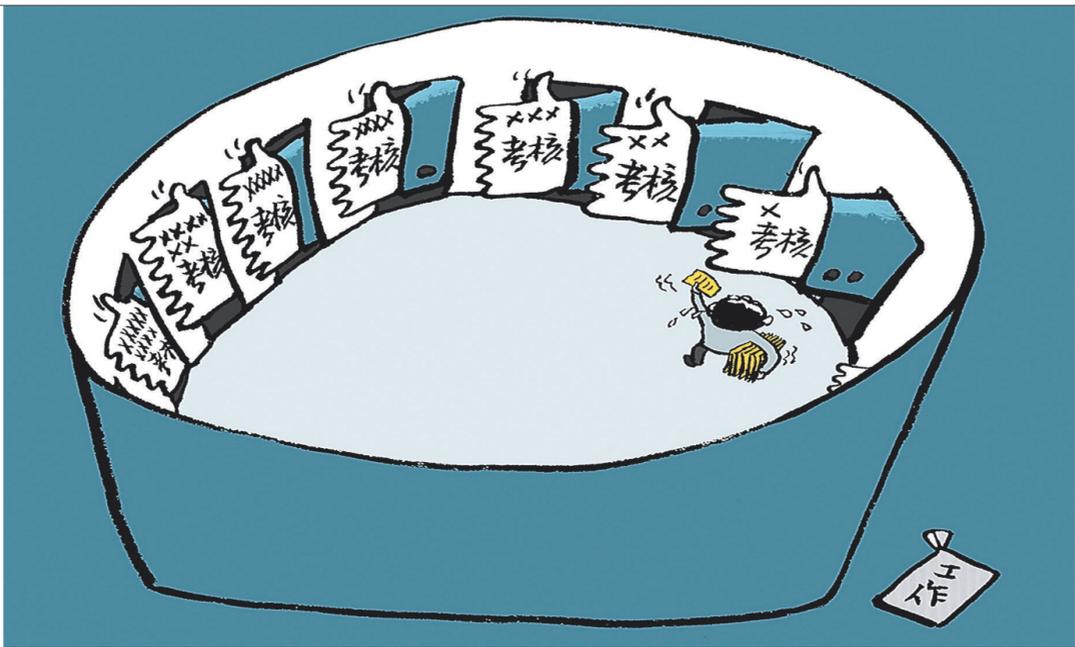
“老字号”的传承与发展是时代的命题,创新发展、合作共赢,已经成为破解“老字号”发展瓶颈的必由之路。“老字号”承载着我们的民族记忆。在内心深处,中国人对“老字号”有一份偏爱。这是“老字号”不“老”的优势。期待“老字号”以更强的市场意识、创新意识、文化意识不断提升、发展,进而焕发新的活力。

世相图点

# 莫让考核变负担

近期,半月谈记者采访了解到,一些地方检验各项工作的考核指标出现过细过多的倾向,让基层干部叫苦不迭。考核“变味”,主要原因是缺乏科学考量与深入调研,闭门造车导致指标异化。防止考核“变味”,相关考核部门要深入基层、深入一线、深入群众,多听取群众意见,让群众认可与否、拥护与否、满意与否成为绩效考核的重要导向,变“征求意见”为“真求意见”,精简考核指标,精心设置考核流程,为基层干部提供更优的工作环境。

王鸣铮/文 王锋/图



★ 评点新闻 ★ 评点新闻 ★ 评点新闻 ★ 评点新闻 ★ 评点新闻 ★ 评点新闻 ★

# 治理深夜直播乱象

□冯海宁

近年来,相关部门对短视频、直播平台存在的擦边、低俗等乱象持续开展专项整治,取得积极效果。但受利益驱动,各类乱象变换形式,层出不穷。深夜直播乱象尤其明显。

第五十二次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2023年6月,我国网民规模达10.79亿人,其中10岁以下网民和10岁至19岁网民分别占比3.8%和13.9%,青少年网民数量接近2亿。深夜直播乱象极易污染未成年人纯洁心灵,需要引起相关各方重视。

家长是孩子成长的第一监护人,要坚决杜绝孩子在深夜刷手机,更要提防孩子看不健康的短视频或网络直播。这需要家长们从

思想上重视擦边直播的危害,引导孩子远离手机,养成健康生活习惯。平台方也要恪守“守夜人”职责,把好内容审核关,做好值班巡查等工作。特别是针对深夜擦边直播增多的现象,要及时堵住监管漏洞,坚决防止不健康直播混进圈。

深夜直播乱象多,说明这个时间段的监管力度比较薄弱。因此,监管部门要守土有责。针对深夜直播乱象,尽量配足值班工作人员,加大对各大视频平台的巡视力度,还可以借助智能技术完善监督,发动群众举报不健康直播。一旦发现违规现象,不但要将问题主播列入黑名单,也要约谈乃至处罚违规平台,倒逼平台履行责任。

# 岂能漠视群众凌晨排队缴费

□孔德淇

近日,多位网友发布视频称,山西省临汾市一家天然气收费站8点30分营业,却有许多人凌晨2点多就忍着零下几摄氏度的严寒排队等待缴费。

据报道,排队的居民多为缴纳取暖费并申领“煤改气”补贴的村民,也有一些缴纳燃气费的小区住户。令人遗憾的是,针对这两类用户,供暖公司尚不提供线上缴费服务,且未分开排队和多设立缴费窗口。查询新闻不难发现,自2019年起,此类排队现象年年重演。去年还有人在领导留言板反映情况,但问题一直没有解决。三九寒冬,居民凌晨去排队挨冻,供暖

单位无动于衷,充分暴露出服务意识的欠缺和管理落后。群众利益无小事。排队缴费不仅给居民的生活带来巨大的不便,也严重破坏居民对政府的信任和满意度,影响社会的和谐稳定。媒体报道此事后,供暖公司迅速开设了6个收费点,一定程度上缓解了缴费难的问题。但是,这只是权宜之计。防止此类事件反复上演,相关公司要切实站在群众需求的角度开展工作,通过开通线上缴费通道等方式,彻底解决群众的困难。面对漠视群众需求、在其位不谋其政的问题,监管部门也应与时俱进,严肃追究相关人员的责任,用实实在在的案例促进提升作风建设,并举一反三,堵住监管的漏洞。

# “3.5分餐厅”为啥受欢迎

□宋波

近期的消费市场,出现了奇怪的现象。年轻人突然涌入了看似普通的小店。这些店铺在网上的评分并不高,只有3.5分。

事情的起源,是某网友在社交平台上吐槽,自己按照点评网站推荐,到高分网红餐厅吃饭却遭遇“踩雷”。一气之下,重新翻找出手机里保存多年的“宝藏”餐厅,发现网上评分却只有3.5分,不禁惊呼:“评分低的店可能更好吃,支持‘3.5分餐厅’!”年轻人报复性涌入“3.5分餐厅”,反映了人们对当下网络平台上好评率失真乱象的不满。这一现象背后,说明某些点评类

App在利益的驱使下逐渐沦为商家炒作的舞台。电子商务法明确要求不得以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者。但在实际操作中,刷好评等现象依然屡禁不止。年轻人报复性涌入“3.5分餐厅”是一个清晰的信号。点评类平台如果不能肩负起维护评价真实性的使命,挤掉评分的“水分”,迟早会被用户抛弃。政府部门也要建立更加严格的评价机制和惩罚措施,确保商家和消费者之间的公平交易。只有在真诚与信赖的土壤中,才能孕育出更多美味与惊喜的“宝藏店铺”。

# 年轻人涌进老年食堂是好事

□钱凤伟

据报道,当前老年食堂吸引了不少年轻人前来消费,有网友感叹老年食堂真香,也有网友担心,这样会挤占老年人的资源。

近年来,社区老年食堂在全国遍地开花。因为方便实惠,解决了很多老年人饮食方面的困难。令人意外的是,有的老年食堂还成了快递员、送餐员等户外劳动者休息和就餐的好去处。悠悠万事,吃饭为大。面临吃饭难的其实不只是老人,许多打工人每天也要费尽心思对付一日三餐。老年食堂对社会开放,很符合周边群众的需要。老人与年轻人一起就餐,就餐的环境更热闹,对于老年人身心健康大有裨

益。年轻人也可以在潜移默化中涵养尊老爱老的好习惯,这样的“附加值”尤为珍贵。

年轻人涌进老年食堂其实也有助于食堂的健康发展。现在,老年食堂的经营模式主要有三种:由社区主导,引入第三方餐饮企业,完全依靠市场模式运营;由街道或社区提供场所,对第三方餐饮企业减免租金,后者负责运营;由辖区内的一些爱心人士、爱心企业捐赠,由社区志愿者帮忙。在实践中,部分食堂因为亏本,不得不关门。相比之下,有了年轻人加入的老年食堂运转都不错。这提醒我们,办好“老年人专属”食堂需要打开思路,迎合年轻消费者的需求,把食堂经营好,才能更好地服务老人。