

我国拟出台新规保障超龄劳动者权益

7月31日,人力资源社会保障部发布《超龄劳动者基本权益保障暂行规定(公开征求意见稿)》,首次明确超龄劳动者基本权益的范围及其保障水平,并为其维权提供了法律依据。

超龄劳动者,即超过法定退休年龄的劳动者。首都经济贸易大学劳动经济学院教授范围表示,此前由于无法直接适用现行劳动法和劳动合同法,超龄劳动者相关权益面临法律保障不足问题,维权时也会遇到依据不明、渠道不畅、体制不顺等困难。

根据暂行规定,用人单位应当与超龄劳动者订立书面用工协议,明确工作内容、工作地点、工作时间、协议期限、休息休假、劳动报酬、社会保险等事项。用人单位一般不安排超龄劳动者加班,不得

安排超龄劳动者从事有职业禁忌等危害其身心健康的劳动或者危险作业。

针对超龄劳动者难以获得工伤保险保障问题,暂行规定强调,用人单位应当按照国家规定为超龄劳动者参加工伤保险并缴纳工伤保险费。个人不缴纳工伤保险费。

“将超龄劳动者纳入到工伤保险适用范围,保障了超龄劳动者遭遇工伤后获得赔偿的权利。”中国劳动和社会保障科学研究院劳动人事争议研究室主任黄昆认为。

退休人员再就业,还能继续领取养老金吗?按照暂行规定,超龄劳动者已享受基本养老保险待遇、职工医疗保险退休人员待遇继续工作的,不改变其享受基本养老保险、职工基本医疗保险待遇。

“暂行规定充分考虑超龄劳动者享受养老、医疗保险待遇的不同情形,为避免对其就业机会带来影响,对尚未达到基本养老保险或基本医疗保险最低缴费年限的超龄劳动

者,提出可以以个人身份继续缴纳有关社会保险费,也可以与用人单位协商通过用人单位参保缴费。”黄昆说。

如果遇到用人单位恶意欠薪、克扣工资、逃脱保险责任等行为如何维权?

暂行规定一方面将超龄劳动者的基本权益纳入劳动保障监察、安全生产和职业病防治监督管理的范围;另一方面将超龄劳动者基本权益争议纳入劳动争议调解仲裁的范围,赋予超龄劳动者更加便捷高效的权益保障渠道。

“这些规定全方位覆盖了超龄劳动者基本权益和其他合法权益保障,构建了司法和准司法部门、行政部门、工会组织多部门协同机制,将推动形成合力,将超龄劳动者基本权益保障落到实处。”范围说,“这是落实积极应对人口老龄化国家战略的必要举措,将让仍有就业意愿和能力的老年人,能够更加安心、舒心地发挥自身劳动价值。”

新华社记者(新华社北京7月31日电)



6月28日起,民航局新规全面实施:无3C标识或标识不清晰的充电宝,禁止携带乘坐境内航班。但“新华视点”记者调查发现,部分商家趁机售卖“3C贴纸”,为不合格充电宝办“假身份证”,影响飞行安全。

这些“3C贴纸”是如何流入市场的?应该怎样守住安全底线?记者展开调查。

■ 3C标识假贴纸均价仅0.2元

3C认证即中国强制性产品认证,是我国依照法律法规实施的一种产品市场准入制度。

民航新规出台后,记者以“3C贴纸”为关键词在多个电商平台搜索发现,一些商家在平台售卖认证标识类贴纸。这些贴纸外观模仿真品,不仅印有“CCC”标识,还仿制了字体、颜色,如果用特殊纸张印刷产生镭射效果,仿真程度更高。

记者以买家身份询价发现,这些贴纸普遍批量印刷,“量大管饱”。普通透明贴纸2000个售价不到400元,均价0.2元1个;升级为镭射效果,500个则要220元,平均1个不到5毛钱。

这些售卖贴纸的商家宣称,可以按要求定制尺寸,由专门的设计师负责排版、切割,部分网店的定制贴纸销量超1万单。

对此,广西南宁市市场监督管理局工作人员表示,正规的3C标识具备防伪溯源功能,而不法商家的“3C贴纸”只是徒有其表。

“贴标”充电宝是否真能带上飞机?记者向西部某机场安检部门工作人员咨询,对方表示鉴别真伪仍存在困难。“当下正值暑运高峰,安检负荷较重,且充电宝品牌型号繁多,安检人员也不能全盘掌握每一款充电宝是否获得3C认证。”该工作人员说。

■ 假贴纸买卖何以屡禁不止

获得强制性产品认证的产品,不但需要取得3C认证证书,还必须在认证产品本体上施加3C标识,方可出厂、销售、进口或者在其他经营活动中使用。

据悉,目前充电宝的3C标识一般是通过粘贴、印刷或模压三种方式,施加在产品规定位置。3C标识不允许在市场上销售,只能由指定认证机构向特定的印刷厂购买,再发放给获证企业。

业内人士透露,一些不法厂家产品未通过3C认证,不能通过合规渠道为其生产的充电宝施加3C标识,就选择与兜售假贴纸的不法商家“合作”,通过“贴标”的方式以次充好。

记者从市场监管总局了解到,针对“3C贴纸”乱象,市场监管部门已经通过发函、约谈等多种方式,要求各网络平台对售卖3C标识贴纸的行为加强整治、屏蔽、下架。

目前,各主要电商平台已对“3C贴纸”的关键词限制搜索,不少商家明确表示“不给做了”“产品都下架了”“需要提供相关认证证书”。但记者检索“定制贴纸”“定制标识”等关键词,发现仍有商家在文案中暗示可以制作此类贴纸。

有业内人士表示,一些网络平台出于利益考虑,会有意无意地放宽对进驻商家的审核标准,甚至对违法违规行为“不举不究”。

■ 多管齐下守住安全底线

3C认证关乎飞行安全与公众利益。守住安全底线,需要让法律法规“张口有牙”,让每一张标识都真实可信、每一次监管都落到实处。

北京市炜衡(南宁)律师事务所专职律师梁昭龙表示,伪造、冒用、销售标识贴纸的行为涉嫌违反产品质量法;情节严重的可能涉嫌伪造、变造、买卖国家机关公文、证件、印章罪,可处三年以上十年以下有期徒刑。

“就消费者而言,购买‘3C贴纸’贴在不合格商品上登机,一旦引发事故造成实际损失,将承担相应民事责任;若涉嫌危害公共安全,还要承担刑事责任。电商平台如未尽到审核义务和监管责任,可能与售卖伪造‘3C贴纸’的商家一起承担连带赔偿责任。”梁昭龙说。

针对不合格充电宝的安全隐患,市场监管总局近日下发通知,自今年7月至9月,在全国部署开展充电宝质量安全集中整治。从严查处擅自出厂、销售以及在其他经营活动中使用未经CCC认证的充电宝,生产销售不符合强制性国家标准,掺杂掺假等违法违规行为。运用数字化手段,实现产品信息、生产企业、认证证书、发证机构等关键信息可查询、可追溯,有效防范假冒CCC标志、虚假认证等违法行为。

对于市场上无3C认证的存量充电宝,苏州大学政治与公共管理学院副教授刘成良建议,可采取企业召回、有偿回收等手段分类处理。

在平台责任方面,市场监管总局要求,督促电商平台加强网店资质审核和违规行为管理,建立完善问题充电宝检查监控制度。加快推动充电宝产品赋码核验试点工作,持续完善CCC认证联网核查机制。

专家表示,部分商家通过图片暗示、谐音措辞、算法推送等方式“打擦边球”售卖不合格商品,而平台“触发关键词屏蔽”的审核机制相对滞后,让“造假把戏”有机可乘。“电商平台应强化监管效能,‘技术+人工’双管齐下,加强关键词识别与筛查,引进图像识别技术和防伪验证机制,而非简单‘屏蔽了之’。”广西财经学院教授许露元说。

新华社“新华视点”记者(据新华社南宁7月31日电)

生物多样性稳步提升

今年是我国启动国家公园体制改革10周年。日前,第一批国家公园正式设立,旗舰物种野生种群数量持续恢复,生态系统多样性、稳定性、持续性稳步提升。

在国家林业和草原局31日召开的新闻发布会上,国家林草局自然保护区管理司副司长孙鸿雁介绍,国家公园建设是一项复杂的系统工程。由原有自然保护区的单一要素保护向山水林田湖草沙一体化系统治理转变,既涉及重构自然保护区管理体制机制,又涉及自然资源资产管理、国土空间用途管制、生态保护补偿、社区民生发展等制度创新,点多面广。近年来,国家林草局会同有关省区和部门,采取系列措施,推动国家公园建设取得明显成效。

三江源国家公园整体保护了长江、黄河、澜沧江的源头生态系统。与试点前相比,藏羚羊、藏原羚、藏野驴等野生动物数量大幅增长,建园后草地植被盖度提高8.6%,源头再现“千湖美景”。

大熊猫国家公园整合四川、陕西、甘肃三省73个自然保护区,实现13个大熊猫局域种群栖息地连通,建设6条生态廊道,解决了局部“保护真空”和栖息交流问题。我国野生大熊猫总数量从20世纪80年代的1100只恢复到约1900只。

东北虎豹国家公园畅通野生动物迁徙通道,建成现代化智能化的天空地一体化监测体系,实现对东北虎、东北豹的全天候、全区域动态监测,东北虎、东北豹数量分别从试点之初的27只、42只增长到70只、80只左右。吉林长白山区域30年来首次发现东北虎踪迹。

海南热带雨林国家公园雨林生态系统逐步恢复。全球最濒危的灵长类动物之一海南长臂猿,野外种群数量由设立之初的5群35只增长到7群42只,是全球20种长臂猿中唯一持续增长的种群。当地探索园区内外土地等值置换,生态搬迁群众年收入是搬迁前的近4倍。

在武夷山国家公园,福建、江西两省一体化开展生态系统保护修复,新发现雨神角蟾等多个新物种,黄腹角雉数量保持在1000只左右。当地还建设生态茶园,提高生态效益补偿标准,园区内每亩林地补偿金额比园区外高9元至13.5元。

孙鸿雁说,总体来看,我国以国家公园为主体、自然保护区为基础、各类自然公园为补充的自然保护地体系建设已进入系统集成、全面推进的新阶段。下一步,相关部门将进一步加强系统治理,落实自然保护地整合优化方案、国家公园空间布局方案,按照成熟一个设立一个的原则,稳步推进设立新的国家公园,组织实施山水林田湖草沙系统治理工程和生物多样性保护重大工程。

新华社记者(新华社北京7月31日电)

新闻分析

今年我国启动国家公园体制改革10周年。国家林草局自然保护区管理司副司长孙鸿雁31日表示,我国已

正式设立三江源、大熊猫、东北虎豹、海南热带雨林、武夷山等第一批国家公园,国家公园建设取得明显成效。

如今,野生大熊猫总数量从20世纪80年代的1100只恢复到约1900只;海南雨林生态系统逐步恢复;长江、黄河、澜沧江的源头生态系统得到有效保护……

亮眼成绩单背后,不少公众有疑问:建设国家公园和老百姓日常生活有什么关系?大家能从中获益吗?

“老百姓可以从国家公园直接受益,也可以间接受益。”在清华大学国家公园研究院院长杨锐看来,国家公园是最美丽的国土、最原真的自然。老百姓拥有公平机会体验中国最美、最极致的自然,这是直接受益。

建设国家公园和百姓啥关系

专家表示,事实上国家公园和我们的日常生活密不可分。人类生存需要清洁的空气、干净的水源、合适的气候,衣食住行无不直接或间接来源于大自然,来源于平衡健康的生态系统。国家公园作为品质最优的生态系统,是气候稳定器,是大自然中的净水机和空气净化装置,是惠及千家万户最普惠的生态产品。

“如果将国家公园建设比喻为火箭,那么它的第一级推进器是‘生态保护’。”杨锐说,从2013年至今,国家公园建设在生态保护方面成效显著,有目共睹。在“生态保护第一”的前提下,“全民共享”将成为国家公园建设的第二级推进器。

“全民公益性”是国家公园建设的三大理念之一。在专家看来,“全民公益性”可以体现在三个方面。

第一是进一步确立国家公园的全民公益属性和国民福利性质。如国家公园可以采取公益性低门票价格制度,对军人、学生、老年人、残疾人等实行免票。在访客容量有限的情况下,采用预约制度让老百姓公平获得进入国家公园、体验特定自然线路的权利。

同时,国家公园建设还应高标准、高质量规划和建设全民共享的基础设施,包括访客中心、标识系统等。此外,实施国家公园志愿者制度可以让公民用实际行动回馈大自然,并从志愿服务中陶冶真、善、美。

新华社记者(据新华社北京7月31日电)

暑期经济

多地出招催“热”消费市场

美术馆、博物馆客流“爆棚”、文创销售“火爆”,露台、天台、观景台成为热门消费场所,景区公园增加主题展演和夜游项目丰富游客体验……多地正瞄准人们的“兴趣价值”“情绪价值”,打造新场景、推出新项目、拓展新服务,推动暑期消费“热”起来。

傍晚5点许,上海浦东美术馆内观众熙熙攘攘。上海市民白琳与8岁的儿子报名聆听“缔造现代:来自巴黎奥赛博物馆的艺术瑰宝”大展夜场讲解,了解学院派、印象派、纳比派等艺术家代表作及背后的故事。直到晚间近9点,母子俩仍意犹未尽,离开前他们到馆内文创店购买了多款“爆款”文创商品。

“暑期以来人们观展热情高涨。7月26日周六,浦东美术馆接待观众超过1万人次,创下开馆4年来单日客流量新高。7月以来文创商店日均销售额是去年同期的10倍多!”浦东美术馆副馆长盛丹丹说。

这个暑期,多地掀起“文博热”“文创热”。上海自然博物馆“龙吟九州·中国恐龙大展”、上海天文馆“大器星成”陨石文化展、吉林省博物院和北京鲁迅博物馆联合主办的“向大师致敬——北京鲁迅博物馆馆藏美术品展”等暑期迎来大客流。人们参观博物馆、美术馆,购买美观实用的文创商品,物质和精神上都得到满足。

一些地方依托露台、天台、观景台打造的消费新场景也在火热“出圈”。

“天台上视野特别辽阔,从高处看这座城市,很震撼、很惊喜。”暑期来重庆游玩的安徽游客张朋在来福士探索舱·云端乐园观景平台一边打卡拍照一边兴奋地说。

人们置身来福士探索舱·云端乐园观景平台,满城灯火、两江交汇、跨江大桥尽收眼底;在重庆世贸大厦“天台131”,游客体验高空游玩项目。相应地,重庆



7月28日,顾客在长春市欧亚商都家用电器商场选购商品。新华社记者 王 帆 摄

数码产品迎来销售旺季

进入暑期以来,手机、相机、电脑等数码产品消费持续走高。市场销售具体情况如何、呈现哪些新特点?记者走进多地数码城,感受消费电子市场的夏日活力。

位于吉林长春市中心的欧亚商都家用电器商场内,记者看到,不少学生在家长陪同下挑选手机、笔记本电脑等电子产品。“每年高考结束后,数码产品都会迎来销售高峰。今年在国补政策的提振下,销售更旺。”欧亚商都华为专卖店店长周佳锋说,门店在国补政策基础上,还推出特价商品,加大促销优惠力度,再叠加商场消费券等,进一步激发了消费者购买需求。

欧亚商都家用电器商场经理蒋斌介绍,暑期以来,商场3C数码类产品销售额同比增长25%。

“考后经济”潜能持续释放、优惠促销政策加码,推动暑期消费电子市场“热力”全开。

在安徽合肥蜀山区京东MALL,前来咨询国补政策的消费者络绎不绝。“国补政策对数码消费的拉动作用非常明显。”合肥蜀山区京东MALL负责人郑辉表示,国补覆盖手机、平板、智能手表等品类,最高可省500元,有效激发了消费者换新需求,带动了数码产品的销售。

不仅在线下,暑期里线上电商平台同样出台多项优惠政策。记者了解到,为助力用户低价焕新3C数码装备,京东在暑期开启“3C数码放暑假”系列促销活动,叠加以旧换新补贴,部分商品可低至4折起,完成认证的学生用户还能享专属的教育优惠。

唯品会数据显示,7月以来,多类数码电子产品迎来销售旺季,销量增长显著。其中笔记本电脑销量同比激增80%以上,智能手环销量同比增长36%,学习机、数码相机销量同比增长均超20%。

销售火热背后,一些新特征、新趋势也逐步显现。

产品升级向“智”向“新”。在北京朝阳区的一家手机店内,李女士正在选购一款折叠屏手机。她告诉记者,搭载了AI技术的手机更懂消费者心思,只需要简单的指令就能完成复杂的工作任务。

人工智能学习机热销、AI大模型赋能手机成为“生活搭子”……科方得智库研究负责人张新原认为,随着人工智能技术的发展,消费电子产品将成为AI算法应用的重要载体,这些新技术的广泛应用将极大改变消费者对于消费电子产品的使用习惯或需求。

新场景不断激发新需求。随着夏日音乐节、演唱会、赛事等文旅活动持续火爆,“拍镜头发丝、抓住微表情”的场景需求,成为观众升级“拍照神器”的动力。

暑假期间,儿童安全备受关注,也拉动相关产品的销量。在广东广州番禺天河城,一家vivo门店店长郑卓介绍,该店一款儿童智能手表定位精准、能显示具体楼层,当孩子摔倒或靠近水域时,会给家长发出提醒,还能监测血氧、心率、睡眠,甚至记录全天气情等。“放暑假以来,这款儿童智能手表很畅销。”郑卓说。

值得关注的是,随着生活观念和消费理念的更新,游戏设备正逐渐摆脱“耽误学习”的刻板印象,成为亲子互动和家庭休闲娱乐的新选择。苏宁易购数据显示,今年暑期98吋及以上大屏电视销量同比增长72%，“大屏电视+游戏机+游戏周边”套购订单增长超一倍。

从刚性需求驱动到促销政策激励,多重因素催生了当前消费电子市场火热,而供需两端向品质化、个性化升级,也将推动这股消费热潮持续升温。

新华社记者(据新华社北京7月31日电)