

■每日观点

对违法加班企业要予以足够惩戒

□戴先任

企业有责任维护好劳动者的休息权等权益，更应该做到不踩法律红线，对于那些让劳动者违法加班的用人单位，各地监管部门也应加大惩戒力度，依法严惩违法违规企业。

“每天的工作时间长达12小时。”山东济南某餐饮配送公司的“外卖小哥”刘名志难以忍受过度劳累，遂向公司提出辞职，并要求经济补偿遭拒。济南市历下区劳动仲裁委员会根据刘名志的申请，裁决餐饮配送公司向刘

名志支付解除劳动关系经济补偿金1245.48元。对此裁决，该公司不服，向法院申请撤销仲裁裁决。近日，济南市中级人民法院对该案做出裁定，支持刘名志的合法诉求。(3月27日《工人日报》)

这位外卖小哥一天工作时长达12小时，难忍过度劳累选择辞职。据了解，其与公司签订为期3年的劳动合同，约定了刘名志在工作期间的具体工时制度，由用人单位按照国家有关规定执行；用人单位经批准可实行不定时工作制或综合工作制，按工作需要安排员工加班；员工享受国家规定的各类休息休假的权利。

而《中华人民共和国劳动法》规定，用人单位应当保证劳动者每周至少休息一日。用人单位由于生产经营需要，经与工会和劳动者协商后可以延长工作时间，一般每日不得超过一小时；因特殊原因需要延长工作时间的，在保障劳动者身体健康的条件下延长工作时间每日不得超过三小时，但是每月不得超过三十六小时。这家餐饮配送公司显然存在让员工违规加班的情形。

法院支持外卖小哥的合法诉求，让公司给予外卖小哥经济补偿，维护了外卖小哥的合法权益。但这还远远不够。据《中华人民共和国劳动法》规定，用

单位每日延长劳动者工作时间超过3小时或每月延长工作时间超过36小时的，可按每名劳动者每超过工作时间1小时罚款100元以下的标准进行处罚。社保等相关部门还要对涉事餐饮配送公司存在的违反劳动法的行为予以相应处罚，这样才能让他们真正吸取教训，否则还会有更多的外卖小哥在这家公司遭遇违法加班。

值得关注的是，外卖小哥加班、超负荷工作的现象很为常见，有的外卖小哥为了生活，对于加诸自身的违规加班忍气吞声、逆来顺受，有的外卖小哥身体吃不消像本事件中的小哥一样选择辞职，但他们并没有去维

权，像这位小哥一样索取经济补偿。这位外卖小哥向公司要求经济补偿，这样勇于维权、敢于维权的做法值得其他劳动者学习。

企业有责任维护好劳动者的休息权等权益，更应该做到不踩法律红线，对于那些让劳动者违法加班的用人单位，各地监管部门也应加大惩戒力度，依法严惩违法违规企业；同时也要畅通劳动者维权渠道，降低劳动者维权成本，帮助劳动者维权。劳动者自身也要具备起码的维权意识，要勇于拿起法律武器维护自己的正当权益，这样才能倒逼企业尊重与善待劳动者，才能为自己争取到一个良好的用工环境。

■每日图评

电商“拼购”火爆背后须理性

拼购，一般指通过互联网平台，将有意向购买同一产品的消费者组织起来，集体向供应商购买，以便享受低价优惠。目前，最具代表的拼购企业为拼多多，且发展迅猛。近来，淘宝上线了特价版，京东也开展了“拼购节”，普遍分析认为，其意在“狙击”拼购平台拼多多。(3月28日中新网)

从性质上来说，“拼购”算不上是一种新鲜事物，即便在没有电商和网络购物的时代，各种各样的“团购”，其性质和“拼购”并无二致，也是很多人抱成一团，然后向商家以较低的价格购买商品。而站在商家的角度来说，则是一种薄利多销的策略，双方各取所需，皆大欢喜，现在的拼购之所以得到消费者的认

可，道理也是如此。

而相比于传统的“团购”，现在电商“拼购”有一个显著的特点，就是借助网络手段在购物的同时增加了社交的功能。这就是为什么很多商家都要求参与拼购的消费者必须关注自己的公众号，或者是必须分享给好友帮助砍价的原因。商家借助这样的拼购规则，大大提高了自己品牌或商品的传播速度与效率，这也是多数电商所极为看重的。

从这个角度来看，拼购的火爆好像也是消费者和电商平台的一种双赢，但实际上并没有那么简单。一则，很多参与过拼购的网友都表示，拼购到的商品价格确实便宜，但是质量就难如人意了。二则，既然邀请的人越多，



拼购的价格也就越便宜，很多网友就过多过频地发送拼购邀请，这实际上也是一种人际成本的消耗，难免会引发微信好友的反感。对于这一点，我们应该有清醒的认识才行，避免因小失大。

应该说，电商拼购这一模式，还会长期存在，毕竟价格便

宜对消费者的吸引力还是很大的。但是这一模式要想走得长远，还需要商家和平台拿出更大的诚意才行。而作为消费者，则需要保持必要的理性，毕竟“便宜没好货，好货不便宜”的古训，还是有几分道理的。

□苑广阔

■有话直说

商业便民网点不可等闲视之

报载，今年北京将建设提升1400个商业便民网点，其中包含500个蔬菜零售点。市政府投资补助的网点将由去年聚焦菜店、早餐店、便利店扩大至社区超市、家政、理发、洗染等项目，鼓励企业在补充“小而精”的连锁菜店、便利店的同时，打造“大而全”的一站式社区商业服务中心。

这样的新闻人民群众喜闻乐见。

老话儿说：过日子开门七件事，柴米油盐酱醋茶。说的都是老百姓日常生活必需品。别的商品一时买不到可以暂缓，这几样（当然不止这些）却是须臾不可离开的。不仅离不开，而且要购买便利。譬如炒菜时忽然发现盐没了，吃饺子少了醋，临时“抓挠”，要在十几二十分钟内买回来，总不能为此跑出几里地去。这就涉及商业网点合理布局了。

计划经济年代，各种商品短缺，但对生活必需品，尽管凭票限量，也还是要“划片”配给。这“片儿”就是商业网点布局。现如今市场经济了，商品极大丰富，东西是不缺了，但服务却未必跟得上。城市改造，高楼大厦多了，许多商业网点也没了；整顿市容面貌，大街小巷靓丽了，老百姓生活却不方便了。这种状况需要改变。政府建设、改造、投资、补助商业网点是职责所在，是为人民服务。

一座城市是否有活力，与商业、服务业是否发达有极大关系。而商业、服务业的发达并不全在有多少高档商场、购物中心，更包括星罗棋布、合理配置的商业网点。居民生活得滋润、方便，城市才有活力。如果大家除了累死累活地工作，还要为购买柴米油盐奔波、为各种生活服务发愁，那城市肯定是不宜居的。即使从拉动内需、发展经济的角度，城市管理者也应该在商业网点建设上下点功夫。无论从哪个意义上看，商业便民网点建设都不可等闲视之。

□一刀（资深媒体人）

■网评锐语

谨防“黑校车”死灰复燃

伊一芳：3月26日，是全国中小学生学习安全教育日。当天，河南省公安厅集中曝光了2018年以来全省公安交警部门查处的七起典型校车（“黑校车”）、面包车违法超员案例。谨防“黑校车”死灰复燃，相关部门必须切实担负起责任，加大监管处罚力度，提高违法成本，让“黑校车”营运者不敢妄为，直至销声匿迹。

■世象漫说



营销还是传销?

近日，“新世相”课程营销事件引发广泛关注。19日上午，不少人的微信朋友圈被一张互联网课程的海报刷屏。海报上，北京世相科技文化有限公司CEO的营销课程被标以9.9元的价格销售。3个多小时后，微信平台封停了该海报上的二维码，随后，不少购买者要求主办方退款。20日11时许，“新世相”称网友可在相关微信公众号申请退款。疯狂刷屏的网课购买，究竟是成功的营销还是违法的传销？“知识付费”如何在营销炒作与传道授业之间找到平衡点？(3月27日新华社)

□朱慧卿

■有感而发

“无人经济”需要“监管在场”

信息网上“裸奔”亟须法律“防护服”

张西流：日前，腾讯社会研究中心与某互联网数据中心联合发布了《2017年度网络隐私安全及网络欺诈行为分析报告》。报告显示，2017年下半年，安卓系统手机应用中，有98.5%都在获取用户隐私权限。个人信息在网上“裸奔”，亟须法律“防护服”。我国应加快建立健全统一的公民个人信息安全保护法，通过建立个人信息信息的合理使用制度、侵害补偿和惩罚机制，设置监督机构等方式，为个人信息上一道“保险栓”。

“无人超市”“迷你KTV”“自助健身房”“智能快递柜”……“无人经济”的迅速发展让人们的消费变得更加快捷便利。但在“无人”模式下消费，也存在一些问题。近日，中国青年报社社会调查中心联合问卷网，对2008名受访者进行的一项调查显示，76.2%的受访者称自己对“无人经济”的体验好，60.4%的受访者认为“无人经济”提供了及时、便利、多元的消费体验。但同时，65.4%的受访者担心自

己的信息安全和隐私保护问题。(3月27日《中国青年报》)

“无人经济”符合市场发展的潮流，符合经济发展规律，有广阔的发展前景，政府应该鼓励、支持“无人经济”，给“无人经济”依法创造一个健康发展的环境。从目前看，由于“无人经济”萌生和发展的速度都较快，将法律和监管“甩”在了身后，法律和监管还有点“反应不及”，“无人经济”中涉及到的不少关系和问题都处在法律的边缘、模糊甚至空白地带，

而监管则要么不知所措，要么不适应“无人经济”的发展需求，要么根本就不在场。

“无人经济”可以无“人”，可以无“现金”，但不可无“规矩”，更不可无“监管”。立法部门、政府有必要制定或修改相关法律，明确“无人经济”的业态性质、标准、准入条件、经营者义务、消费者权利、范围边界、监管责任部门等，填补调整“无人经济”的法律空白，给“无人经济”套上法律笼头。

□李英锋