

■每日观点

工会改革使搞活基层落到了实处

□张刃

工作部署不宜“一刀切”，要符合实际，还要给基层留下可以自主发挥、自我创新的空间；基层无力做或不宜做的工作，上级工会要出面，甚至代替基层说一些话，办一些事，为基层减压，才能激发活力。

甘肃省总工会在改革中率先垂范，以上带下，“钱往基层用，人往基层走，事往基层办”，以此调动基层积极性，工作呈现出充满生机与活力的“工会新景”。工人日报这则报道，有助于我们对搞活基层工会的思考。

“搞活基层”是工会经常讲、评的重点工作之一，年初部署工

作少不了这一条，年终总结考核缺不了这一项。但是，怎样才能让基层真正“活”起来，却不是一个容易回答和解决的问题。倒是基层工会同志的一句话，点中了问题的关键——“搞活基层不能只盯着基层。”这话很有道理。

譬如组织建设。搞活基层首先要建设基层，免不了要组建率、入会率，要各种统一部署的活动，还有干部配备、业务培训等等。这些当然很重要。但上级工会可曾了解基层组建和入会的工作难度？可曾有过具体的分类指导？活动当然要搞，但是否符合基层实际？基层是否欢迎？干部配备难点在哪里？培训工作效果如何？更缺什么？……这些问题只问基层，哪有满意答案。

又如维权行动。大到劳动争议、法律诉讼，小到生产环境、生活条件，一般问题基层工会还可以与行政交涉，重大问题就很难碰，甚至碰不得，碰了可能连基层工会同志的自身权益都难保障。对这些情况，上级工会可曾设身处地地想过基层的难处？可曾在关键时刻出面为他们撑腰、减压？要切实维权，只盯着基层，哪有重大成果。

再如工作考核。考核就有指标，指标还要量化，但工会的许多工作是无法用数字衡量的；如果一定要数据，那就只好搞些形式化的东西，甚至编造一些数据。如此，工作何来实绩？上级工会部门分工很细，谁都想把自己的工作纳入考核，都希望“一

票否决”，而基层工会人力有限，“一根针”对应“千条线”，疲于应对考核，哪来精力干事？又怎么能够搞活？

搞活基层，上级要为下级创造条件。工作部署不宜“一刀切”，要符合实际，还要给基层留下可以自主发挥、自我创新的空间；基层无力做或不宜做的工作，上级工会要出面，甚至代替基层说一些话，办一些事，为基层减压，才能激发活力；在考核问题上，不要“迫使”基层作假。千头万绪压到基层，压出来的数据也不真实。压不如帮，帮不如做。甘肃省工会的做法是，紧盯基层“组织不健全、人员不齐全、换届不及时、工作不正常、作用不明显、职工不信赖、

服务不到位”等问题，问计于基层、问计于职工，理清工作思路，拿出改革方案，实行清单管理，一项项推进、一件件落实，而且具体到“工会经费留成比例的80%以上留给地方和基层工会，省总本级支出中除保障运转的基本支出外，70%的经费直接用于服务职工、补助基层”“省总机关核减的行政事业编制，全部充实到市县工会及困难职工帮扶中心”……有了这样实实在在的支持、帮助，何愁基层不“活”。

改革给工会工作注入了生机与活力。上级工会增“三性”、去“四化”、强基层、促创新的改革，使搞活基层落到了实处。否则，恐怕还是停留在文件里、会议上。

■每日图评

对网售“补牙”器械要加大监管力度

“小洞不补，大洞吃亏”“随时随地，自己补牙”，这是一家淘宝店铺产品主页上的广告词。记者近日发现，在网络购物平台上，一些店铺出售医疗器械并教人在家补牙，但并未挂出经营许可证与相关产品注册证。有消费者反馈，产品缺少包装与说明书，操作之后出现了牙痛、发炎等症状。（4月1日《新京报》）

根据今年3月1日正式施行的《医疗器械网络销售监督管理办法》，从事医疗器械网络销售的企业应当是依法取得医疗器械生产许可、经营许可证或者办理备案的医疗器械生产企业，并在其主页显著位置公示这些资质和凭证。然而，从调查情况看，大多数

店铺没有公示营业执照信息，也没有经营医疗器械的相应许可。

从产品质量和安全性来看，一些店铺通过“执业医师在线”“牙科专家”等说法强调自己的专业性，但消费者对自行“补牙”的反馈并不如意。有消费者表示，DIY补牙难以操作，“不容易弄好，口水流一地，过了几天就掉了”……按照专家的说法，补牙并没有那么简单，自行“一堵了之”无法解决问题，还可能破坏牙神经和牙根尖的组织，导致肿胀、疼痛，让后续治疗更加麻烦；而操作中的交叉感染问题，如果在医院是很难避免的。更重要的是，网上出售的无证、无说明的产品本身就存在安全风险。



显然，网售“补牙”器械的漏洞亟须补上。一方面，第三方平台要履行好主体责任，除了严格审核和把好申请医疗器械网络销售店铺的“入口关”，还应加强对平台上的医疗器械销售行为

及信息进行监测，防止有关店铺“乱作为”。另一方面，监管部门要主动上线，关口前移，加大监管力度，规范和净化医疗器械网络销售市场。此外，消费者也要保持理性，谨慎选择。 □付彪

■长话短说

新业态下劳动者权益亟待依法规范

随着“互联网+”的迅猛发展，送餐员、网约车司机、网约厨师等“网约工”数量越来越大。“网约工”是一种新的就业形态。他们都是通过互联网服务平台获得就业机会。然而就实际情况而言，他们往往缺乏劳动保障。这一人群一直处于劳动权益保障的灰色地带。“网约工”究竟存在哪些劳动权益保障问题？记者就此展开了调查。（3月30日《法制日报》）

依托互联网经济发展起来的新业态，不仅成为经济的一大增长点，而且给人们的生活娱乐带来极大便利，更为很多人创造了就业机会。国家信息中心数字显示，预计到2020年，分享经济提供服务者人数有望超过1亿人，其中全职参与人员约2000万人。由此可见，新业态发展的巨大前景。

但同时，新业态下劳动者权益方面存在的问题也越来越突出。比如，基于互联网平台就业模式下劳动关系难以认定，各方责任难以厘清，一旦发生劳动纠纷，从业者的合法权益很难得到法律保障。以劳动合同为例，据报道，平台与劳动者签订的基本都是民事协议，也就不难想象“没有缴纳社保，存在后顾之忧”会成为普遍的现象。

面对新业态下新的用工形式，既要看到给经济发展带来的利好，更应关注这些普通劳动者的权益保护。一则，相关部门需要针对灵活就业、新业态形态，研究完善相应的用工和社保制度，对互联网经济催生的新业态下非传统用工关系，在政策上给予全方位保障，确保劳动者权益受到伤害时，能够维权可依。二则，专家和媒体提出的建议也亟待给予重视。比如，在劳动法和劳动合同法基础上尽快制定规章加以明确，方能从根本上保障“网约工”的合法权益。 □杨李喆

■网评锐语

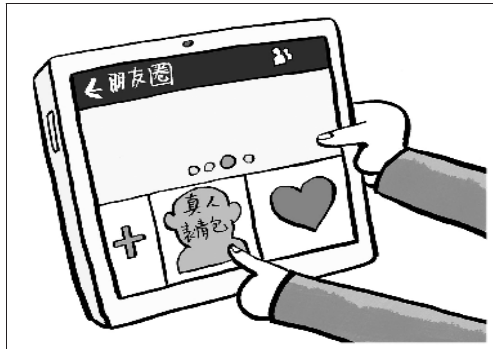
谨防“最伪科技”消费陷阱

李雪：甩一甩暗物质洗发水洗出的“浓密”秀发，穿上能“修复松弛”的石墨烯内衣内裤——是不是很享受？然而，为你打造如此“高科技”生活的，不是科学家，而是一些想象力超级“丰富”的商家。他们给产品贴上“高科技”“新科技”的标签，吹嘘神奇的效果忽悠消费者，借此高价出售。对这种“赠概念”的行为，市场监管有必要“插一手”，毕竟这些“最伪科技”消费陷阱，仅凭科普的力量难以填平。

治理骚扰电话 关键要保护个人信息

伊一芳：近年来，经国家严厉整治，垃圾短信逐渐消停，但骚扰电话仍“屡禁不绝”，手机用户吐槽不断。骚扰电话像一块“牛皮癣”，屡禁不止，严重干扰人们的生活。治理骚扰电话，关键在于保护个人信息，并杜绝商业机构向个人发送市场推销类的违规信息。

■世象漫说



真人“表情包”

继“小胖”“金馆长”、姚明脸、洪荒少女傅园慧、“葛优躺”等表情包之后又有一些热点事件中的人物形象被制作成各类表情包也在网络中瞬间铺天盖地成为网民新宠。然而在这些司空见惯的现象背后却隐藏着不得不重视的法律问题。（4月1日《法制日报》） □王锋

■有感而发

微信“帮砍价”不能缺乏防范意识

最近，砍价成功就能0元购买商品的活动在微信朋友圈掀起了热潮。从几百元化妆品，到上千元不等的手机，活动方称只要邀请朋友帮忙“砍价”至零元，即可免费获得该产品。情况到底是怎样呢？3月30日，记者进行了走访调查，发现一些优惠方面的承诺没有兑现，参与者往往白忙活；有人替朋友砍价后，个人信息被泄露，中了骗子精心设计的圈套。（4月1日央广网）

作为一种营销模式，微信“帮砍价”活动推出之初，还是

被不少人所看好，认为它属于一类值得肯定的创新。商家通过这种活动，可以吸引人们在朋友圈转发关注，在短时间获得大量关注度，大幅提升企业及其产品的推广效率。

但不少新生事物都隐含着风险，且这些风险在早期都难以预见。比如推出这一模式的，既有诚信商家，也可能出现捞一把就走的不良商家，后者的承诺不过是获取利益的幌子而已，很难真正兑现。更重要的是，这类活动还可能被不法分子盯上，通过朋友圈

砍价收集个人信息，然后将其演变成了一种新型的骗局。

因此，微信“帮砍价”反过来“砍伤”自己，对于个人无疑是一种警示。互联网时代，注意力是可以兑现成利益的资源，投入了注意力，天上也许真会掉下馅饼。但机遇与挑战并存，好处越多风险越大，是商业系统的一个规律，在参与商业创新活动时，民众不应忘记这个规律，尤其当涉及个人信息和资金时，更应保持足够的谨慎，要有防范意识，不能为了一点利益，就将风险抛之脑后。 □秋实