

■劳动时评

集体协商不妨多些“坐下来谈”

□杨玉龙

当下，受疫情影响，企业生产经营困难增多，职工权益保障面临新情况、新问题，越是在这个时候，越能够体现出集体协商的重要性。集体协商“坐下来谈”才能找到共同利益切合点，找到解决困难和问题的最优方案，从而促使劳动关系双方“一条心闯关难”。

防疫期间，企业经营遇到困难，应和职工“有事好商量、遇事多商量”。4月8日，记者从上海闵行区了解到，针对企业实际需求，区总工会牵头联合劳动关

系三方共同出台了《关于疫情防控及复工复产期间企业与职工开展集体协商操作指引》，用“一表、一图、一码、双文本”，指引企业与职工快速掌握集体协商方法。（4月14日《工人日报》）

受疫情影响，劳动用工关系难免会受到冲击。在困难面前，企业和职工“有事好商量、遇事多商量”才能有效保护好各自权益，稳定劳动用工关系。但是，即便是集体协商一再被提及，对于一些企业和劳动者而言，对如何协商还不是真正“门儿清”，甚至不善于主动协商。如此，不仅会影响到劳动关系双方权益保障，更有可能导致复工复产受阻。

“一表、一图、一码、双文

本”指引企业与职工快速掌握集体协商方法，无疑值得称道。“一表”，指的是“闵行区集体协商指导服务联系表”；“一图”，是疫情防控及复工复产期间的集体协商流程图；“一码”，企业和职工遇到问题，可扫二维码咨询工会及人社部门；“双文本”，集体协商代表公示模板，是集体协商会议纪要参考文本。

不难发现，上述《操作指引》，一方面能够让企业和职工集体协商有更为专业的指导与服务；另一方面在协商的具体环节中，可以遵循相关规则行事，增加了协商的透明性。诚如有企业负责人表示，“只需按图索骥，按表联系，按文本操作，整个集

体协商就变得非常透明、简洁、易于操作。”

当然，即便有了《操作指引》，但笔者以为，在集体协商方面，企业和职工也应有“坐下来谈”的意识与心态。毕竟，集体协商是协调劳动关系的首要准则，而其中的主角就是企业管理者及广大职工。而且，面对困难，也不能只由企业一方自己扛，职工的参与也很有必要。更何况，企业发展受阻乃至濒临倒闭，职工的饭碗也难保。

集体协商“坐下来谈”既需要在法律框架内行事，又应坚持人性化。企业如果遇到困难就想通过降薪、裁员来解决，不仅可能会因程序不合法而产生劳动争

议，进而影响到自身发展，更有可能因措施不人性化而寒了职工的心。企业应该尊重职工的合法权益，更应该兼顾到职工的感情，通过实打实、心贴心的协商想办法解决问题。

当下，受疫情影响，企业生产经营困难增多，职工权益保障面临新情况、新问题，越是在这个时候，越能够体现出集体协商的重要性。集体协商“坐下来谈”才能找到共同利益切合点，找到解决困难和问题的最优方案，从而促使劳动关系双方“一条心闯关难”。当然，对于各级工会组织而言，也应该充分发挥好作用，让集体协商推进劳动关系更稳定，复工复产更顺利。

■每日图评

期待儿童口罩国家标准尽快出台

近日，全国多地企业加紧生产儿童口罩，为学生复课开学保驾护航。一些家长反映，儿童口罩不再“一罩难求”，容易买到了。虽然儿童口罩不再紧缺，但不少家长反映儿童口罩有的太闷孩子喘不过气，有的无法贴合孩子脸型跑风漏气，还有的只能保暖防尘无法防病毒。儿童口罩缺乏国家标准，如何买到真正适合孩子的“靠谱”口罩，仍然是摆在家长面前的现实难题。（4月14日《中国青年报》）

根据国家已发布的口罩佩戴指导意见，在学校教室上课也属于聚集性非常强的场所，“要求必须戴口罩”。实际上，儿童口罩不是成人口罩的缩小版。专家

强调，“应该给孩子购买儿童专用口罩”，一方面，儿童脸型比成人小，即使使用小号的成人口罩，也难以像成人一样完全撑起口罩的立体结构，使其紧贴脸部。由此导致口罩的密封性减弱，进而影响防护效果。另一方面，儿童心肺功能尚在发育，安静呼吸每次呼入呼出的气体量为成人的40%到50%，呼吸频率与成人也有区别，对口罩透气性能要求更高。

就目前市场售卖的儿童口罩而言，建议家长首选专业品牌。其次，要看过滤效果、通气量等指标，还要注意不能有刺激性材质。但家长不是专家，难以做出科学合适的选择，关键还在于儿童口罩本



身的“达标”，于目前当然是尽快出台国家标准。据悉，日前，国家标准委发布关于征求《儿童口罩技术规范》（征求意见稿）意

见的通知，发布儿童口罩国家标准应该指日可待，这无疑尤其让人期待。

□钱凤伟

■有话直说

别打消费者和劳动者的主意

疫情来袭，严密的防控措施使得众多餐馆即使不停业，也只能供应外卖，维持生存。疫情缓解了，堂食也依然严格限制，外卖几乎成为唯一选择。因此，疫情期间，奔波在大街小巷的外卖小哥是最忙碌的群体之一。

餐食外卖要付佣金，必然增加经营成本。为此，餐饮业与外卖平台由讨价还价发展到前者集体公开呼吁降低外卖佣金，甚至不惜举报、诉讼。

餐饮业难不难？现金流枯竭、房屋租金照付、人员稳岗压力，加之堂食受限，业务量断崖式下跌，可见其难。有数据显示，今年前两个月国内餐饮企业办理注销1.3万家，平均每天注销200多家。“外卖平台扣点在20%左右，餐企基本失去了利润空间。”

外卖平台“趁火打劫”吗？业内人士说，外卖平台多年亏损，有的刚刚盈利，有的还在亏损，无力普降佣金。美团表示，订单增加，骑手成本也在增加，外卖佣金中八成用于给骑手发工资。“平均每单外卖利润不到2毛钱。”

能否转嫁给消费者？报载，近日海底捞、西贝等著名餐企带头涨价，遭到大量网民批评，两家企业只得道歉并宣布恢复原价。显然，餐企提价并不明智，反而可能进一步损失口碑和客源。

最后“一块肉”是外卖小哥工资。目前，北京美团、饿了么等重点外卖企业已有超1500个站点恢复营业，复工率超93%，约5.4万名外卖小哥日均配送单量逾百万，为居民提供服务。他们的劳动报酬若被降低，影响所及肯定不是餐企和外卖平台可以承担的。

疫情带来餐饮业行业危机是客观现实，需要多方合力共渡难关，餐企和外卖平台不是已经没有调整经营、压缩成本的空间，况且政府还有税费减免等政策扶持。市场变化了要设法适应市场，千万不能打消消费者和劳动者的主意。

□一刀（资深媒体人）

■网评锐语

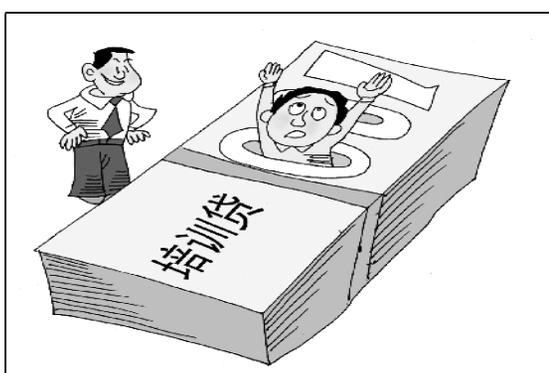
直播平台“青少年模式”不能形同虚设

孔德淇：日前，中国互联网络信息中心发布报告称，虎牙、斗鱼、哔哩哔哩、花椒、酷狗、TT语音等直播平台“青少年保护模式”流于形式，存在轻易延长使用时限、未推出强制实名认证、诱导打赏等问题。妥善解决“青少年模式”漏洞，关乎未成年人的保护，也关系到很多家庭的稳定和幸福。市场监管部门应积极履职，推动相关法规文件出台，加强监管。

上好文化课的同时也要上好“防疫课”

刘天放：目前，很多学校在线上教学的课程中，大都按照课程分类讲解，作业也都是文化科目的内容。在疫情当前的情况下，上好文化课的同时也要上好“防疫课”。其实，每一次为学生普及防疫常识，都是对其开展的一次健康教育、安全教育、心理教育乃至生命教育。由此，经常上一些“防疫课”，显然是疫情下确保青少年健康成长的正确之举。

■世象漫说



陷阱

“学费分期成就高薪人才”“分期付款实现知识梦想”……面对不少培训机构打出的诱人广告，不少求学者觉得，零手续费、分期付款既能够解决他们一次投入不足的尴尬，又可通过分摊减轻负担的方式实现其参加培训提升素养的愿望，似乎是一个非常不错的选择。可是，看上去各方均可受益的“培训贷”，有时却可能让消费者掉入陷阱。北京市朝阳区人民法院通过对相关案件进行梳理，发现“培训贷”雷区不少。（4月12日《法制日报》）

□毕传国

■有感而发

制售假冒伪劣防疫用品无异于图财害命

无口罩货源，却于疫情期间在朋友圈发布售卖口罩的虚假广告，用练习簿冒充医用口罩出售，共骗取6.5万元。上海市浦东新区人民法院14日通过远程开庭方式对这起诈骗案进行公开审理。法院以诈骗罪一审判处被告人周某有期徒刑3年，并处罚金1万元，扣押的作案工具予以没收。（4月15日 新华网网）

疫情防控期间，一串串滚动的数字牵动着每个人的心，在全社会众志成城抗击疫情之时，一些不法分子却妄想借机“生

财”，谋取不正当利益。他们得的是小利，失去的却是大义。

在全民战“疫”的当下，制售假冒伪劣防疫用品无异于图财害命。对于生产假冒伪劣消毒液、口罩的无良商人，他们眼里看到的只是利益，而置他人生命健康于不顾。面对巨大的利益驱动，制售假冒伪劣防疫用品的无良商人冲破了道德底线，既可恨又可悲，可恨的是他们利令智昏，扰乱市场秩序；可悲的是，他们不知道假冒的消毒液、口罩带来的危害是无可估量的，贻害

无穷。

鉴于疫情仍处于防控期，消毒液、口罩等防护用品关乎老百姓的生命安全。对已经发现假冒伪劣防疫用品的供货上家，应强化证据的调取，当地执法机关进行核实查处，防止更多的假冒伪劣防疫用品流向市场。要按照相关法律法规从重处罚，保障口罩等防疫用品的安全供给，特别是严禁生产销售无合格证、无中文标识，无产品名称、厂名厂址的口罩、防护服等防疫用品。

□吴学安