

■劳动时评

规范工会兼、挂职副主席履职是一大创新

□张刃

青海省总工会主席办公会研究通过《青海省工会兼挂职副主席管理服务暂行办法》，进一步规范该省工会兼、挂职副主席管理服务作用。为我们提供了一个可资借鉴的“样本”。

工会改革的一项重要内容是吸纳一线职工中的优秀代表或相关行业、部门的干部进入工会领导班子，担任兼职或挂职副主席。由于不是本职、专职工作，某些地方在兼职或挂职副主席的人选、使用方面不同程度地存在着“重形式，轻履职”的问题，使之显得“形式大于内容”，不

能有效发挥作用。解决好这个问题，关系到工会改革的深入与成效，不能不给予足够的重视。

《工人日报》报道，青海省总工会主席办公会研究通过《青海省工会兼挂职副主席管理服务暂行办法》，进一步规范该省工会兼、挂职副主席管理服务作用。为我们提供了一个可资借鉴的“样本”。

在人选选配方面，《办法》要求“突出政治标准，注重能力素质，充分考虑广泛性、代表性、专业性等因素”，并且提出，兼、挂职副主席中，至少有一名获得过省部级以上劳动模范或全国五一劳动奖章称号的一线职工。这些条件中，“政治标准”毋庸置疑，“能力素质”的重要

性在于，既然进入工会领导班子，就必须具备一定的领导与工作能力，否则只是“挂名”，就失去了改革的意义。“广泛性、代表性、专业性”的要求，体现了对人选的综合考量，以符合工会组织的群众性，而要求至少有一名劳模人选，强调的是其先进性。

确定了合适人选，再谈工作职责才能有的放矢。需要指出的是，兼、挂职副主席除了要反映职工群众意愿和利益诉求，做好组织、宣传、教育、引导职工群众工作，维护职工群众合法权益等工会职能性工作之外，应该强调“充分发挥联系工会与职工群众的独特优势，指导、参与和推动兼、挂职副主席所在单位或行业（系统）的工会工作”。这项

要求的含义是，兼、挂职副主席的主要工作和精力在其本职、专职，处理不好“兼顾”问题，可能顾此失彼；反之则有利于发挥其“独特优势”，比专职主席“更接地气”，乃至摸索总结出独特的工会工作经验。

既要加强管理，更要搞好服务。由于是兼职或挂职，他（她）们对工会工作可能不熟悉，可能遇到“兼顾”不暇的问题，可能一时提不出建设性意见。因此，其所在工会组织就有责任为之提供必要的业务培训、工作条件及合理的安排。除参加重要会议、参与重大决策外，根据其专业特长和本职工作特点，进行调查研究，提交报告、建议是行之有效的方式方法。这里强调“根据其专业特长和本职工作特点”

十分必要，为的就是尽可能增强他（她）们兼职、挂职工作及调查研究的目的性、针对性和报告、建议的有效性、可行性。

青海工会的《办法》还提出，要建立兼、挂职副主席退出机制，“对因身体状况、工作调整或工作失职、违法违规、考核不称职等原因，不适宜继续兼职的，及时终止或调整。”工作不称职或不能履职，当然应该退出，在任何岗位都是如此。从另一个意义上说，退出机制也是对兼职、挂职副主席的鞭策。

上述种种可以说明，规范兼职、挂职工会副主席的管理和服务，是使他（她）们充分发挥作用的重要前提。对他们履职进行规范化，也是工会更好发挥自身职能的一大创新。

■每日图评

“老字号+特色旅游”模式一举多得

近日，“老字号+新京范儿”跨界市集在北京前门大街亮相，市集集合了便宜坊、都一处、天兴居、全聚德、丰泽园等京城老字号品牌，游客可以沉浸式体验中国风。（11月1日《工人日报》）

老字号不仅是一个企业的名牌，更是一个地方的叫得响、亮得出的“牌子”和象征。许多游客来到北京，去吴裕泰购茶叶，去全聚德吃烤鸭，去东来顺吃涮肉……少不得要到这些地方去打卡，感受老字号带来的生活乐趣。在国内许多旅游景区，也常能见到老字号产品，成为了游客的伴手礼。

因此，通过不断研究和探索，认真做好“老字号+特色旅游”这篇文章，具有积极的意义和作用。

笔者以为，做足做活“老字号+特色旅游”文章，首先，可以当地的“老字号”为“媒”，宣传和推介旅游产业，既丰富了旅游的内涵，又能带动老字号企业产品的销售，实现了产业优势的互补和双赢；其二，让旅客在选购老字号产品的同时，走进老字号博物馆、体验馆，亲身参与和体验相关的生产活动，从中能感受其文化和技艺的魅力，增加旅游的知识性和趣味性，有利于培育和发展



旅游消费的新群体新势力；其三，能让老字号在顺应潮流、积极适应新的消费趋势中，与文化、旅游创意相结合，导入先进的质量管理方法和模式，运用先进的适用

技术创新传统工艺，提高产品质量和工艺技术水平，不但实现了传统技艺的薪火相传，而且还可拥抱更广更大的旅游和消费群体，一举多得。 □费伟华

■长话短说

“网红景点”不能变成“照骗”

美出天际的“天空之境”，不过是几块拼凑的镜子，周边环境杂乱不堪；浪漫迷人的“普罗旺斯薰衣草花海”，其实是一小片稀稀拉拉的盆栽；刷爆朋友圈的“梦幻灯光节”，现场充斥着各种“土味皮卡丘”……近年来，各地“网红景点”层出不穷，但一些景点通过虚假宣传“诱骗”消费者，受到市场监管部门的处罚。业内人士认为，在当前旅游业逐步复苏的背景下，旅游景点应修炼好产品和服务的“内功”，不能为了短期利益而触碰法律红线。（11月1日《成都商报》）

为达到诱人目的，一些“网红景点”使出五花八门的手段，刻意包装、虚假宣传、虚构事实等。比如引起社会舆论轰动的临武县滴水源“天空之境”网红景点，实施了“以小充大”“移花接木”等虚假宣传手段，用几块镜子拼凑起所谓的“天空之境”，成功忽悠了大量游客，获利达十倍之多。

通过虚假宣传，旅游景点能在短期内获取高额回报，小投入大收益，令景区趋之若鹜。虚假宣传做的是“一锤子买卖”，游客来了一次，上当受骗后，就不会再回头了。显然，不求天长地久，只求快速获利，这些“网红景点”只追求短期利益，拿“照骗”代替真实，会迅速消耗掉信誉，引起网友的反感和抵制，最终遭到社交媒体的反噬，成为速朽“网红景点”，并对旅游经济造成伤害。

因此，为了维护旅游市场秩序，促进产业健康发展，监管部门应依法严厉打击“网红景点”的虚假宣传行为，按照违法后果的轻重程度，给予相应的处罚，令其付出应有的代价。而且，“网红景点”的虚假宣传亦属于信用污点，应将其纳入景区管理的“黑名单”，向社会各界公布，提醒广大游客不要上当受骗，以达到釜底抽薪的效力，逼迫景区改过自新，重新回到发展正轨上来。 □江德斌

■网评锐语

给盲盒经济划出“法律红线”

张智全：百威啤酒的限量版盲盒，包含宇航员、包租公等行业角色的旺仔牛奶职业罐，藏有小龙虾、花椒鸡或馋嘴牛蛙的今锦上生鲜盲盒……近日来，由潮玩掀起的盲盒热潮里，频频出现跨界新产品，成为不少消费者的“新宠”。盲盒营销不能野蛮生长，必须对其依法监管。相关部门应及时完善法律，给野蛮生长的盲盒营销行为划出“法律红线”。

■世象漫说



“每周一日无作业”

每周一日无作业、适当布置体育和家务作业……针对家长和学生反映强烈的中小学生学习负担过重问题，太原市日前出台新规，明确今后中小学要控制书面作业总量，全市小学实行“每周一日无作业”制度。（10月29日 新华社） □朱慧卿

■有感而发

“法治体检”是对企业的精准“法治帮扶”

旅行社因疫情遇经营困境，不了解法律政策申请减免租金；有企业认为，出现法律风险也能通过“关系”解决；一些企业想着“先拓展业务，法律的问题可以往后放放”……这些都是辽宁组成专业律师团，在为民营企业开展免费“法治体检”中遇到的问题。律师认为，通过“体检”让企业的法律风险集中显露并不完全是件坏事，对症下药才能让企业实现持续发展。（10月29日《工人日报》）

人做体检可以尽早发现健康隐患，对症进行疾病防治，选择更适合自己的生活方式。其实，

对于企业而言，律师的“法治体检”也是一份“健康体检”，通过“体检”，律师可以发现企业的违法问题或问题苗头，能够帮助企业认清相关行为的法律后果，堵住经营管理漏洞，纠正不当行为，消除违法或侵权的风险隐患，降低违法成本。同时，“法治体检”也是结合实际问题的法治宣传教育，能帮助企业增强法律意识、自律意识，规范经营管理机制。

企业聘请法律顾问或律师所解决的多是个性化的法律问题，而律师为企业全面系统地开展“法治体检”，所解决的既有个性

问题，也有共性问题。在“体检”完成后，律师出具“体检报告”，提出“体检建议”，不仅对被检企业的健康发展大有助益，也可以在积极分享信息后为立法工作、政府决策、市场监管、劳动监察、金融服务等提供有价值的参考，助力相关工作增强科学性、合理性、规范性、实际性。

说到底，“法治体检”是对企业的精准“法治帮扶”，这样的好做法干到了企业的心坎上，深受企业欢迎，这样的好做法多多益善，应该在更多地方、更大的企业范围复制推广。 □李英锋

“双十一”购物需要理性消费

前溪：2020年“双十一”比每年提前到来，各大电商平台和商家纷纷加大促销力度，通过线上直播等方式进行各种优惠促销活动，令消费者眼花缭乱、应接不暇。近日，广西消费者权益保护委员会发布“双十一”消费提示，提醒广大消费者保持清醒的头脑，避免囤货，抵制浪费，做到理性消费、冷静参与、防范套路、及时维权。消费者在“双十一”购物时需要理性对待，在全国上下提倡节约的当下，过“双十一”，更要避免“浪费”。