

## ■劳动时评

## 职场“花名文化”应与法治相向而行

□张智全

一个健康的职场生态，既需要花名带来的轻松氛围，更需要法律赋予的权益保障。唯有让“花名文化”在尊重法律、保障权益的前提下运行，才能真正实现文化赋能与劳动关系和谐的双赢，成为企业持续发展的正向力量。

近日，一则关于员工入职后“失去本名”、被统一改为花名的消息引发社会热议。从“托尼”“佩奇”到“鼠小宝”，这些五花八门的称呼已成为不少企业推行扁平化管理、构建企业文化常见的做法。（12月1日《工人日报》）

职场“花名文化”的兴起，反映了企业管理模式的迭代更新。尤其在科技、互联网等新兴行业，“武侠风”“果蔬类”花名替代“某总”“某经理”的层级称呼，能有效淡化等级观念。无论是阿里的武侠角色，还是拼多多的果蔬代号，独特的命名体系，还能强化职工的身份认同与归属感。对涉外业务企业而言，统一英文花名更能提升国际沟通效率。显然，对“花名文化”在促进组织沟通、培育企业文化方面的积极作用，其创新意义不应被全盘否定。

但热闹的职场“花名文化”背后，法律风险正逐渐显现。一方面，花名可能影响劳动关系的清晰认定。根据《劳动合同法》，劳动合同需载明劳动者姓名，若正式文件仅使用花名，可能导致

合同主体模糊，甚至影响合同效力。另一方面，花名也增加了劳动者维权成本。在主张工资、经济补偿等权益时，劳动者常需要额外举证，证明花名与本名的对应关系，客观上增加了劳动者的维权难度。

更值得警惕的是，若企业强制使用花名，或对拒绝使用的职工实施调岗、减薪等差别对待，则可能构成对姓名权的侵害。而带有贬低、歧视意味的花名，更会触碰人格尊严底线，极易引发法律争议。

可见，“花名文化”并非“非黑即白”，关键在于能否在文化创新与法治框架间找到平衡。要让“花名文化”真正服务于企业与职工，需多方协同发力，筑牢权益保障防线。

首先，企业应严守“自愿使用”原则，坚守尊重劳动者人格独立的企业文化底线，在倡导职工使用花名时，始终把其“拒绝权”作为首要遵循，不能以任何形式强制实施，更不能因职工拒绝使用花名而进行调岗、减薪等差别对待。

其次，明确花名使用的合理边界。企业内部沟通可使用花名，但对外法律文件、劳动合同、社保登记、离职证明等必须使用职工本名，确保劳动关系主体明确。企业还应建立花名审核机制，防止出现侮辱、歧视或人格矮化的不当命名。

再次，职工应增强证据意识，妥善保管使用本名签署的劳动合同、入职通知等文件，同时保留选择花名的沟通记录、系统

截图等证据，清晰证明花名与自身的对应关系，避免后续纠纷中因证据不足陷入被动。

最后，劳动监察部门应加大监察力度，对强制推行、因拒绝使用花名而打压职工等行为及时查处。司法机关在审理相关劳动争议纠纷时，应结合花名使用的实际场景确立裁判标准，通过典型案例引导企业规范管理。

职场“花名文化”的兴起，是企业管理创新的缩影，但任何创新都不能脱离法治轨道。一个健康的职场生态，既需要花名带来的轻松氛围，更需要法律赋予的权益保障。唯有让“花名文化”在尊重法律、保障权益的前提下运行，才能真正实现文化赋能与劳动关系和谐的双赢，成为企业持续发展的正向力量。

## ■每日图评

## “体育外卖”要兼顾质量与安全

傍晚时分的小区空地，一名年轻的体育教练正带着两个孩子进行跳绳训练。在许多城市，家长只需轻点屏幕，专业教练便会对体育技能“配送”上门。这种名为“体育外卖”的新型服务，正悄然改变着传统体育培训的模式。（12月1日人民网）

“体育外卖”的兴起，既是“上门经济”与体育产业的深度融合，更精准切中了青少年体育备考、职场人碎片化健身等现实需求，让体育培训突破了地域限制，实现了资源的优化配置。

如何在保障服务质量与安全的同时，推动“体育外卖”行稳致远，是当前亟待解决的问题。首先需要建立统一的服务标准和有效的监管机制。这要求多部门协同发力，共同制定专项标准，完善相关监管政策和法规。通过明确教练资质要求、服务流程规

范、安全责任界定等关键环节，为“体育外卖”行业划定清晰的边界，确保其在合法合规的轨道上运行。同时，利用平台化和数字化手段，对服务过程进行实时监控，及时发现并纠正问题，为行业发展保驾护航。

此外，配套升级是重要保障。“体育外卖”的灵活发展，离不开专业场地支撑。各方应共同努力，推动学校场馆向社会有序开放，加大社区运动设施投入，为服务提供安全合规的运动场所。这既能降低户外训练的安全风险，更能提升教学专业性，增强消费者信任感。

对消费者而言，理性选择同样关键。应优先选择资质齐全、有固定办公点的平台，主动核查教练资质，不被“低价包年”诱惑，方能避免维权困境。

唯有监管筑防线、平台强责



任、配套补短板、消费者存理性，多方齐心协力、共同努力，才能推动“体育外卖”在规范中

升级，真正为全民健身注入持久活力。

□王琦

## ■世象漫说



“维修变坑钱”

今年7月，湖南的毛女士发现家里的冰箱突然不制冷了。当晚9点，她通过某平台预约上门维修服务。半小时后维修师傅到达，检查后称“主板损坏”，随后报出一连串费用：主板899元、夜间服务费30元、检测费30元，共计959元。维修完成后，师傅信誓旦旦地表示：“绝对修好了，质保90天。”不料第二天早上，冰箱再次出现故障。乱收费、调包零部件、虚假售后……记者调查发现，不少消费者在家电维修过程中，陷入“维修变坑钱”的困境。（11月28日《法治日报》）

□邵怡明

## VR职业体验助力人岗精准匹配

11月22日至23日，由广东省江门市新会区总工会与区人力资源和社会保障局联合主办的2025年新会区“金秋招聘会”暨VR职业体验专场在新会人民会堂前举行。招聘会特别引入了“VR职业体验专区”，让求职者沉浸式体验目标岗位的真实工作场景，帮助他们精准定位职业方向，提升人岗匹配效能。（12月1日《南方日报》）

VR借助现代科技手段，为人们带来视觉、听觉和触觉等方面的新体验。目前，这一技术已广泛运用到学习、工作、观展等多个场景。广东江门新会区总工会举办的招聘会，特设“VR职业体验专区”，让求职者沉浸式感受岗位场景，为破解人岗匹配难题提供了新思路。

通过VR虚拟现实技术模拟真实职场环境，还原操作流程，让求职者直观掌握岗位内容与企业氛围，提前判断自身适配度，提高人岗精准匹配；用人单位也能筛选出对岗位有清晰认知的候选人，提升招聘效率、降低成本，实现“求职者少走弯路，企业精准选材”的双赢。

随着社会快速发展，各种高科技和智能化手段，已广泛运用到求职招聘的不同场景中。当下就业市场对人岗匹配精度要求日益提高，各地相关部门应借鉴此类创新，在招聘会中引入更多科技元素，以更温情、更智能的服务，打通就业服务“最后一公里”，让就业服务既有温度，又有精度，切实助力稳就业、促发展。

□赵杰昌

其次，要把好“培养关”。企业应督促师傅根据徒弟的岗位特点，制定“个性化培养方案”，明确阶段目标与学习重点；同时建立跟踪机制，及时解决师徒在教学、工作中遇到的难题，让“带教”有方向、“学习”有抓手。

尤为关键的是把好“考核关”。要建立“双向考核、奖惩分明”的激励机制。比如，对徒弟，可以将考核结果与定职定级、薪酬待遇挂钩；对师傅，可以根据徒弟的成长成效给予奖励，还可通过工作实绩、专家评审、职工投票的方式，评选“金牌师傅”“名师标兵”，给予激励。

“师带徒”不仅关乎企业当下的生产效能，更影响长远的人才储备。实践证明，唯有以完善的激励机制为保障，“师带徒”才能真正“传”出技能，“帮”出经验、“带”出人才，为高质量发展注入持久动能。

□方醒

## ■长话短说

## 用激励机制助力“师带徒”取得更好成效

“孙强，注意看，这个风叶护罩不能使猛劲推，要均匀用力，以免挤坏变形，这个操作细节你要注意。”“孙强，注意这个线头子一定要接实了。”在山东丰源远航煤业有限公司北徐楼煤矿，师傅丁建新一边娴熟地安装护罩，一边耐心地向徒弟孙强讲解操作要点。这生动的一幕，正是北徐楼煤矿“师带徒”培养模式落地见效的真实写照。（11月28日《山东工人报》）

当下，不少企业像北徐楼煤矿一样推行“师带徒”，依托老师傅的实战经验，帮助新职工快速掌握技能、融入岗位，减少成长弯路。但“师带徒”并非简单的“手把手教”，要想避免流于形式、实现“传技能、帮成长、带人才”的目标，离不开科学的激励机制做支撑，核心在于把好“三关”。

首先，要把好“人选关”。企业需结合岗位需求与职工特质，为经验丰富的老师傅匹配合适的徒弟。既要考量徒弟的学习意愿、职业规划，也要兼顾师傅的教学风格、擅长领域，让“师徒结对”更具针对性，从源头保障培养质量。

其次，要把好“培养关”。企业应督促师傅根据徒弟的岗位特点，制定“个性化培养方案”，明确阶段目标与学习重点；同时建立跟踪机制，及时解决师徒在教学、工作中遇到的难题，让“带教”有方向、“学习”有抓手。

尤为关键的是把好“考核关”。要建立“双向考核、奖惩分明”的激励机制。比如，对徒弟，可以将考核结果与定职定级、薪酬待遇挂钩；对师傅，可以根据徒弟的成长成效给予奖励，还可通过工作实绩、专家评审、职工投票的方式，评选“金牌师傅”“名师标兵”，给予激励。

“师带徒”不仅关乎企业当下的生产效能，更影响长远的人才储备。实践证明，唯有以完善的激励机制为保障，“师带徒”才能真正“传”出技能，“帮”出经验、“带”出人才，为高质量发展注入持久动能。

□方醒