

以制度性安排保障老有所养、老有所依



党的二十大报告提出:“实施积极应对人口老龄化国家战略,发展养老事业和养老产业,优化孤寡老人服务,推动实现全体老年人享有基本养老服务。”推进基本养老服务体系建设,是党中央确定的一项重大政治任务和民生工程。近日,中办、国办印发《关于推进基本养老服务体系建设意见》(以下简称《意见》),对推进基本养老服务体系建设,实现老有所养、老有所依作了重要基础性制度安排,是推动解决老年人在养老服务方面急难愁盼问

题,兜住底、兜准底、兜好底,不断增强老年人的获得感、幸福感、安全感,实现老有所养的重要制度设计。养老既是家庭要事,也是国家大事。一个社会幸福不幸福,很重要的要看老年人幸福不幸福。党的十八大以来,我国养老服务制度体系加快完善,基本养老服务的公平性、可及性不断提高,为基本养老服务体系建设奠定了坚实基础。但是,必须清醒认识到,一方面,我国社会老龄化程度越来越高。截至2022年底,全国60周岁及以上老年

人超过2.8亿,占全国总人口19.8%,其中65周岁及以上老年人达2.1亿,占全国总人口14.9%。另一方面,基本养老服务依然是新时代养老服务工作的短板弱项,发展不平衡不充分问题仍然突出。只有加快建设覆盖全体老年人、权责清晰、保障适度、可持续的基本养老服务体系,才能让每一位老人都能生活得安心、舒心,都能健康长寿、安享幸福晚年。

在实施积极应对人口老龄化国家战略、实现基本公共服务均等化的背景下,出台《意见》可谓正当其时、意义重大。在中央文件中首次确定了推进基本养老服务体系的内涵和主要任务,明确了政府、社会、市场和家庭在基本养老服务中的职责定位,明确了基本养老服务涵盖物质帮助、照护服务、关爱服务等主要内容,突出了对老年人生活安全与失能长期照护服务保障,回答了基本养老服务“服务谁”“服务什么”“如何服务”等关键问题,《意见》的出台可谓我国养老服务发展史上的一个重要里程碑。

坚持基础性、普惠性、共担性和系统性原则,尽力而为、量力而行,是推进基本养老服务体系建设的一

大突出特点。针对目前我国各地区的发展仍不均衡,老龄化程度差距明显等实际情况,《意见》做了相应的创新性制度安排,具有很强的现实针对性。比如,将养老服务划分为基本养老服务和非基本养老服务,并且用清单化、标准化的方式将基本养老服务作为公共产品向全体老年人提供。再如,鼓励和引导企业、社会组织、个人等社会力量,依法通过捐赠、设立慈善基金、志愿服务等方式为基本养老服务提供支持和帮助,等等。

基本养老服务体系建设是一项长期工作,必须坚持不懈、久久为功。以《意见》的出台为着力点,深入贯彻落实党的二十大精神,贯彻落实积极应对人口老龄化国家战略,贯彻落实党中央关于推动全体老年人享有基本养老服务的决策部署,就一定能为老年人共享改革发展成果、安享幸福晚年提供坚实保障。

·岚山·

(来源:人民网)

权威之声

打破“被自愿”加班,让休息权尽快归位

记者连续多日采访了北京、湖南、广东等地30多名劳动者发现,近九成职场人或多或少需要加班,近六成职场人平均每天加班超过1小时;且有一半的职场人加班后得不到任何形式的补偿,如加班费、调休等。

九成劳动者需要加班,这份小范围的调查,应该跟很多劳动者的感受相符。比如在互联网行业,以前一些企业管理者公然宣称“996”工作制,而随着劳动者权益保障水平的提升,公然要求强制加班的现象减少,但企业通过工资、考核等机制,还是能让员工“自愿”加班。

所谓“自愿”加班,更像是一种“被自愿”。一些领导没有提出加班要求,但布置的工作量在工作时间内根本无法完成,绩效考核自然会受到影响。为了保证工资水准不下降,员工只能加班加点。

企业逼着员工在加班和降薪之间做选择,这种变相强制加班,对劳动者休息权造成的伤害更隐蔽,成了企业规避法律风险的一种套路。同时,由于维权举证难度更高,这也让劳动者陷入更被动的困境。

不管是强制加班,还是打着“自愿”的幌子变相强制加班,都

是侵害劳动者合法权益的行为——《劳动法》中关于工作时间和休息休假明确规定:“劳动者每日工作时间不超过八小时、平均每周工作时间不超过四十四小时”,特殊情况需要延长工作时间的,用人单位需要和劳动者协商。

的确,有些企业用工成本较高,但这也不是牺牲劳动者休息权的理由。企业不能转嫁成本,最后让劳动者埋单。更何况,部分企业把员工加班时间的长短当成了衡量员工是否有奉献精神、尽职尽责的唯一指标,以至于“无效加班”盛行,“下班就走”反而变成了一种偷懒。

企业能靠着不合理的工资结构、考勤机制,让员工“自愿”加班,说到底,还是因为劳资双方的关系不对等。用人单位作为资方,掌握着主动权,而劳动者要想依法维权,一方面面临着很高的举证成本;另一方面,可能要付出失去工作的代价,所以往往只能忍气吞声。

而企业之间的竞争,让牺牲劳动者权益,变成了一种提高自身竞争优势的内卷手段。在劣币驱逐良币的生态下,超时加班自然成了一种企业文化,一种潜规则,员工很难与之抗衡。

面对这种局面,首先还得让《劳动法》等相关法律法规硬起来,为劳动者撑腰。比如,可以畅通投诉举报的机制,让劳动者有更多的维权渠道;再如,劳动监察执法等职能部门,加大对违法违规企业的处罚力度,提升企业强制加班的法律代价,倒逼落实法律规定;又或者更好地发挥工会组织的作用,让它能够为劳动者权益及时兜底……

·熊志·
(来源:光明网)



一朝一夕破除绝非易事。但不论如何,长时间加班是透支劳动者的身心健康,在劳动者权利觉醒的当下,理当从常态化的监督执法做起,打破强制加班,让休息权归位。

·熊志·

(来源:光明网)

热点时评

“顺手买1件”怎成了“顺便坑1次”?



“我每次下单后,结算页面都会出现‘顺手买1件’的提醒,看起来价格很便宜,但产品并非来自我消费的店铺,这是真的吗?”最近,网购爱好者陈女士注意到,在某购物平台购物后出现了“顺手买1件”的促销,每次的商品都不一样,与选购店铺也没有关系,因此产生疑问。记者调查发现,“顺手买1件”实为平台和商家的营销手段,并不意味着划算。而且,部分“顺手买1件”涉嫌侵害消费者知情权并涉嫌价格欺诈。

经常在网上购物的人,对于“顺手买1件”都不陌生——选好商品,准备提交订单的时候,“顺手买1件”就会不失时机地出现,其中商品大多价格低且标注“原价”高。尽管这些商品并不在购物计划之内,但总有人按捺不住“买到就是赚到”的心理,进而积极买单。消费者的这种心理很容易理解,一方面,“顺手买1件”的商品大多价格低廉,很容易使人放下戒备;另一方面,因为是购物之后“顺手买1件”,消费者很容易认为,低廉的

价格属于商家附赠的优惠。然而,消费者的一厢情愿,往往会坠入一个精心设计的圈套:“顺手买1件”的产品从价格到品质,都有很大的水分。低廉的价格是“顺手买1件”最大的诱惑,而这往往也是最大的骗局。相当一部分“顺手买1件”的商品并没有那么优惠,所谓“原价”只是虚标,更有甚者,实际售价比“顺手买1件”的价格还要便宜。至于质量,更是一言难尽。因为看不到实际销售页面,消费者对“顺手买1件”商品的详细信息一无所知,同时也看不到销售记录和消费评价,购买就像开盲盒,一切全靠碰运气,因此踩坑者大有人在。

看到“顺手买1件”,很容易使人想起超市收银台附近的货架。实际上,同样是主打顺手消费,两者却有着本质上的不同:无论摆在什么地方,超市内的商品价格公开透明、生产信息一目了然;相比之下,“顺手买1件”商品则语焉不详,令人如雾里看花。造成这种局面的根本原因就在于,“顺手买1件”压根就不是为了方便消费者而设计,而是平台面向商家推出的营销工具,当消费者在单店下单金额达到一定门槛后,可以在下单页勾选一件包邮商品进行超值换购。这一营销工具的本意是帮助商户在现有客单价基础上进一步提升客单价,既不需要额外的流量投入,也不产

生额外的物流成本。

电商平台照顾商家的良苦用心可以理解,但将消费者隔绝在外之后,所谓的照顾很可能酿出一杯“毒酒”:因为消费者无法查看产品详情,“顺手买1件”实际上已经成了藏污纳垢之地,不仅给部分店铺、商品价格造假、品质造假提供了空间,而且起到了劣币驱逐良币的恶劣示范效应,这对于店铺和平台的健康发展都是一种严重的打击。

在“顺手买1件”中,相关商品的“原价”无法查实,而“顺手买1件”与“原价”之间的差异又诱导消费者进行交易。因此,语焉不详的“顺手买1件”不仅侵害了消费者知情权,同时也涉嫌价格欺诈。“顺手买1件”不能成为“顺便坑1次”,平台和商家设置促销活动吸引消费者无可厚非,但不论何种促销,都应该遵守法律法规。建立在遵守法规、尊重消费者权益的基础上,“顺手买1件”应该更加公开透明,让消费者可以比质比价,如此才能实现各方共赢。

·赵志疆·

(来源:光明网)

世象杂谈

从快递增速感受活力中国



快递业联系千家万户,连通线上线下,既是畅通生产与消费的重要渠道,也是观察经济发展的一扇窗口。国家邮政局监测数据显示,截至5月4日,今年全国快递业务量达400亿件,比2019年提前了128天,比去年提前了24天。仅用4个多月快递业务量就完成400亿件,彰显了行业发展的强劲韧性,也成为生机勃勃的活力中国的一个生动写照。

将观察的尺度细化,39天超100亿件,67天超200亿件,96天超300亿件,124天超400亿件;今年以来,快递日均业务量稳步向上攀升,这样的成绩凝结着快递企业抢抓机遇的不懈努力。行业企业主动发力新技术、不断拓展新业务,在助力畅通经济微循环中培育新的增长点。从次日达提速为半日达,“上午下单,下午送到”打造快递新速度;从单向配送到双向揽派,覆盖更广的智能快递车带来配送服务新体验;联合多方资源服务电商出海,不断完善的跨境寄递网络助力“快递出海”迈出新步伐……一系列新举措,推动快递服务网络更加顺畅、服务质量更高、运力持续升级,推动行业保持良好运行态势。

快递日均业务量逐月增长,映照我国消费市场回升向好的良好态势。快递业支撑市场流通持续改善,助力线上消费需求逐步释放。一季度,全国实物商品网上零售额同比增长7.3%,占社会消费品零售总额的比重同比提高1个百分点。今年“五一”假期,全国共揽收快递包裹近15亿件,日均揽收量较2019年增长约1.2倍。一件件快递包裹,展现出一幅充满烟火气的繁荣景象,也彰显着我国消费市场持续恢复的基础没有改变,消费规模扩大、结构升级的态势仍在延续。

快递日均业务量逐月增长,折射我国产业融合发展的新趋势。追踪快递包裹的流动轨迹,便会发现,不断织密的快递网络后,是加快换挡升级的“快递进村”,是体量持续壮大的“快递入厂”。广东茂名的荔枝、浙江舟山的海鲜、江苏睢宁的家具、浙江慈溪的小家电……今年以来,快递企业不断下沉服务网络,工业品下乡进村渠道更加畅通,越来越多的地方农产品销往全国,每天超亿件快递包裹在农村地区流动,持续激发着乡村消费活力。入厂物流、仓配一体化、区域性供应链服务……通过将服务延伸至生产环节,快递业与制造业进一步融合,既有力助推了制造企业降本增效,也让快递企业开拓了市场新空间。

今日中国,已形成一张网点超41万处、日均服务7亿人次的巨型邮政快递网络。全国400多万快递小哥每日穿梭在大街小巷,让这张大网活力更足、韧性更强。随着一系列促消费、畅通政策的实施和居民消费信心的持续增强,快递业服务生产、促进消费、畅通循环的先导性作用将进一步发挥。在深度进村、提速入厂、阔步出海中不断推动经济高质量发展。

·韩鑫·

(来源:人民网)

“汽车下乡”重在优化消费环境

汽车消费作为大宗消费,是当前稳经济、促消费的重要抓手。近日,国务院常务会议审议通过关于加快农村消费促进政策,部署加快建设充电基础设施,更好支持新能源汽车下乡和乡村振兴。开展新能源汽车下乡活动,不仅能够降低用车成本、引导农村居民绿色出行、提升农村居民幸福指数,而且能够进一步提振消费动力、拉动经济增长,是一件利国利民的好事。把好事办好,还要挖掘农村市场的潜力,在优化新能源汽车消费环境上持续用力。

供给侧至关重要。随着生活水平稳步改善,农村居民对出行的需求日渐提高。绿色环保、用车成本较低的新能源汽车成为人们出行的重要选择,农村市场发展成为新能源汽车的重要增长点。值得注意的是,当前人们对美好生活的向往总体上已经从“有没有”转向“好不好”“优不优”,品质型消费逐渐取代了温饱型消费。但农村消费有其特点,相较于城市居民,农村居民更注重汽车皮实耐用和强大承载力,农村道路路况也与城市存在差别。在这种背景下,车企在产品开发上,应瞄准农村市场需求,注重产品的驾驶体验、安全性等,“定制”更多适宜农村地区使用的、质量可靠的车型,丰

富新能源汽车供应,从而获取更大的农村市场份额。要破除制约消费的障碍。买车对农村家庭来说是一件大事,养车也需要一笔不小支出。如果相关配套设施、售后服务跟不上,势必会挫伤农村消费者的购车积极性。充电排队现象在城市并不鲜见,而大多数乡镇很少有充电桩,更不用说新能源汽车的维护网点。农村居民购车后“充电难”“为一颗螺丝钉专门进一趟城”,在一定程度上成为影响新能源汽车农村销售量的关键因素。要更长效、有力地促进新能源汽车消费,还应将售后服务与销售渠道一起下沉,在乡镇一级建立稳定、有序、优质的售后服务网点,让农村居民买着放心、用着省心,免除购车的后顾之忧。要加大力度支持相关配套设施建设,创新充电基础设施建设、运营、维护模式,让广大农村居民也能享受到便利的换电服务,建设车用天然气加气站,以满足农村地区社会车辆的加气需求。

让新能源汽车下乡更顺畅,需要政府、行业、企业等相关各方共同努力,优化新能源汽车消费环境,给农村消费者提供更多实惠,更好满足农村居民日益增长的出行需求。

·南楠·

(来源:人民网)

