

对员工“任性”惩罚涉嫌违法

特约评论员 胡建兵

任何人上班时间只允许用微信聊工作,不允许私聊,否则发现一次罚款100元,月累计超过5次的,给予辞退处理,而且没有任何经济补偿……黑龙江哈尔滨一家公司近日发布的《关于微信的使用规定》引发热议。近年来,一些用人单位“解锁”的奇葩惩罚可谓层出不穷,其中包括一度冲上热搜的“死神辣条”事件。殊不知,如此“任性”已涉嫌违法。

当时,某财税服务有限公司业务部的“惩罚日”到来,主管给出两个选择:喝下1.5升矿泉水,或吃两小袋“死神辣条”。因业绩不佳,7名员工接受了惩罚,均选择吃辣条。结果,辣条一下肚,7人的身体都出现了不同程度的不适,两名女员工还进了医院。一名女员工检查结果为胃绞痛,医院给打了止痛针;另一名女员工小雪,当天被诊断为小肠炎性激惹表现。在吃下辣条的12天后,小雪被诊断为慢性非萎缩性胃窦炎。此后,小雪和公司开始了关于赔偿的拉扯。

员工未能完成业绩,既与员工自己能力和努力程度不够有关,但也可能与公司

管理和考核激励机制不健全有关。现在很多企业员工的薪资是与业绩捆绑起来的,哪个员工不想多做一点业绩、多拿一点薪酬?做不出业绩,只拿一点基本工资,这样的员工是很难在公司生存发展下去的。所以,员工做不出业绩,公司应该帮助他们分析原因:如果业务水平不高,可以通过教育培训、传帮带等,提升他们的能力;如果确实懒惰、不认真工作,那应该按照公司的规定,在经济上进行必要的处罚。之后如果业绩还是提不上去,那按照公司与员工订立的劳动合同,到期后可以解除合同。

这家公司没有认真研究员工未完成业绩的原因,却用“死神辣条”来对员工进行变相体罚,这不仅达不到激励员工的目的,反而让这些员工在众人面前丢尽颜面,还损害了身体健康,已涉嫌公然侮辱他人,违反了我国治安管理处罚法相关规定。

除了强迫吃“死神辣条”,“花样”还有很多,有罚员工喝厕所水的、有罚员工下跪爬行的、有罚员工暴走70公里的、有罚员工扇自己耳光的、有罚员工当街自骂“我是死猪我怕谁”的、有罚员工上街“裸奔”的……一些用人单位基于管理者的身份,打着激励的幌子,“任性”地对员工进行所谓



惩罚,不仅践踏了员工的尊严和合法权益,也有损企业自身形象;不仅是对员工精神和身体上的摧残,更是对法律的挑战。

对员工奖勤罚懒是应该的,但不能逾越道德和法律底线。我国劳动合同法明确规定,用人单位侮辱、体罚、殴打、非法搜查或者拘禁劳动者的,应依法给予行政处罚;构成犯罪的,依法追究刑事责任;给劳动者造成损害的,应当承担赔偿责任。因此,用人单位要对员工进行人性化管理,如实行奖惩与工资、奖金挂钩,有罚有奖,建立考核末尾淘汰机制等。只有尊重员工,依法办事,不让员工受到侮辱,才是对员工最大的激励。

直播带货, 规范方能长远

燕陆

“没错的”“上链接”“还剩最后3单”……在不少电商直播间里,总能见到、听到类似的“直播捧哏”。从某种程度上说,“直播捧哏”是电商直播行业持续发展衍生出的一种细分职业。然而,有些“直播捧哏”会“逼单”,通过附和主播来营造价格低、库存少的氛围,催促用户赶紧下单。此外,有的直播间还有“职业弹幕人”。他们通过跟播互动、刷虚假好评等增加人气,制造商家商品好、销量高的假象,诱导消费者非理性下单。诸如此类问题,亟待整改规范。

近年来,我国电商直播行业迎来蓬勃发展的黄金期。商务部数据显示,今年前10月,全国直播销售额超2.2万亿元,同比增长58.9%,占网络零售额18.1%。电商直播活跃了消费市场,为经济发展注入生机活力。与此同时,网络直播行业中的种种乱象也给不少人带来困扰,直播电商平台投诉多发。产品质量差、虚假宣传、不文明带货、价格误导等问题引发消费者“吐槽”。相关问题不仅损害消费者的合法权益,也影响市场竞争。及时为势头正猛的行业设路标、划红线,不是限制其发展,而是确保其行进在健康发展的轨道上,使行业发展更有后劲。

直播间绝非法外之地。广告法、电子商务法、产品质量法、消费者权益保护法等法律规定,都适用于网络直播带货。《网络直播营销管理办法(试行)》明确了直播营销各方参与主体的责任,《关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见》提出加强网络直播营利行为规范性引导,最新修订的《互联网广告管理办法》将通过互联网直播方式推销商品或者服务的商业广告纳入管理。近年来,我国陆续出台一系列针对网络直播尤其是带货直播的政策法规。依法加强电商直播管理,整治不正之风,惩治不法勾当,才能为行业健康有序发展夯实基础。此外,随着网络消费市场新模式新业态不断衍生,也有必要针对新情况新变化及时完善规则制度,回应现实问题。

网络消费市场的繁荣发展离不开法治护航,也需要多方力量协同共治。监管部门应认真履职尽责,对电商直播相关违法违规行为加大打击力度;平台要认真履行管理主体责任,加大监管力度,做好引导规范;商家则须严格遵守法律规定,强化自律,诚信经营。当然,消费者也应提高自身的风险意识,在网购过程中加强对各类营销套路的防范,发现权益受损及时向平台和监管部门举报求助。经营者多一分担当,消费者多一分理性,直播带货就能在欣欣向荣中行稳致远。

惠民、利民、便民,让亿万人民在共享互联网发展成果上有更多获得感,是我国网信事业发展的旨归。第五十二次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至今年6月,我国网络直播用户规模达7.65亿人,其中电商直播用户规模为5.26亿人。合力共促直播带货向阳生长、清朗前行,推动电商直播行业持续健康高质量发展,方能不断提振消费信心,更好满足人民群众对美好生活的向往。

自2024年开始,
我国将在地级及以上城市
全面开展城市体检



城市体检 找短板

记者11月28日从住房城乡建设部了解到,自2024年开始,我国将在地级及以上城市全面开展城市体检,找出人民群众的急难愁盼问题和影响城市可持续发展的短板,推动系统治理“城市病”。

新华社 徐骏 作

信息共享加速 患者诊疗减负

杨彦帆

【事件】《“十四五”全民健康信息化规划》提出,开展全国医疗机构信息互通共享三年攻坚行动。一段时间以来,多地有序推进医学检查检验结果省域内的互通共享,浙江省共有436项检查检验项目实现互认,累计互认数量超过3000万项次,直接节约医疗费用超过11亿元;福建省检查检验结果互认平台已经接入了243家二级以上的公立医院……截至目前,全国已有204个地级市开展了检查检验结果的互通共享,让群众看病少做重复检查、减少诊疗支出。

利用率,增强群众获得感。

检查检验结果互认的前提是检查检验的规范化、标准化。在实际工作中,不同医院存在检查检验项目编码、标准、质控水平不一等情况。国家卫生健康委等4部门联合印发的《医疗机构检查检验结果互认管理办法》明确,医疗机构应当规范开展室内质量控制,并提出各级质控组织应当定期规范开展质量评价工作,推动本地区医疗机构提升检查检验质量。在此基础上,多地医院进一步明确了检查检验互认的项目清单,为开展检查检验结果互认夯实了基础。

在统一技术标准、质控标准的前提下,还要解决医疗机构之间的信息不互通、不共享的问题。近年来,我国加快打破医疗机构间的信息壁垒,国家全民健康信息平台基本建成、省级统筹区域全民健康信息平台不断完善。据统计,目前已有多家二级以上公立医院接入区域全民健康信息平台,20个省份超过80%的三级医院已接入省级的全民健康信息平台。如今,电子健康档案、电子病历实现

省内共享调阅,保障了检查检验结果的时效性。不断夯实的信息化基础设施建设,让信息流通代替群众跑腿,为群众带来了实实在在的便利。

医疗服务,关乎群众的身心健康,关系千家万户的福祉。从推进检查检验结果互认,到多地实现医保异地就医直接结算,再到互联网医院提供在线问诊、药品配送等服务,人们欣喜地看到,我国医疗卫生事业发展取得长足进步,便民就医从“有”到“优”,看病就医更便捷、群众更舒心。也要看到,不同地区之间医疗水平仍有差异,号源紧张、就医等待时间过长、医院周边交通堵塞等问题依然影响着群众的就医体验。更好满足群众就医需求仍任重道远,还需精准施策、常抓不懈。

路虽远,行则将至;事虽难,做则必成。为群众提供优质医疗服务,是医疗卫生事业发展的题中应有之义,也是保障人民群众健康的内在要求。期待更多暖心举措落地,加快推进医疗资源均等化、诊疗服务规范化,让群众看病更舒心、健康更有保障,为建设健康中国奠定坚实基础。

【点评】

在一家医院做了检查后,换一家医院就诊,还要重新检查,既费时又费钱。由于技术、质量安全等原因,部分医疗卫生机构对检查检验结果“不能认、不愿意认、不敢认”,重复检查检验成为不少患者的烦心事。实现检查检验结果互认,既可以改善患者就医体验,也有助于提高医疗资源的