

一边是职场“背奶妈妈”群体日益壮大,一边是工作场所母婴室配备严重不足 “37度的母爱”何处安放

《工人日报》陈曦

一场会议间隙,泵奶的闹钟响起,可跑遍写字楼也找不到母婴室,无奈只好钻进卫生间,泵出乳汁后再倒掉……近期的热播剧《今生也是第一次》中,王子文饰演的职场女性路远方遇到的窘境,让“背奶妈妈”这一群体再度成为关注焦点。

在母乳科学喂养渐成共识的当下,越来越多职场妈妈选择加入“背奶一族”,却在单位陷入“东躲西藏”的尴尬处境。近年来,在“三孩”政策引导下,尽管不少公共场所和用人单位逐步建起针对哺乳期女职工“背奶”需求的母婴室,但数量仍无法满足队伍日渐庞大的“背奶妈妈”的需求。

母乳,还有个温暖的别称叫“37度的母爱”。如何稳妥安放这份“37度的母爱”,不让“背奶妈妈”辛苦又心酸?

当职场妈妈决定母乳喂养

储奶袋、电动吸奶器、蓝冰背奶包……早上8点,在福建福州市仓山区一家高新企业工作的田洁清点好装备,准时出门。这是她产后第145天,也是成为“背奶妈妈”的第20天。

“背奶”是指职场妈妈在产假结束返岗后,把专业的吸奶、储奶器具带到单位,利用工作间隙完成吸奶、冷藏、保存等一系列流程,下班后背回家给宝宝当第二天的“口粮”。

世界卫生组织建议,婴儿出生后均应纯母乳喂养4—6个月,之后开始添加辅食,并继续母乳喂养至两岁到两岁以后,直至自然断奶。据了解,母乳喂养一方面能促进婴儿体格和大脑发育,增加其抗病能力;另一方面降低了母亲产后出血、乳腺癌、卵巢癌等疾病的发生概率。

在这一科学观念的影响下,“背奶妈妈”的数量与日俱增。曾有调查显示,33.57%产假后返岗的职场女性选择成为“背奶妈妈”。

在决定“背奶”之前,田洁做了很久的心理建设,但她很快发现,比起辛苦和麻烦,如何在单位完成泵奶程序才是最棘手的。也有调查显示,73.24%的“背奶妈妈”表示公司没有母婴室,她们在工作期间采集母乳的地点主要有洗手间、私家车、会议室等。

一场背奶“游击战”

“单位不仅没有母婴室,而且办公室是

开放式的,会议室都是玻璃门。”背奶第一周,田洁过上了四处“打游击”的生活。她去过卫生间,但紧张、尴尬和脏乱的环境让她差点“回奶”;也尝试过储藏室、茶水间,但每次泵奶需要20分钟,一听到脚步声心里就打鼓。

最近,在同城妈妈群的启发下,田洁终于寻觅到合适的地方:公司旁边健身房的更衣室。为此她“斥资”2000多元办理了一张会员卡。

在大连市一家金融机构工作的王涵,面临着跟田洁相似的窘境。去年11月,她加入了“背奶妈妈”的行列。时间充裕时,王涵会骑车来到写字楼附近商场的母婴室;而工作忙碌或是有客户在时,她只能请女同事帮忙“放哨”,围着哺乳巾在办公桌前解决。

此前,一项调查显示,85%的“背奶妈妈”在上班后6个月以内选择断奶。其中,有40%是因为单位不方便“背奶”而被迫放弃母乳喂养。

推动母婴室建设和管理规范

事实上,工作场所母婴室建设一直在被呼吁。2012年颁布的《女职工劳动保护

特别规定》就曾提到,女职工比较多的用人单位应当根据女职工的需要,建立女职工卫生室、孕妇休息室、哺乳室等设施,妥善解决女职工在生理卫生、哺乳方面的困难。

“全国层面的规定较为原则性,具体如何建设、如何管理,需要各地出台法规细则进一步明确。”华东政法大学经济法学院副教授李凌云举例称,广州市较早出台了全国首部母乳喂养促进条例,推动写字楼、工业园区等场所统一建设哺乳室,并明确建设责任人应当对其进行维护和管理,且出台了相应的罚则条款。

近年来,各级工会积极推进工作场所母婴室建设,取得了很大进展。全国总工会办公厅发布的《关于实施小微企业工会经费支持政策》中,允许使用返还的工会经费来建设母婴室等职工福利设施,可以一定程度上解决小微企业的资金难题。记者了解到,以上海市为例,截至目前,共建成5400多家“妈咪小屋”。

守护哺乳期女职工的权益,除建好用好母婴室之外,还有很大探索空间。李凌云告诉记者,哺乳期女职工享有每天1小时的“哺乳时间”,但在实践中常被工作挤占。用人单位应通过灵活安排,用较为弹性的方式充分保障哺乳期女职工这项权益。

检测方法和标准五花八门 评测质量参差不齐 第三方评测能信吗?

《半月谈》邵鲁文

在互联网平台上,针对各类商品的“第三方评测”十分常见。评测机构和博主通过测试相关产品,并就质量、价格、服务等方面做出排行,为消费者提供购物参考。记者调查发现,评测机构所使用的检测方法和标准五花八门,评测质量参差不齐。一些机构甚至“以商养测”,以评测名义收取品牌方费用,不仅无法起到购物参考作用,反而影响了正常的市场秩序。

评测眼花缭乱 购物左右为难

数据显示,10年来,国内数字零售交易规模增长9倍,目前已超过13万亿元。“不少消费者为挑选到质量出众、性价比高的产品,养成了先看产品评测再购物的习惯,评测机构圈子也应运而生。”电商从业者张向阳说,在社交平台和视频平台检索某类产品,常常会出现关于评测机构或博主制作的产品推荐排行榜,从价格、质量、功能等多个维度对一批产品进行打分,并按照分数高低进行排名,供消费者参考。

随着涌出的评测机构越来越多,不少机构的评测内容也遭到消费者质疑。一些消费者表示,近两年一些评测机构不再专注于评测,有的还推荐商品、直接带货,一些消费者甚至因此买到问题商品。

在—项针对2010名受访者进行的媒体调查显示,72.4%的受访者觉得第三方评测机构/平台缺乏统一、规范的商品评测标准,59.7%的受访者指出第三方评测机构/平台用虚假评测来营销推广产品,44.6%的受访者觉得检测过程缺乏相关监督。

公开资料显示,部分评测机构还发布不实评测。不久前,某自媒体账号发布“9款热卖橄榄油竟全部翻车”的评测视频,引起了广泛关注。中国粮油学会油脂分会随后发布公告表示,从市场上随机抽取视频中提到的9款橄榄油产品,送至具有检测资质的检测机构进行检测,结果显示各项

指标完全符合国家标准,相关机构发布的评测内容不实。

看似客观中立 实则为了利益?

许多评测机构标榜自己是“第三方”,相关评测结果“客观中立”,但由此引发的消费乱象时常出现。

记者发现,相同品类的产品,不同机构的评测结果却不同。以拉杆箱为例,一家评测机构选取了5款拉杆箱,评测后得出一组结论,而另一家机构评测得出的排名顺序完全相反。

一些评测机构标榜权威,但缺乏检测资质。在某社交平台上—则关于婴儿奶粉的评测中,评测机构宣称购买了6款婴儿奶粉,找到业界权威机构进行营养成分分析、有害物质检测等评测。但无论是评测视频还是文章,均未说明到底选取的是哪家“权威机构”。

业内人士介绍,以食品行业为例,一些餐饮产品的检测不是仅靠一些仪器设备就能完成的,一般需要到高校和科研机构中具备检测资质的实验室进行。有些评测机构在没有专业测试的情况下进行虚假宣传,制造“权威”的噱头。

此外,“以商养测”也让一些评测内容变了味。记者注意到,目前一些“头部”评测机构出于利益考量,在评测中或是推荐自己的产品,或是为他人代言产品。有消费者反映,一些机构的评测看似是评测,实则是广告。



加强日常监管 引导行业自律

受访专家认为,第三方评测机构涉猎范围广、发布内容杂,部分内容涉嫌违规。以食品行业为例,国务院食品安全办等10部门《关于加强食品安全谣言防控和治理工作的通知》明确规定,任何组织和个人未经授权不得发布国家食品安全总体情况、食品安全风险警示信息,不得发布、转载不具备我国法定资质条件的检验机构出具的食品检验报告,以及据此开展的各类评价、测评等信息。因此,机构违规进行产品检测并发布相关排名,监管部门和平台方应积极采取行动予以管制。

专业人士介绍,收取排名费为个别商家广告宣传的,可以视为广告经营者;既评测又卖产品的,也可以视为广告主。北京宣言律师事务所律师杜秀军认为,互联网

平台要完善自身监管体系,对于从事评测业务的机构或博主,严格进行内容审核,仔细区分评测与广告,并对广告内容做出标识。如果广告经营者或广告主存在违法或虚假行为,应及时配合相关部门的处罚,对涉事主体的账号进行封禁。

“第三方评测平台应做到独立、公正、科学和专业,需要严防利益冲突。非独立公正的评测结果,涉嫌侵害消费者知情权和选择权,也涉嫌构成虚假宣传或商业诋毁等不正当竞争行为。”中国互联网协会法工委副秘书长胡钢说,市场监管、消协等部门应加强日常监管,一旦出现消费纠纷引发的法律问题,相关评测机构要承担相应的法律责任。

多位专家建议,针对不同的评测机构,可以借助行业协会或联盟的力量,加强业务培训和法律法规宣讲,提高从业者规范经营意识,引导行业内从业机构自律。