

签了“合作协议”就不是员工? 在家上班就没有劳动关系?

宁波中院:劳动关系不是一张纸说了算

本报记者 俞可薇 通讯员 钟法

“签的是合作协议,干的却是公司指派的话,受伤了谁来管?”这曾是无数外卖骑手、网约车司机、网络主播心中的困惑。近年来,新业态灵活多元的用工模式,在释放就业活力的同时,也催生了劳动关系认定模糊、社会保障覆盖不足、平台责任界定不清等一系列新问题、新挑战。

为破解新业态用工纠纷难题,近日,宁波市中级人民法院联合宁波市委社会工作部,梳理全市法院近年来审结的涉新就业群体劳动争议案件,从中选出一批具有典型性、代表性的案例,通过以案释法,进一步统一全市法院类案裁判尺度。

签了“合作协议”就不是员工?

法院:看实际管理

实践中,部分平台企业、用工单位为规避劳动法规定的用人单位责任,刻意通过签订“合作协议”“承揽协议”“服务协议”等民事合同形式,将实质上的劳动关系包装成平等民事合作关系,损害劳动者合法权益。

在一起案例中,杨某入职社区团

购站点后,所在公司将相关业务外包给科技公司,杨某被迫与科技公司签订《自然人服务合作协议》,但其日常工作仍由原供应链公司站长统一调度、管理,劳动报酬标准、发放时间也均由该供应链公司决定,科技公司仅为代为发放薪资的

渠道。法院据此认定,杨某与供应链公司之间存在事实劳动关系,揭穿了部分用人单位借“业务外包”“合作经营”之名,行逃避法律责任之实的违法行为。

宁波法院坚持以“支配性劳动管理”为核心认定标准,摒弃形式化审查,对用

工关系进行实质甄别。综合考量劳动者工作时间,工作量的自主支配程度,劳动过程接受管理、考核、奖惩的约束程度,劳动报酬发放方式,以及工作内容是否属于单位业务组成等关键因素,对存在真实用工事实、符合劳动关系法律特征的,依法认定劳动关系成立。

工作很自由还算“打工人”?

法院:自主性强就不算

新业态用工形式多样,并非所有新业态从业者均与平台企业构成劳动关系。宁波法院以“支配性劳动管理”为核心标准,精细化区分平台对劳动者的管理控制程度。

在付某某与某货运公司劳动争议案中,付某某从事快递配送工作,劳动报酬按日、按月分段结算,公司对其上下班时间无

硬性要求,不实行考勤打卡管理,付某某工作自主性极强,且其此前曾自主注册经营快递门店。法院经全面审查认为,双方之间经济从属性、组织从属性、人身依附性均较弱,不符合劳动关系法定认定标准,属于平等民事合作关系。该案通过对用工从属关系的精细化权重分析,明确将高自主性、高收益的新型合作关系排除在劳动法律规

制范围之外,为同类新业态用工司法审查提供了“强自主一弱从属”的典型判例。

在黄某某与某传媒公司劳动争议案中,双方签订《艺人签约协议》,明确约定为民事合作关系。公司对黄某某开展的演艺培训、行为规范引导、流量扶持等,均属于直播行业惯例内的运营服务,黄某某无需遵守公司考勤、作息

等劳动纪律,劳动收益主要来源于粉丝打赏并按协议比例分成,工作安排、直播内容均具有高度自主性。法院依法认定双方不构成劳动关系,该案再次重申实质审查原则,既防止企业以合作协议为名规避劳动关系建立义务,也避免将普通民事合同关系不当纳入劳动法调整范围。

在家上班就没有劳动关系?

法院:照样受保护

当前,居家办公、远程协作、弹性工时等新型灵活用工模式日益普及,给传统劳动者权益保障带来新挑战。

在王某与某健身公司劳动争议案中,王某主要负责数据报表制作、线上口碑维

护、健身器械检查等工作,仅需偶尔到店,其余时间均居家办公,公司股东通过微信开展日常工作管理,按月向其支付固定劳动报酬,并通过第三方公司为其缴纳社会保险。法院综合全案事实,依法认定双方

构成事实劳动关系,判令健身公司支付未签订书面劳动合同二倍工资差额及违法解除劳动合同赔偿金。

该案明确了司法机关对居家办公等新型灵活用工模式的裁判态度:即便工作

地点灵活、无传统考勤制度,只要符合劳动管理、报酬支付等劳动关系核心特征,即依法认定劳动关系,给予劳动者充分法律保障,切实守护灵活就业群体的合法权益。

交钱就办、7天拿证、包邮到家

“老字号”“非遗”遭山寨认证沦为造假生意

《工人日报》 时澜娜 马凯

“拿块金字招牌”“在消费者心中打下百年传承的烙印”“拉开与杂牌的差距”……记者近日发现在一些社交平台上,隐秘地出现了“中华老字号”代办业务。在记者采访过程中,有代办机构表示,办理不看经营时间长短,只需要提供营业执照、法人身份信息,支付费用,7个工作日内“中华老字号”证书和牌匾就能“包邮到家”。

记者从某代办机构获取的一份委托服务合同显示,合同乙方为河北某公司,服务事项为办理

中华老字号荣誉资质业务,服务费2500元,签约后一次性支付。

证书左上角是被认证公司名称,正中央赫然写着“中华老字号”……记者注意到,“花钱就能办”的“中华老字号”似乎以假乱真,但实际上却与载明“中华老字号”中英文字样和发证机关为“中华人民共和国商务部”的正规证书和牌匾差别很大。

在“自证真实”的过程中,商家基本都会提供可供查询、验证证书真伪的网址。记者进入发证机构为某企业研究会的“中华老字号”证书上提供的“官网”,输入证书编号查询,确实能查到相关证书。然而,当记者联系到其上级主管部门,得到的答复却是“经核实,该研究会从未设立官方网站”。

“‘中华老字号’只能由商务部认定,其他任何机构的所谓‘中华老字号’认证,都不具有法律效力。”就市面上可买卖的“中华老字号”认证的真伪,商务部流通发展司工作人员明确回应道。

和“中华老字号”一样历经时间沉淀的非物

质文化遗产,也被一些别有用心之人利用,做起了生意。从398元的非遗技艺传承师证书,到1800元的非遗传承人、非遗工作室、非遗研究中心牌匾……交钱、提供身份信息、选项目等邮寄,类似的套路同样在非遗传证中上演。

“这种有关中华老字号、非物质文化遗产的山寨认定扰乱了市场秩序,侵害了真正的老字号品牌和非遗传承人的合法权益。通过虚假认证误导和欺骗消费者,也损害了消费者的知情权、公平交易权。”中国人民大学法学院教授刘俊海认为,上述行为违反了反不正当竞争法、消费者权益保护法等,如果情节严重、金额巨大、后果严重,还可能涉嫌构成非法经营罪。

刘俊海建议,有关部门应主动作为,发挥市场监管、商务、文旅、公安等部门合力,共同打击山寨认证。社交平台应及时处理山寨认定账号和相关信息,电商平台应履行对入驻商家及其提供服务的审查义务,利用大数据识别异常行为,就审查不严、监管缺失等过错承担相应责任。

