

# 破解数字时代劳动权益保护新问题

金歆

“五一”国际劳动节之际,劳动者权益保护成为社会关注的热点问题。近年来,AI(人工智能)、大数据等数字技术飞速发展,深刻改变了劳动形态、用工模式与管理方式,在提升生产效率的同时,也给劳动者权益保护带来了新课题、新挑战。

现实中,一些用人单位借助技术发展,“扩大”对员工的管理权限,通过工位摄像头、后台监控等手段,监测劳动者的一举一动。例如,广东一企业以监控发现劳动者“闭眼3分钟”为由,要求解除劳动合同。面对AI对就业的冲击,一些企业反而借机规避劳动者权益保障义务。例如,北京一地图企业以AI替代人力岗位,而后以“劳动合同订立时的客观情况发生重大变化”为由,要求和劳动者解约。还有的企业利用算法设置隐形门槛,对女性、35岁以上群体求职者自动过滤,甚至有的企业“组成联盟”将“和原

人单位发生过纠纷者”的简历做特殊技术标注,让就业歧视披上了“技术中立”的隐形外衣。

数字技术的演进,不能异化为侵害劳动者权益的“数字枷锁”。上述行为,本质上是对劳动者人格权、休息权、平等就业权等法定权益的侵害。个人信息保护法明确了个人信息处理的最小必要原则,劳动法、劳动合同法等对用人单位规章制度制定、劳动合同解除设置了严格法定程序,就业促进法更是明令禁止各类就业歧视。任何技术应用都不能突破法律的刚性约束,更不能成为侵权免责的“挡箭牌”。

破解数字时代劳动权益保护新问题,关键要让法治建设跟上技术发展的脚步,织密织牢制度防护网。

当前,我国已形成由劳动法、劳动合同法等构成的劳动保障法律体系,但面对数字技术催生的新型用工场景,仍需进一步细化规则。例如,针对算法考核、大数

据监控等问题,有关部门应明确用人单位数字管理的合法边界,严禁过度干预劳动者正常休息与人身自由;针对AI替代岗位相关纠纷,可以通过司法解释、指导案例明确相关司法认定标准,倒逼企业履行协商调岗、培训转岗等法定义务;针对算法就业歧视,要严格落实算法备案、审查机制,压实平台与用人单位主体责任,对隐形歧视行为加大处罚力度。此外,劳动保障部门还应升级数字化监管能力,畅通劳动者维权渠道,针对技术细节合理分配举证责任,破除劳动者“举证难”痛点,让维权之路更顺畅、更高效。

保障劳动者权益,需要有关部门、企业、社会形成多方共治的强大合力。不少企业因充分保障劳动者权益,在社会上赢得良好口碑,提升声誉,从而快速发展。将劳动者权益保护贯穿技术应用全流程,尊重劳动价值、呵护劳动者尊严,劳动者也必将以更饱满的热情投入工作,实现企业发展与劳动者权益保障的共赢。

## 用好标准 这个“通用语言”

刘温馨

近段时间,几则关于国家标准的消息引人关注。

一则是,国家标准外文版全文免费公开,用户可随时上线查阅。截至2026年3月底,我国已累计发布国家标准外文版2613项。

另一则是,强制性国家标准《移动电源安全技术规范》公开发布,充电宝有了新标准。此外,汽车车门把手安全技术要求、化妆品5项行业新标准等多项与人们生活息息相关的国家标准,也陆续发布。

为何如此重视标准?标准具有怎样的重要意义?不妨从3个故事说起。

一个是关于“守护”的故事。曾经,外卖行业无证经营、后厨脏乱、餐品密封不严、“幽灵外卖”等问题时有发生,去年底发布实施的《外卖平台服务管理基本要求》直击要害,明确商户入驻资质、食安封签使用、配送流程规范等要求,从源头筑牢安全防线。

标准守护安全、规范秩序,是质量安全的底线。从食品药品到家用电器,从装备制造到数字服务,标准管的是细节,守的是底线,护的是民生。让标准贯穿生产生活全过程、各领域,推动各行业从“野蛮生长”向“规范提质”转变,有助于筑牢产品质量底线,不断增进人民群众的获得感、幸福感、安全感。

一个是关于“赋能”的故事。曾经一谈起“莆田鞋”,许多人脑海中的标签就是高仿、山寨、质量差等,而如今,品质、时尚、潮流日益成为新的标签。品质的持续提升,离不开“莆田鞋”系列团体标准的赋能。连续屈挠5万次后,不出现帮底开裂、鞋底和帮面开裂才算合格;衬里和内垫耐摩擦色牢度项目指标,从国内相关标准要求的不低于2至3级提高至不低于3级……从耐用性能到健康性能,标准夯实了品质基础,也让“莆田鞋”打开了更大的市场空间。

标准引领创新、赋能制造,是产业升级的“助推器”。制定标准并非束缚发展手脚,而是为迈向更高端、更高水平明确方向、保驾护航。以标准引领技术进步,助推更多中国制造向中国创造稳步跨越,新质生产力就能更好蓬勃生长。

还有一个是关于“开放”的故事。随着中国电动汽车在海外市场越来越受青睐,越来越多贸易伙伴采用中国标准。截至去年9月,已有35项中国汽车标准分别被智利、厄瓜多尔、尼日利亚等国家采用。这些标准的采用,降低了中国新能源汽车出口的技术壁垒,也大大缩短了出口认证周期和成本,为中国车企拓展海外市场提供了重要的制度性支撑。

标准联通世界、深化合作,是对外开放的“通用语言”。“十四五”时期,全球起重机领域发布的18项国际标准中有9项由我国牵头制定;2025年,我国在智慧电网、传统医学、脑机接口等各领域共牵头制定发布相关国际标准285项……技术在哪里、产业在哪里、市场在哪里,标准就在哪里。随着越来越多的中国标准同步成为国际标准,“与世界接轨”将助力越来越多中国产业耀眼全球,为世界经贸往来架起畅通桥梁。

标准是行业安全的“守护盾”,是产业发展的“指南针”,是国际贸易的“通行证”。用好标准这个“通用语言”,让更多中国标准引领发展,不仅能保障产品质量与安全,推动行业高质量发展,还将推动中国以更开放的姿态为全球发展带来广阔机遇。

## 并非“万能药”

红霉素软膏是药物,不是护肤品,更不是“有备无患”的家庭“万金油”。“包括红霉素软膏在内,任何家中常备药都不是万能的,我们要按照药品说明书和医嘱规范、合理用药。滥用抗生素不但起不到正向作用,反而可能引发细菌耐药,导致类似感染再出现时,使用抗生素的效果变差,甚至完全无效。”辽宁省沈阳市卫生健康服务中心主任医师李涵说,科学就医、合理用药,才能真正做好自己健康的第一责任人。

新华社 朱慧卿 作



## 一部微短剧何以带火一座城?

周元

近日,以浙江衢州市常山县为故事背景的微短剧《孤马传》走红网络,全网曝光量破亿,吸引了众多游客来到常山这座“宝藏小城”,成为微短剧赋能文旅发展的生动注脚。

“跟着微短剧去旅行”渐成风尚,得益于微短剧自身的传播特点。相较于传统文旅宣传片、风景短视频等传播形式,一些微短剧将山水风光、人文历史、市井烟火融入故事讲述,表达方式更灵活、内容呈现更丰富、情绪感染力更强,成为文旅传播的“破圈”新路径。

“微短剧+文旅”的热潮,背后也蕴藏着鲜明的时代逻辑。一方面,移动互联网

时代,大众信息接收呈现轻量化特征,微短剧时长短、观赏门槛较低,适配大众移动端观看习惯。另一方面,如今人们对出游的期待已不止于单一的观光打卡,而是趋于情感化、个性化、体验化出游,微短剧以剧情赋能风景、以故事浸润人文,精准契合大众文旅消费的新需求。

除了助力文旅传播,微短剧还能集城市形象塑造、地域IP打造、文旅消费激活等功能于一体,实现多维价值的叠加释放。湖北荆州市依托微短剧《从前有座灵剑山》的传播热度,推出相关主题活动,活动期间游客量同比增长近两倍;在新疆库车市取景的微短剧《独夜未眠》融合丝路风情与龟兹文化,让藏在山水古迹里的地域文化“活”起来,更多人得以领略当地

的自然之美与文化之韵。

热潮之下,也需冷静思考。目前,部分地方“微短剧+文旅”融合存在内容同质化、浅层化等问题。不少地方跟风加入,剧情套路高度相似、视觉表达千篇一律,难以形成独特记忆点;部分作品重流量、轻内涵,对优秀传统文化挖掘不足,难以沉淀形成持久的文旅品牌。

行稳方能致远,赋能更需提质。推动微短剧更好赋能文旅发展,必须坚持内容为王、守正创新。唯有深挖地域文化特色,少一些套路化的流量追逐,多一些走心的文化表达,方能让故事有根、有魂、有长久的吸引力。愿更多地方能通过微短剧等新形式讲好地方故事,实现流量与口碑的双赢、人文和经济的交融。

## 去掉“心机商标”方得发展商机

吉哲鹏

日前,一家饮料企业因“0糖”商标登上热搜,引发消费者关注:以为是健康承诺,其实有可能是文字游戏。近年来,从标识“120W”实则并非相应功率的充电器,到声称“手打”实际却是机器生产的挂面,再到“壹号土”猪、“山里来的土”鸡蛋,类似“心机商标”频现,消费者无端“踩坑”,闹心又无奈。

商标本是连接产品品质与消费者信任的桥梁,却被个别企业异化为糊弄消费

者的包装陷阱。将“手打”“0糖”等品质指向性表述注册为商标,借概念噱头大肆宣传,刻意模糊产品真实属性,诱导消费者产生错误认知。这种营销套路,看似是所谓“巧思”,实则是诚信的违背,易涉嫌违反商标法,损害消费者权益,更易侵蚀市场经济的信任基石。

如此“心机商标”也许能赢得一时销量,最终却会透支产品信誉,丢掉消费者口碑,被市场淘汰。

整治“心机商标”,需监管、平台、企业多方协同发力。对那些不法商家,监

管要“长牙带刺”,与网信、公安等部门形成合力,加大处罚力度,让那些在商标上“费尽心机”者,最终“枉费心机”;电商平台作为销售主阵地,要扮演好“守门员”角色,承担起对商品宣传内容的审核与治理责任。

企业更要清醒认识到,诚信才是最长久的“商机”。那些靠玩文字游戏、靠虚假宣传博眼球的行为,是饮鸩止渴。唯有摒弃短视的“心机”,秉持诚信经营,以货真价实的产品和服务立足市场,方能赢得消费者信任,实现企业长远发展。