

高温津贴检查应向社会公开

□ 张淳艺

从事室外露天作业,以及不能采取有效措施将工作场所温度降低到33℃以下的,应当向劳动者发放高温津贴。但多年来,高温津贴的落实一直是个难题。对此,人社等部门每年都会进行相关执法检查,但每次检查,公众往往只看到了开头,看不到结尾。

《政府信息公开条例》第九条规定:行政机关对符合下列基本要求之一的政府信息应当主动公开:(一)涉及公民、法人或者其他组织切身利益的;(二)需要社会公众广泛知晓或者参与的。高温津贴执法检查事关劳动者的切身利益,需要公众积极举报提供线索,因此,有关部门应该加强检查过程和结果的公开透明,给社会一个交代;反之,“闭门检查”,秘而不宣,不仅违反了信息公开条例的规定,而且也不利于高温津贴政策的落实。

在劳资关系中,劳动者本就处于弱势地位,不会更不敢主张权利。2015年,四川省人社厅、安监局等部门进行的调研显示,当劳动者的高温劳动保护权益受到侵害时,90%的受调查员工表示不会选择去劳动监察机构或者安监部门投诉,究其原因都是为了保住“饭碗”,保持稳定就业,出现集体失声的现象。专项检查虎头蛇尾,没有下文,很容易让劳动者对有关部门的执法力度产生怀疑,认为即使维权也未必有用,反而会砸了饭碗,从而对拿不到高温津贴愈发敢怒不敢言。

缺乏公开,监督不够,也确实会影响到执法检查的刚性。近年来,不少地区也出台了相应的惩罚措施,但鲜有一家企业因不发高温津贴受罚。比如,2013年5月1日起实施的《江苏省劳动合同条例》率先明确用人单位未按规定发放高温

费属于违法行为,将给予最高2万元罚款。然而,直到2015年夏,有媒体调查发现,江苏仍没有一家企业因不发高温津贴受罚。这显然与高温津贴普遍落实不到位的现状相矛盾。相关罚则看似严厉,如果执法检查失之于软,只打雷不下雨,并不触及用人单位的根本利益,其自然有恃无恐,对高温津贴背后的劳动者权益缺乏敬畏。

要想高温津贴不再成为老话题,有关部门就应当在加强执法检查的同时,注重信息公开,充分满足公众的知情权、参与权和监督权。比如,及时公布典型案例,提升劳动者维权信心,打消用人单位侥幸心理。只有增强政府部门的执法意识、劳动群体的用法意识、用人单位的守法意识,形成三位一体的良性互动,才能确保高温津贴落实到位。

外卖上高铁 是多赢举措

□ 魏文彪

7月17日开始,乘高铁出行的人们迎来一项新的便利,铁路部门将在全国27个主要高铁客运站,推出动车组列车互联网订餐服务。点点手机,不仅可以选高铁列车上的餐车盒饭,而且也可以订沿途社会品牌的餐食。(7月17日央广网)

一直以来,旅客在高铁上只能买到铁路部门提供的盒饭、小吃,因口味单一、价格偏高,备受社会热议。全国27个主要高铁客运站将推出动车组列车互联网订餐服务,无疑能让旅客享受到口味更为丰富的餐饮服务。

价格方面,有人担忧高铁外卖的价格会比市面上的外卖贵很多。据中国铁路总公司相关负责人此前表态,铁路部门向社会餐饮企业开放铁路互联网订餐平台,符合规定的餐饮产品均在12306网明码标价,供旅客选择。而只要存在充分市场竞争,企业与商家为了获取市场份额,大多会将商品价格制定在最大程度接近成本的程度。

破除高铁餐饮垄断,引入市场竞争,让社会餐饮企业能够分得高铁餐饮经济的一杯羹,有利于维护与促进市场公平竞争。因此,外卖上高铁,不仅能让广大旅客享受到实惠,而且也是一种多赢举措。

拧紧暑期“安全阀”的每个螺丝

□ 卞广春

暑假溺水问题,被不少媒体称为儿童意外伤害的“第一凶手”。为严防中小学生溺水事故发生,珠江市相关部门绘制出一幅“溺水危险点”地图,并按照不同的区域进行了提醒,呼吁市民切莫让孩子到“溺水危险点”游泳。(7月17日《珠江晚报》)

7月4日,贵州省普安县发生一起溺水事故,共4名小学生溺亡。7月5日,山东省潍坊市两名12岁男孩溺水身亡……暑期刚开始,各地就接连发生多起儿童安全事故,给儿童暑期安全敲响了警钟。

拧紧儿童假期的“安全阀”,家庭应承担主要责任。放暑假后,家长应给孩子上一堂安全课,告知孩子什么事能做,什么事不能做,比如,家里的电器、煤气灶使用和门窗的控制等,要让孩子有一个基本的认识,对不安全因素和可能发生的意外,要让孩子知道第一时间处置办法。

除了家长,社会也应分担家长压力,做些实际有用的工作。儿童离校前,学校应做一些安全知识方面的教育和宣传;离校后,可以通过QQ群、微信群和儿童交流,与他们进行经常性沟通,让儿童假期过得充实一些。社区可专门针对儿童组织自助娱乐活动,让大孩子带小孩子,让孩子跟着大孩子,社会其他组织、志愿者也可以帮助孩子补差、补缺,搞一些兴趣活动,为儿童安全过暑假助一臂之力。

爱心支教变收费辅导班 涉嫌多重欺诈

□ 斯涵涵

利用暑期参加爱心支教活动,到达支教地点后才发现,主办方非但没有相关资质,竟然还开起收费性质的辅导班。近日,记者调查发现,这些大学生参加的所谓“陕西爱心支教联盟”背后,是一家名为陕西尚思教育科技有限公司的商业机构。7月14日,集中出现“支教变收费辅导班”的陕西省汉中,当地教育局表示,经调查,涉事企业并无举办支教活动的相应资质,目前相关部门已对其进行查处。(7月16日《北京青年报》)

美好的爱心支教却变了味,其中涉嫌多重欺诈。首先是对大学生们的欺骗。花言巧语,有的支教点会扣押学生证和身份证,让涉世不深的大学生不仅白白付出劳动,还遭遇村民的误解和质疑,一些大学生甚至自己掏钱归还所收学费,严重影响其对社会的正确认知和判断。其次是对支教地点村民的欺骗,明明利用了大学生们的无偿劳动,却对村民开展有偿支教。其三是篡改了支教活动宗旨,支教是指一项支援落后地区乡镇中小学的教育和教学管理工作。在提升农村孩子教育质量的同时,也为青年志愿者的梦想和成长助力。“爱心支教变收费辅导班”显然是背道而驰。

仔细梳理,“支教”骗局早有破绽:“支教联盟”发放的面向学生和家长的宣传单上,居然标注有课程的费用,严重违背支教免费原则,大学生们虽有疑惑,却未深究;初期大学生们被培训使用“话术”和“技巧”,还让大学生跟家长说是“985”和

“211”高校的学生,如此虚假宣传有违诚信,真正的公益支教真诚、热情,绝对不需要如此掩人耳目,谎话连篇。

值得追问的是,这些受骗大学生是被自称是“陕西爱心支教联盟”的负责人在各自大学教室里宣传鼓动的,他们是如何轻而易举举进入校园大张旗鼓招聘的?记者调查发现,“支教联盟”将整个陕西省按市一级分成若干大区,再从中分出县区一级的小区,小区有8-10个支教点,每个支教点有一名负责人,另有作为“支教老师”的大学生5-8人。由此可见,“支教联盟”是有组织有预谋地针对大学生且利用支教名义进行欺诈活动,一些大学仅仅提醒该校所有学生“不要参与到此类组织中”是不够的,监管力度有待加强。

近年来,一些不良分子利用大学生的单纯热情,进行一系列诈骗活动,有刚入学时假冒老师推销商品的,有快毕业时进行招工辅导、技能培训的,而寒暑假打着勤工俭学的旗号骗取大学生钱财的更是屡见不鲜。一方面学校、政府职能部门要强化监管,事前做好防范,宣传工作,事后要严格追查,依法严惩;另一方面,大学生们在进行社会实践活动中,要了解一些必要的合法程序,比如招聘的组织是否注册,行为是否合规等,尽量避免自己的满腔热忱被坏人利用。而在发现受骗时要勇于举报,协助有关部门取缔、查处违规组织者及其相关活动,这既是在维护自己的合法权益,也是杜绝类似闹剧重演的法律途径。

漫画



记者从河北省教育厅了解到,自6月28日至7月13日,河北省保定雄县、唐山遵化、石家庄晋州和廊坊霸州连续发生四起幼儿园校车遗落幼儿致死事故,死亡幼儿年龄在2岁半至3岁之间。

仔细分析这几起事故,不难发现共同点:首先是事发地点多为民办幼儿园或无证托幼机构;其次是这些幼儿园多在某某县、某某镇、某某村。这两点与事故有关系吗?有。村乡幼儿园多半办学

水平不高,把孩子交给一心想赚钱的幼儿园和不一定有幼教资格的人手里,不出事才奇怪。

四起事件发生后,河北省教育厅下发紧急通知,要求严格审查办园资质,检查接送幼儿车辆情况。这些措施是必需的,但很难从根本上解决问题。对于现有的农村乡镇幼儿园要严管,同时要持续加大农村乡镇幼儿教育的投入,提高办园水平。(7月16日《人民日报》客户端/漫画 唐春成)

得益乳业揽获全部奖项闪亮北京妇博会



2017年7月14日-16日,第九届北京国际妇女儿童博览会(以下简称“妇博会”)在国家会议中心隆重举行。本届妇博会由北京市妇联、中国国际贸易促进委员会、中国乳制品工业协会等联合主办,旨在引导消费者科学认识乳制品营养知识,推广宣传主流乳制品企业产品,进一步树立中国乳业新形象。

作为业内为数不多的乳制品权威盛会,妇博会一直吸引着奶业龙头企业的目光。作为山东省最大的低温奶制造商及领导品牌,得益乳业一经亮相,便受到广泛关注。经过多年的改革与发展,得益乳业在山东销量遥遥领先,并已连续7年荣获消费者满意度测评第一名。本次盛会更是凭借其优异的产品品质荣获“优秀品牌奖”,旗下鲜境高品质低乳脂牛奶、优麦风味发酵乳(原味)、鲁韵风味发酵乳均获得本次博览会“品质金奖”,希腊酸奶、鲜境高品质鲜

牛奶、优麦发酵乳(燕麦蓝莓)更是获得“消费者好口碑”大奖,这是对得益乳业专注低温奶40年工匠精神的肯定。事实上,本次是得益乳业第9次受邀参展妇博会,同时今夏也是得益乳业进军北京市场的第一年。

得益巴氏低温奶受追捧

围绕此次展会“触碰科技 体验未来”的主题,得益、蒙牛、伊利等知名乳企纷纷携重量级产品亮相妇博会,展台各具特色。其中,得益乳业作为唯一一家专注低温奶的乳企亮相展会,吸引众多消费者的目光。得益展台体现了企业清晰精准的品牌定位,将专注低温奶40年的全产业链优势全方位立体化地呈现给消费者。一眼望去,众多消费者带着孩子围绕

展台在津津有味地品尝得益美味低温鲜乳制品,并亲自用得益牛奶制作水果沙拉。工作人员拿着产品,为家长们耐心地讲解。现场一位家长说道,自己和孩子都非常喜欢喝得益低温奶,口味醇厚,鲜香甜美,通过和工作人员聊天,认识到低温奶的营养价值更高,以及得益低温鲜乳制品的国际级品质,在知晓得益低温奶今夏进军北京市场的消息后,消费者表示非常期待在北京喝到新鲜的得益低温奶。

那么,得益乳业低温奶缘何如此受青睐呢?进军北京市场,得益乳业又将为消费者带来怎样的惊喜?

饮奶消费升级催热低温鲜乳制品

众所周知,常见的牛奶产品主要分为常温奶与低温鲜乳。所谓的常温奶,就是牛奶经过超高温(135℃到150℃,4到15秒)的瞬间灭菌处理,破坏了其中可生长的微生物和芽孢。尽管其保质期可达半年,但是因为高温处理,不可避免地“牺牲”了其不耐热营养成分,比如维生素和可溶性蛋白。而低温鲜乳是以新鲜牛奶为原料,在最大限度地保留活性生命物质和天然营养的同时,也保证了牛奶的纯正口感。

在2016年《中国低温奶发展白皮书》中,英国、美国、澳大利亚、加拿大等发达国家低温奶的消耗占液态奶的80%。而在中国,两年前,低温奶还只占据液态奶整体两成左右的市场份额,随着经济社会的发展,消费者越来越注重身体健康,饮奶需求逐渐分层,消费升级时代随之到来。而低温鲜乳以新鲜牛奶为原料,在最大限度地保留活性生命物质和天然营养的同时,也保证了牛奶的纯正口感,可以更好地迎合消费升级的趋势。

业内专家也表示:“乳品消费升级趋势越来越明显,消费者对新鲜、健康、营养及口感越来越关注,这些方面低温鲜乳制品较常温奶(纯牛奶)有非常明显的先天优势。国际上低温鲜乳制品占乳品消费市场的绝对优势,未来国内市场低温鲜乳制品也会越来越主流。哪家乳企在低温鲜乳制品领域越专注就越有竞争优势。”

国际标准,打动北京消费者

得益乳业作为国内低温奶领域第四大乳品企业,整合全球资源布局全产业链,确保产品国际级领先品质。得益乳业一直极为重视源头牧场建设,2016年远赴澳洲,进口5000头纯种荷斯坦奶牛,通过扩大自控澳洲良种奶牛数量,确保原料奶全面达到国际标准。为引进国际优质原辅料,得益乳业与丹麦汉森、荷兰皇家帝斯曼等全球一流原辅料供应商建立了合作关系,同时得益低温奶生产过程全面采用国际标准的巴氏杀菌工艺,自有物流配送采用国际标准的冷链体系,产品全程维持在2至6℃低温黄金温度,从源头牧场到消费者餐桌全程不超过24小时,以时间定义新鲜。得益乳业用专注低温奶40年的工匠精神,为消费者打造全程“生态产业链”,实现了从饲草种植、奶牛养殖、生态观光、生产加工到终端销售及消费者服务的国际化标准,确保了新鲜的奶源、先进的工艺、专业的服务。

其实,连续9年参展妇博会,这不仅表达了得益乳业对北京消费者的重视与关注,更表达了得益乳业进军北京市场的坚定决心。作为山东最大的低温奶制造商,得益乳业在行业领域已获得普遍认可,借助在低温奶领域做精做专的工匠精神,为国产高端低温奶树立了品牌标杆。此次妇博会,得益乳业凭借其产品领先行业的国际级品质再次亮相北京,在炎炎夏日为北京消费者带来最新鲜的低温乳品。

