

## 我省发布2010年企业工资增长指导线

# 今年,你的工资最高可涨18%



## 超五成职场人愿自制“小长假”

昨天是中秋节过后的第一个工作日,可仍有不少职场人士在悠闲地享受着“假期”。日前,国内某招聘网站就“职场人是否会自制小长假”做了一项调查。调查显示,超五成职场人表示会通过年假、婚假等方式将中秋和国庆假期连在一起,组合成长假。

张静 记者 刘元媛

### 度假:旅游成自制长假首选

面对“史上最零碎的假期”,许多“凑假族”准备在9月25日~9月30日休假,并利用年假将中秋和国庆假期合并。这样便可以享受9月22日~10月7日的16天小长假。

能让职场人士撒下工作,自制小长假的最大动因是什么呢?调查显示,最大动因就是想出行旅游。其次分别是在家休息、充电、陪家人和恋人、把年假尽快用完。

而对于一些不会自制长假的职场人士而言,没有年假、老板不放行、职场压力过大等都让自己只能“望假叹兴”。

### 长假:折腾?幸福?悲剧?

今年中秋国庆的放假安排可以说是“史上最折腾”的假期,也可以说是“史上最幸福”的假期。对于可以休长假的职场人士自然再幸福不过。但有一部分白领却在感叹自己的假期“很悲剧”,加班成了他们在假期中的唯一选择。

而与这些想休假却又“杯具”地沦为“伪休假”一族的白领们相比,还存着一批自愿“被折腾”的白领们。他们表示,太长的休假或是太长的工作时间都不是他们想要的,既然假期已经如此安排,那自己也就顺其自然地接受安排。

在这个“最折腾”的假期,既有幸福的休假一族,也有“悲剧”的加班一族。对此,相关专家表示,无论休假与否,关键是要调整好心态,自己觉着舒心就好。

今年,我省生产经营正常、效益增长的企业可按照工资增长基准线12%适当提高职工工资水平。记者昨日从省人社厅获悉,我省2010年企业工资增长指导线发布。其中,职工货币平均工资增长基准线为12%,增长上线为18%,增长下线为3%。

记者 刘元媛

## 上线:工资最高可涨18%

记者从省人社厅劳动关系处了解到,此次公布的工资指导线适用于全省各类企业在岗职工工资分配。对于生产经营正常、效益增长的企业,可围绕工资指导线基准线12%确定工资增长水平。但职工货币平均工资增长上线为18%,企

业工资增长水平一般不应超过上线标准。

对生产经营正常、经济效益下降的企业,可按不低于工资指导线下线确定工资增长水平。据悉,今年职工货币平均工资增长下线为3%,较2008年的零增长有所

上升。

另外,对上年度经营亏损且当年可能出现亏损的企业,可低于工资指导线下线确定工资增长水平,也可不增加工资。但企业支付给提供正常劳动的职工工资应不低于本地区最低工资标准。

## 调控:高收入企业涨薪受限

从2008年开始,我省发布的工资增长指导线就对部分工资水平过高、增长过快的垄断企业的工资增长水平进行了适当调控。按照今年发布的工资增长指导线,

对于上年工资水平高于全省企业职工平均工资2倍的企业,工资增长水平一般控制在基准线12%以下。

据了解,我省2009年城镇非私营单位

在岗职工年平均工资为29658元。按照工资指导线要求,上年度工资收入超过59316元的企业职工,其人均工资增长水平一般应控制在基准线12%以内。

## 措施:增设下线摆脱“零增长”

据了解,工资指导线采用协商办法,以省人社厅为主,与政府有关部门、工会、企业家联合会共同制定并于每年发布一次。2009年受金融危机影响,我省最低工资标准以及工资指导线均未作出调整。

与2008年相比,今年发布的工资指导

线上线从16%上调至18%,下线从零增长上调至3%,基准线没有变化为12%。省人社厅相关负责人表示,工资指导线的确定会受到全省GDP、全省平均工资、就业情况等多种因素的影响。另外,今年物价上涨明显,目前CPI的涨幅也在3%左右。综

合考虑多种因素,今年的工资增长指导线下线上调至3%。

另外,今年工资指导线的发布时间较以往有所推迟。相关负责人表示,这也是受到上年度全省平均工资推迟发布的影响。

## 解释:“指导线”仅供企业参考

“企业工资增长指导线并不具有强制性,仅供企业参考。”省人社厅劳动关系处相关负责人表示,指导线的出台可为企业加薪提供参照系,但并不要求强制执行。

下半年,我省将加快建立工资劳资双方共决制度和职工工资正常增长机制。省人社厅表示,工资指导线的发布可对企业进行合理的工资分配,推进企业工资集体

协商提供参考依据。企业应根据本单位生产经营和经济效益状况,参照工资增长指导线,广泛开展工资集体协商,合理为员工加薪。

# 超越视听 智见未来 海信智能3DLED液晶电视全球首家上市

9月16日,海信在北京发布了全球首批真正意义的智能电视--LEDXT39G3D系列。该产品采用海信自主研发的HiTV-OS,配备多核高速处理芯片,能够实现各种应用软件的开发、上传和下载,用户可以随心搭建完全属于自己的个性化“电视频道”;通过内置的开放通用浏览器,用户可以快捷浏览任意喜欢的网站,是一款“可以点”、“可以传”、“可以联”、“可以玩”的智能电视。

海信电器(600060)总经理刘洪新表示,在互联网和数字化时代,人们对传统电视产品有了新的要求:不单纯关注显示技术,也不再是唯一的视频选项;不再是转换频道,而是转换媒体;不再是一家人看一台

电视,而是数台符合个性化、社交化要求的可以互联互通的多媒体终端;习惯了电脑和手机的互联网人群,正在试图将上网的体验转移到电视上来。DisplaySearch的预测数据显示,北美市场2014年互联网电视渗透率将达到69%,西欧市场达到85%,日本将是100%,全球主要国家和地区的互联网电视将达到1.15亿台。电视全面“触网”已是大势所趋,多网融合的接口会成为电视机的标配,与此相对应的增值服务、平台运营将成为产业转型的焦点。

据了解,海信已经构建了智能电视的技术支撑平台和生态系统,“一体三翼”的格局已经形成。它不仅可以实现2D转3D

的功能,还可以像电脑一样,具有独立的操作系统,可以自由安装、卸载软件、游戏等应用程序;海信自主研发的HiTV-OS操作系统能够支持开放的应用程序开发环境,可以让更多开发者参与进来。海信智能电视,集成了在多媒体显示、通信、网络和智能信息系统等多个相关产业的技术,这些产业都是海信已经酝酿和孵化了多年的产业,其带头人都是行业内资深的科学家,这三驾马车将持续拉动海信智能电视的升级和换代,并提供强有力的技术支撑平台。

今年三月海信发布的蓝擎LED液晶电视已经具备智能电视的雏形,随着技术的

进步和平台化的运营,智能电视实际上已经是一个具有自我升级和修正能力的产品,这对电视厂商的服务和业务模式带来了全新的变化。海信将通过“在线”和“后台”的方式把每台海信电视都“管”起来,这将直接改变电视厂商传统的服务方式。经过初期相对简单的内容服务和对用户需求的观察和改进,之后将通过解决带宽问题,在操控模式、用户适应度上开发更加人性化的产品和服务内容,在此基础上,海信智能电视将会主动推送节目和服务,真正实现人机互动,形成新的商业模式,并且为家庭和终端用户提供未来的娱乐和信息内容供应链。