



越是经济下行 企业越要善待员工

□ 郭雪岩

人社部数据显示,截至6月底,全国共有6个地区调整最低工资标准,平均调增幅度为11.1%,这一幅度与五年前相比几乎已“腰斩”。专家认为,随着我国经济进入了增速下降、结构调整和动力转换的新常态,我国的劳动工资也进入了“新常态”。最低工资增长必须建立在经济效益提高的基础上,虽然增幅与前两年相比降低,也是合理的。(7月25日《经济参考报》)

暂且不说目前执行的最低工资标准,是不是执行到位了,是不是有人压根就没放在眼里,一些地方职工连最低工资都拿不到。单单看最低工资的增长速度,就是让人难以接受的。但最低工资增长率下滑是有数据支撑的,这一趋势被多家机构的研究结果佐证。今年一季度的工资增幅已从2013年的10%以上缩小到了7.3%,并且将在2017年进一步放缓至6.7%的水平。最低工资增长率为何总体下滑?专家和学者、监管和企业,都有着充足理由:其一,经济下滑,增长过快会给企业造成负担;其二,增加了企业负担,企业无法发展受苦的还是员工;其三,保障企业的长远发展才是最为重要的事情。

这些理由听着确实冠冕堂皇。问题是,经济下行的伤痛不能只让百姓背负。经济下行是个基本事实,这也符合经济发展规律,再好的市场也不可能永远在高位运行,人生都有起起落落,经济发展亦然。但是,对于经济下行,国家并没有完全让企业背负,国家早就在给企业减轻负担了。最近这段时间,国家出台的很多政策,都是对企业进行照顾的,无论是降低企业税收,还是降低职工社会保险,或者是发放创新资金,抑或是给企业发放“稳岗补贴”,这其实都是在给企业减轻负担,让他们轻松前行。

有着这么多的优惠政策,企业的负担就减轻了,这个时候再用经济下行的理由,降低最低工资的增长率,就说不过去了。企业要发展,员工也要吃饭,员工填饱了肚子,才能有力量助推企业的发展。再说,物价在走高,商品在涨价,就连高校的学费都涨了,最低工资的增长不应该落后于物价的走高,越是经济下行,百姓的生活质量就越会降低。这个时候,只有让最低工资发挥作用,才能促进社会的和谐与稳定,有了稳定的环境才能有益于事业的发展,这是浅显的道理。

企业愿意与员工风雨同舟,员工才愿意为企业走出经济下行而奋斗。“腰斩最低工资增幅”别拿经济下行说事。越是经济下行,企业越要善待员工。经济下行的时候你爱员工,经济上行的时候,他们才愿意和你在一起创造辉煌,而不是“跳槽”走人。

热点冷评 | RE DIAN LENG PING

惩戒不孝不能仅靠“黑名单”

□ 毕晓哲

张老汉年逾古稀,生活困难,其儿子拒绝支付每月200元的赡养费。无奈之下,张老汉到法院申请强制执行。24日上午记者从北京通州法院获悉,法院将老人的儿子张某录入失信被执行人名单,后张某因无法正常出行,主动到法院承认错误并履行赡养义务。(7月25日《京华时报》)

当地法院依法强制执行老人的赡养费诉求,最终在“黑名单”的约束之下让不孝子承担了给付赡养费义务,这一法律实践带给人们诸多的思考。然而,应该清醒认识到的是以“黑名单”约束和惩戒不孝儿的方式,带有极强的局限性。一方面,现行的“黑名单”机制,主要源于当事老人主动申请,而不是“自动实施”。假设老人不主动提起诉讼、不主动申请强制执行,法院仍会不告不理,子女再不孝也不会受到法律惩罚;第二方面,“黑名单”的约束范围和惩戒力有限。正像网友调侃的那样,假如张老汉的儿子张某不是“有组织的人”,也不需要乘坐飞机、高铁、动车二等座,更不需要贷款购房,而是一位从未离开过家门的农夫,“黑名单”又奈何他?上述局限性显然影响了不孝“黑名单”的社会效果,也与公众期待相距甚远。

按照现行法律规定,“不孝”行为属于“家务事”,属于不告不理的法律范畴。即使是按照目前《刑法》中规定的虐待、遗弃等罪名惩治,仍属于自诉案件,公安机关或法院也无权主动受理、主动出击。这是法律的局限性,也是应该解决的当务之急。现实生活中,“不孝儿”并非孤例。近年来时有发生老人在闹市区住宅内死亡多日,却无人发现的现象;一些乡村老人长期无人照看,在独立生活中屡屡发生意外。而多数因伤病出现意外的老人却并非没有子女,而是因为子女“照顾不周”或者长期不闻不问。这些现象的出现,并不是法律没有设置不孝“黑名单”,而是法律局限于“被动受理”和“被动设置”。如果不能尽快改变法律对于“黑名单”运行的相对滞后性和“被动”属性,再好的“黑名单”制度也意义有限。

在未来,完全可以通过法律修订,强化对不主动给付赡养费,不履行赡养义务的“不孝儿”的监管力度,赋予公安机关主动介入案件的责任,通过法律手段督促“不孝儿”尽快尽孝,在没有进入“黑名单”和没有强制执行前,就达到未雨绸缪的“劝导”目的,这应该是未来立法的方向。



“俺不怕”王恒/图

非常道 | FEI CHANG DAO

企业签责任书 不能成了打白条

每年年初,企业各种责任书就纷至沓来,这些责任书签完就搁柜子里了,事前指导、事中管理都跟不上,最终责任书成了“打白条”。

签责任书沦为打白条,缘于责任虚置和问责缺席。如果说签责任书意味着政府“抓紧”这项工作,接下来就该“紧抓”责任书的推动。在具体执行中不变味、不走形,让责任书真正发挥作用,才能实现多赢。 @京华时报

网络低龄时代来临 仅有焦虑是不够的

截至2015年底,中国网民总数已达6.88亿,年龄低于10岁的网民超过1800万。久看屏幕视力下降,不良信息诱导犯罪……互联网对孩子可能造成的不良影响,让不少家长为之焦虑。但仅有焦虑是不够的,一些国家针对儿童上网加强立法保护的做法,却值得我们借鉴。 @新华网

微声音 | WEI SHENG YIN

高温炎热天气 警惕车内“隐形炸弹”

近日,武汉一位私家车主停放在室外的车辆突然起火,虽经扑救,但车辆完全烧毁报废。后经调查,起火原因系放在车内的打火机高温暴晒后导致。夏天高温,打火机、车载香水等都是易爆物品,眼镜可能聚光引起火灾。 @中新网

家长不能错过 孩子成长的黄金8年

都说父母是孩子最好的老师,家庭教育很大程度上决定了孩子的人生。有研究表明,孩子的心理、行为发展有章可循,每一年都有一个成长侧重,如1岁培养安全感;2岁培养幽默感;3岁培养创造力……尤其1到8岁的黄金8年,是家长们不容错过的,需要父母耐心陪伴及正确引导。 @人民网

每天喝杯橙汁 有助记忆力提高

英国雷丁大学研究者要求37名参试者每天喝500毫升橙汁,持续8周。试验前后分别测量他们记忆力、大脑反应时间,结果发现,参试者记忆力和大脑反应时间提高近10%。研究人员表示,柑橘类水果中含有类黄酮,可以通过激活海马体的信号通路来改善大脑功能。早晨,一杯橙汁激活大脑,来一杯! @生命时报

世相杂谈 | SHI XIANG ZA TAN

地铁站“蹭凉” 倒逼公共纳凉服务

□ 汪昌莲

7月24日,上海地铁金沙江西路站,由于天气太过炎热,一些家中尚未配备空调的打工者选择拖家带口到地铁站内避暑。席子、塑料布甚至是硬纸板铺在地铁站内,有人躺着睡觉,有人围坐一圈打牌,孩子在一旁嬉戏打闹。对此,车站方面呼吁居民文明避暑,将对一些不文明行为加大劝导力度。(7月25日澎湃新闻)

炎炎烈日炙烤着大地,更加考验着市民的“耐热极限”。如何纳凉,到何处纳凉?成了市民面临的一大难题。在家庭无条件纳凉、公共纳凉点供不应求的情况下,地铁站成为一些市民的“纳凉胜地”,也不足为奇了。对于市民在地铁站“蹭凉”行为,虽然没有禁止性的法律依据,但是如果赤膊、躺卧、跑来跑去,影响到地铁公共秩序的话,就要进行劝阻和处理了。因为地铁站厅狭小,通道承担疏散客流的功能,这种不文明“蹭凉”行为,影响了地铁的环境。

城市多向市民提供一些公共免费纳凉点,应成为公共服务的题中之义。市民地铁站“蹭凉”,倒逼公共纳凉服务。事实上,炎炎夏日,开放防空洞已成了西安、武汉、重庆等城市管理部门的“必修课”,即免费向社会开放一批可用于避暑纳凉的人防工程,以更好地体现人民防空服务人民、服务社会的根本宗旨。因此,上海不妨借鉴这些城市的做法,免费开放人防纳凉点。不仅如此,城市的银行、超市、图书馆、书店等公共场所,在夏日都应该向市民免费开放。市民有了纳凉好去处,夏天不再难熬,这些人性化举措,自然会深受民众好评。

值得注意的是,为了保证市民安全、健康、快乐纳凉,有关部门应对纳凉工程的内外环境、内部装修、空气湿度、灯光照明、闭路电视、桌椅板凳、服务项目等硬件设施进行改造、整治,全面提档升级,使纳凉点的设计更人性化。比如,在纳凉点内,还可以增设阅览区、娱乐区等,设置读书、下棋、看电影、看电视等活动项目,丰富纳凉群众的精神文化生活,形成一道纳凉休闲文化风景。

“史上最污厕所” 展示的是伪个性

□ 木须虫

日前,江苏常州有一间厕所被许多人津津乐道,与传统厕所相比,这间厕所的男女标志分别被汉字“凸”和“凹”代替,因此一些人戏称其为“史上最污厕所”,但也有人认为这是将“汉字第一次世界通用”。(7月25日《现代快报》)

厕所分男女,所以有了性别标识加以区分,除了通过文字直接标识之外,还包括一些图标,如用西装、裙子或者烟斗、高跟鞋等分别表示男厕和女厕,这些图标选用的基本都是具有性别独特性的器物来指代性别。之所以采用图标,很大原因则是规避文字的阻碍,方便不识字或者外国人辨识。也正因如此,厕所男女标志简单直观,能让所有人明白是基本原则。

反观,用“凸”和“凹”来标识男女,首先它既不是图标,也不是直观的文字,让人乍看一头雾水,不但外国人弄不明白,就算是国人也要费上半天工夫,保不齐还会走错门。上个厕所还要猜上半天谜,实在弄不明白这样的标识意义何在?其次,其指识比较隐晦,以形会意,即以男女不同的身体构造来指识性别,而所谓的身体构造说到底还是性器官的符号化,说得好听是暗示,说得不好听,恐怕是意淫了。

社会多元化,工作生活中追求个性没有错,只是追求个性并不等于可以恣意为之。譬如,厕所标识终究是“公共产品”,就算是个性还须建立在遵循公众包括实用功能和审美导向等共性的要求之上。又比如,低俗从来都不是个性,相反迷恋于低俗,最终还是另类的“哗众取宠”,看起来聪明,实则愚昧。用“凸”和“凹”来标识厕所,不管何人之为,也不管为何为之,都是“创新”用错了地方,都是对追求个性、创新的肤浅理解,也是一种浮躁的具体体现。