



## 别让高温津贴沦为“纸上津贴”

进入7月以来,全国多地进入“烧烤模式”,部分地区最高气温达40℃以上。中央和地方政府就做好防暑降温工作出台措施,重申高温津贴应发放到位。(7月19日 澎湃新闻)

眼下,随着炎炎夏日的到来,“盛夏模式”开始正式打开,各地高温津贴又被提上了“议事日程”或“办事日程”。

据了解,往年各地有不少地方,在发放高温津贴上存在着随意“克扣”的现象,有的发放几箱饮料代替高温津贴,有的发放几瓶防暑药品当作高温津贴,有的则以西瓜替代高温津贴,

更有甚者,有的什么也不发放,干脆只字不提高温津贴。凡此种种,致使职工的高温津贴成了一种“奢望”。

根据2012年人社部等四部门联合颁布的《防暑降温措施管理办法》规定,领取高温补贴的条件为:用人单位安排劳动者在高温天气下(日最高气温达到35℃以上)露天工作以及不能采取有效措施将工作场所温度降低到33℃以下的,应当向劳动者支付高温补贴。可见,白纸黑字,发放高温津贴是有明文规定的。

可在我们的实际生活中,一些用人单位每

每到了炎炎夏日需要向战高温,冒酷暑的一线职工发放高温津贴之时,不是随意“克扣”,象征性地发放一些饮料、防暑药品、水果之外,就是干脆避而不谈,只字不提。加之,一些职工生怕被炒“鱿鱼”而不敢向老板“开口”,致使职工的高温津贴年年都成了“纸上津贴”。少数职工甚至不知道还有高温津贴这么一回事。

因此,笔者以为,要让高温津贴不会沦为“纸上津贴”,还需“监管发力”和“制度保障”双管齐下。

一方面,监管要到位。工会作为职工的“娘

家人”,应切实担负起监管的主体责任,要充分发挥工会劳动保护监督检查网络作用,加强对一线职工高温作业、露天作业的监督检查,一旦发现存有随意“克扣”或未及时发放高温津贴的,就要予以督促整改。另一方面,制度要保障。各级工会要认真履行职责,督促用人单位按照《职业病防治法》《防暑降温措施管理办法》等法规政策要求,落实高温津贴的发放,防止以防暑降温饮料和必需药品充抵高温津贴的违法违规行为的

发生。当然,职工还需主

动维权。要进一步落实职工代表大会、平等协商和厂务公开等制度,畅通职工对防暑降温工作提出意见建议的渠道,鼓励广大职工积极大胆举报,保障广大职工的知情权、参与权、表达权、监督权,以维护自身权益不受损害。

只要监管发力,制度保障,职工维权,形成联动机制,就一定能够确保高温津贴真正发放到一线职工的“手中”,从而确保职工的合法权益不被“剥夺”。

■叶金福

## 评职称式的上升通道: 重形式更应重效果

近日,江苏省在职称序列中首次增设快递工程专业,分初级、中级、副高级、正高级四个层次,对应的职称技术员及助理工程师、工程师、高级工程师和正高级工程师。苏州22名快递小哥及管理人员获评该专业技术职称。这意味着,也许下次为你送包裹的快递员就是一位工程师。

随着互联网和电商的飞速发展,我国快递服务网络已遍布各个角落,从业者数量与日俱增。在618、双十一期间,快递员穿行在大街小巷中,俨然成为一道风景线,而你我正拿着手机,打开电商平台注视着包裹的行踪。由第一财经商业数据中心和苏宁易购

联合发布的《2018快递员群体洞察报告》显示:2016至2018年,我国快递员数量增长了50%,总数量已突破300万。在消费升级和产业升级的背景下,快递行业显示出强大的发展潜力和空间。

国家邮政局发布的报告显示,2018年,中国快递行业进入高质量发展阶段,发展规模和服务质量同步提升。借助智能化手段,现代物流行业增强了运输能力,提高了绿色发展水平。如顺丰自主研发的“慧眼神瞳”系统;中国邮政EMS、德邦快递的无人驾驶物流项目。大数据,云计算,人工智能,物联网等新技术的广泛应用,推动快递行业由

传统的劳动密集型向技术驱动型转变。与智能化进程相伴而生的,是快递行业分工的细化和从业者素质的提升。如今,除了人们熟知的快递员,物流行业还有负责大数据采集、规划管理、后端开发等工作的工程技术人才。在这样的背景下,专业技术职称认定是行业发展的需要。

有效的评价机制能够引导职业人员流动、发挥人才创造力,为行业发展提供智力支撑。专业技术职称将给快递员带来诸多便利,不仅能够打通人才职业发展的上升渠道,使快递员中的佼佼者有机会成为技术员、工程师,提高工资待遇,工作成果得

到社会认可。更重要的是,这一举措或许会改变社会对服务行业的整体评价。以往评职称多局限在体制内,被认为是机关、企事业单位的活动。现在,作为新兴力量的快递行业也被纳入职称评定的范围内,改变了快递员在公众眼中的刻板印象,使其获得社会的尊重和认可;鼓励人们在就业时向职业技术型工作倾斜,引导劳动力有序流动,形成更加健全的就业结构。

“快递员评职称”在网络颇受争议,人们担心这一制度以硬性标准为快递员的职业发展增加障碍,甚至衍生出新的利益链。要知道,评价体系是手段而非目的,打通人才上升渠道

只是第一步,若要发挥激励作用,还需要政府部门做好引导,进一步完善人才培养与评价体系。相关评审单位要实地考察,了解行业人员的数量、分布与职称需求,确定合理的、行之有效的标准。在保持评审原则性的基础上,赋予企业一定的自由裁量权,做到职称认定过程公开透明。

在实施过程中,既要尊重“塔尖”的人才,又要顾及“塔基”。建立符合快递行业特点的职称制度,完善劳动保障体系,提高快递员的工资待遇,让制度真正惠及从业者,这才是社会公众希望看到的。

■王娇娇

## 酒店退订费该有个标准了

江苏省消费者权益保护委员会8日发布的酒店退订情况调查报告显示,58.3%的消费者认为酒店预订后“不可取消”规定不合理,57.8%的消费者在酒店退订过程中被收取高额费用。(7月8日 新华社)

本次江苏省消保委的调查采取线上问卷调查和线下抽样调查两种调查方法,线上问卷调查获取有效样本17897份,线下抽取有效样本60份。线上问卷调查结果显示,57%的消费者遇到过酒店预订后不可取消的情况。线下抽样调查中,当调查员首次提出退订诉求时,51.7%的样本表示不可退订。

酒店预订后,一律

不准退订,显然对消费者来说是不公平不合理的。对于消费者来说,他们肯定有事才会预订酒店,不可能吃饱了饭没事做,故意预订后再退订,戏弄酒店。有的在预订后,有可能有急事必须更改行程,或者有其他突发情况不能到酒店入住。因此,酒店应该准许消费者退订。但如果酒店一律允许消费者退订,而且不收分文退订费,那对酒店来说是极为不公的。因为有消费者预订后,这个房间已预留了,别的人不好再预订了,如果消费者在入住前突然退订,那可能造成该客房当天无人入住,这对酒店来说是一个损失。

通常情况下,消费者预订客房时,必须缴纳一定的订金,有的甚至要求全额缴费。酒店预订后不得退订,或者收取高价退订费,涉嫌单方面制订“霸王条款”和“格式合同”,是经营者优势地位,侵犯消费者的公平交易权,是对消费者权益的侵犯。预订客房退订费类似于违约金性质,消费者与酒店预订客房属于双方订立合同的行为,如果消费者因为自身原因无法入住并要求退款,是属于一种违约行为,对酒店造成一定的损失,应当承担一定的违约责任,但损失赔偿金额应当合理,不能狮子大开口。

因此,对于酒店预订后到底能不能退?应该权衡双方的利益,最好的办法是实行“阶梯式退房费”。打个比方说,预订后,如果在入住前五天退订的,那就不收取退订费,毕竟五天内有新订的可能性极大;如果在入住前三天退订的,那么只收取10%的退订费,毕竟三天来人住宿的可能性也很大;如果在入住前两天退订的,收取20%的退订费;在入住当天退订的,那么收取30%的退订费。当然,这只是本人打的一个比方,具体怎么收取退订费,应该由有关部门进行调研后,协同价格部门制定出详尽的又认为符合商业伦理和

道德的办法。

《合同法》明确的规定,违约金不得超过超过守约方损失的30%。但长期以来,酒店退订费一直由酒店自行确定。从而出现了同一城市,同一星级酒店收取不同的退订费的情况。反正收多少,没有约束,没有底线,全凭酒店自己嘴一张。因此,有关部门应该明确客房退订费的标准,解决困扰消费者预订客房后难退或者退订费太高的问题,使消费者的消费环境更加安全自由,更容易有获得感。

■胡建兵



华夏全媒体  
主管主办  
华夏日报社出版  
国际标准刊号  
ISSN2521-0289

### 编委会

李克炎 江单 张华  
勇 陶沙 黄浩 李  
增勇 龚德贤

顾问 | 方智平  
社长 | 李克炎  
总编辑 | 江单  
常务副社长 | 陶沙  
执行总编辑 | 张华  
勇  
执行社长 | 黄浩  
副总编辑 | 李增勇  
龚德贤  
视觉总监 | 古风

### 新闻中心

主任 | 方成成  
经济新闻中心  
主任 | 刘中卫  
编辑中心  
主任 | 龚德贤(兼)  
新闻影像中心  
主任 | 巢砥平  
美洲新闻中心  
主任 | 黄浩(兼)

### 新闻爆料

全球  
00852-31106831  
中国大陆  
010-61057773  
24小时新闻热线  
185 1382 0014

### 邮箱爆料

huaxiazaobao@126.com

### 官方网站

www.huaxiazaobao.org