

招聘的格局是善待每一位求职者

6月1日,浙江的林女士(化名)向扬子晚报/紫牛新闻记者反映,自己在应聘某电商公司的美工岗位时,被要求现场制作商品展示图,但后续公司未经她本人同意,就将该图片商用,“我是5月28日去试稿的,回到家就发现图被他们挂上了网店和直播间,过了一天我去问HR,她才把图下架了,全程没有道歉、没有解释也没有赔偿。”

——扬子晚报微信公众号

同样是求职面试,求职者的“待遇”很可能天差地别。浙江的林女士应聘某电商公司,被亲自设计作品“打败”——本人还没被录用,她辛苦做出来的设计稿却被公司堂而皇之地挂上网商用。这不是招聘,分明是打着“试稿”的旗号,变相窃取求职者的劳动成果。而据上游新闻报道,一名求职者去成都一家公司面试后,收到了一封面试感谢信,还有20元现金交通补贴。两相对比,高下立判。说实话,这不是钱的事,而是尊

不尊重人的事。电商公司“试稿”无可厚非,毕竟也是为了直观地考察应聘者的能力,了解对方与岗位的匹配度。但未经本人同意就把图片“藕”来用,道歉、赔偿、解释一概没有,这是在侵占他人的劳动成果,招聘的诚意有多少,需要打一个问号。成都这家公司给应聘者准备的补贴虽然不多,却是“礼轻情意重”,是对应聘者付出的时间和经济成本的体谅,传递出了一种态度:每一位求职者都值得被善待。面试本就是双向选择,大家的心

间都很宝贵,无论录用与否,尊重应当是“标配”。眼下正值毕业季、求职季,许多人满心期待找到一家心仪的公司、一份合意的工作,但求职者往往处于相对弱势的地位,他们奔波数小时,精心准备作品、认真回答问题,却被一些“挂羊头卖狗肉”的企业以招聘之名刷“KPI”,最终苦苦等来的是一句“不合适”,甚至是石沉大海般的沉默,或是像林女士那样被窃取创意的不公。这不仅泼了他们一盆冷水,打击其自信心,更破坏了公平的求职环境。相较之下,一封感谢信、

20元补贴犹如一股清流,让人感受到温暖。靠谱用心的企业值得点赞,那些靠“试稿”侵占创意的公司,小心思也必须拆穿。希望所有用人单位都能明白,招聘拼的不仅仅是薪资,还有格局。平等、尊重的招聘文化,是一家企业人文关怀的缩影,把求职者的努力和付出看在眼里、放在心上,今天的尊重,才能成为明天留人的底气。善待每一位求职者,才能成就一次次美好的“双向奔赴”。

□吴翠霞

以维权之力护消费无忧

6月4日,中消协在京发布《中国消费者权益保护状况年度报告(2025)》(以下简称年度报告)。年度报告显示,2025年,全国消协组织共受理消费者投诉201.6万件,接待消费者来访和咨询60.9万人次,为消费者挽回经济损失9.3亿元。(6月4日新华社)

“民生无小事,枝叶总关情。”一份消费者权益保护年度报告,既是市场冷暖的直观晴雨表,也是各类侵权隐患的问题清单,更为消费维权长效机制建设吹响了攻坚号角。从全年数百万投诉妥善处置、数亿元经济损失悉数追回,到直面新旧业态滋生的维权堵点,报告用翔实数据勾勒当下消费市场全貌,为优化消费环境锚定务实路径。

回望过去一年,各地监管部门与消协组织协同发力,在受理投诉、调处纠纷、帮扶受损消费者等方面落地大量实事。海量维权案例妥善办结的背后,是维权网络不断向基层延伸的扎实成效。然而,亮眼成绩单之外,报告罗列的四类突出问题,暴露出我国消费保护体系仍有待补齐的空间。维权机制层面,公益诉讼、集体诉讼在不少细分场景难以落地,消费者单打独斗、维权耗时耗力的困境尚未完全破解。一起数百元的直播带货假货纠纷,消费者往往要花费数周时间收集证据、辗转多个平台投诉,维权成本远超商品本身价值,这种“追回一只鸡,要杀一头牛”的尴尬,亟待破题。

譬如,当下民生刚需领域乱象屡禁不止。医美夸大功效、保健品虚假宣传、服务业暗藏价格陷阱,瞄准弱势群体设下圈套;线上消费伴随电商迭代衍生新弊,虚假种草、诱导下单已成常规套路。潮玩、疗愈等新兴消费乘风而起,产业热度走高的同时,交易规则缺位、售后无据可依等乱象同步滋生,新业态监管空白持续显现。例如盲盒隐藏款概率不透明、虚拟数字资产维权无门等新兴痛点,同样亟需纳入治理视野。

立足报告梳理的发展方向,完善制度供给、分层精准治理成为破题关键。针对传统民生乱象,常态化专项稽查精准亮剑;聚焦线上隐蔽侵权,依托大数据实现溯源监管;面对新业态,坚持产业培育与规则落地同步推进,不让野蛮生长透支行业长远生命力。健全维权制度不是简单加码监管,而是在规范市场与激发消费活力之间寻找平衡。只有监管触角延伸到每一个消费环节,才能让消费者不再“步步惊心”。

消费环境是内需增长的底气所在,维权体系的不断完善,最终落脚于百姓敢消费、愿消费的日常。当一个个消费陷阱被持续清剿,一项项制度细则落地生根,让每一次消费都成为信任的积累,让每一份权益都不被辜负,消费市场自然在规范与繁荣的双向滋养中稳步向前,这正是报告向全国消费者交出的最好答卷。

□徐建辉

反对“无效加班”需要双向奔赴的契约力量

前段时间,作为广东省珠海市安广世纪大厦工会联合会的集体协商成果,《安广大厦楼宇集体合同》完成续签。此次续签的集体合同,新增多项创新条款。其中,反“内卷”约定得到了职工和企业的双向好评。合同明确,劳动关系双方共同倡导高效、健康的工作文化,反对“无效加班”与“形式主义内卷”。除客户紧急需求、项目关键节点等特殊情况下,提倡职工在规定时间内下班后一小时内离开办公区域。

(6月7日《工人日报》)

之前,反对“无效加班”更多出现在舆论的呼声里,出现在劳动监察部门或工会的要求里,出现在一些企业家的表态里。珠海安广大厦的楼宇企业与劳动者签订的集体合同中出现反对“无效加班”与“形式主义内卷”的内容,提供了一个优化劳动管理的鲜活样本,着实让人眼前一亮。通过工会联合会、楼宇企业、劳动者集体协商的合意共同约定反对“无效加班”,既体现了集体合同的创新,也体现了用工管理理念和劳动理念的

创新。多年来,不少企业一度对加班形成了错误的认知,甚至把劳动者加班直接和奋斗、奉献、价值、光荣画等号,把加班纳入或明或暗的考核体

系,把加班升级为企业文化,把“走得最晚,亮灯最多”视为美丽的风景。受此影响,不少劳动者也违心、无奈甚至被迫地“卷”进了加班的队伍——明明到了下班的点,别人不回家,自己也不回家,没事找事,把快事慢干——以至于出现了攀比式加班、表演式加班、虚耗式加班、内卷式加班等乱象。实际上,很多加班都属于非必要加班,属于“无效加班”,“无效加班”没有任何价值,只会无谓地消耗劳动者的时间和精力,让劳动者感到身心俱疲;只会增加企业的成本,让企业的综合效率下降。

反对“无效加班”需要双向奔赴的契约力量。企业是反对“无效加班”的关键责任方或主导方,在集体合同中白纸黑字地写入反对“无效加班”的条款,首先明确了企业反对“无效加班”的契约责任,对企业形成了清晰、具体、有力的约束,可以在一定程度上倒逼企业改变用工管理理念,调整相关的考核激励机制,规范用工管理行为,为劳动者营造一种健康、理性、宽松的劳动环境。对于劳动者而言,反对“无效加班”既是一种权利,也是一种义务。劳动者既然在集体合同中投了“赞成票”,就应该从“我”做起,用实际行动践行集体合同赋予的义务,在日常工作中坚持非必要不加班,远离各种“无效加班”,提

高工作效率,把时间和精力真正投入到有价值、有意义的项目上。而按照合同,反对“无效加班”不止于提倡,工会联合会还会组织志愿者或委托物业在正常工作日晚间进行例行巡查,提醒加班职工注意休息。如此,反对“无效加班”便有了第三方监督的力量,更具可操作性,能起到更好的效果。

在“无效加班”的语境中,企业、劳动者都是参与者,也都是受损者,而以集体合同的名义反对“无效加班”,则能让企业、劳动者都成为受益者。一方面,劳动者可以减轻负担,放松心情,助益健康,增强工作激情与活力;一方面,企业也能降本增效,营造更和谐的劳动关系,减少劳动争议。珠海市《安广大厦楼宇集体合同》履行一段时间以来,已经收获明显成效,也证明了用劳动契约反对“无效加班”的合理性、可行性。

各地各行业尤其是“内卷”现象严重的行业,都应该学习探索用集体合同反对“无效加班”的模式,用集体合同划清“有效加班”和“无效加班”的边界,赋予企业、劳动者更明确、更具体的反对“无效加班”权利义务,约定更刚性、更具约束力的反对“无效加班”保障措施,推动反对“无效加班”从集体有意识逐渐变成集体无意识或集体潜意识。

□李英锋

世相漫议



辟谣

“外卖用的是人造大米,都有毒”“加了科技与狠活,出饭率高、久放不坨”……最近,网上有说法称,外卖米饭用的根本不是真米,吃了身体会不舒服。记者就此采访食品领域的专家,证实这类说法经不起推敲。

记者调查发现,市场上确实有人造米,但因成本问题,外卖行业用的不多,主要用于自热米饭等。合规人造米与米粉、米线一样,都是利用淀粉加热熟化共熔、冷却老化定型原理制备的米制产品,没有科技与狠活,更没有毒。

新华社发 王鹏 作

投稿邮箱:hkrbpl@163.com

本版言论仅代表作者个人观点

