

离婚家庭未成年人权益受关注

长宁法院发布涉未成年子女家事案件审判白皮书

本报讯 (记者 袁玮)近年来,“独生子女”一代婚姻问题凸显以及“二孩政策”推开等社会环境的急剧变化,离婚案件中涉未成年子女权益保护的热点、难点问题不断涌现。长宁区人民法院日前举行了涉未成年子女家事案件审判白皮书发布会。

白皮书显示,涉未成年子女离婚家庭数量随孩子年龄的增长呈下降趋势,10周岁为明显的分水岭。10周岁以下,各年龄(以岁为单位)出现的离婚案件数量相对较高。出现这种分水岭现象的原因主要有两个方面。一是孩子出生后导致家庭结构产生变化,父母双方原生家庭生活习惯差异、对孩子教养方式的差别、双方父母为帮助带孩子对婚姻介入的强化等等增加了矛盾的触发点,易于影响夫妻感情,导致婚姻陷入动荡。二是孩子10周岁之后已具备了基本的行为能力,父母双方出于减少对孩子身心健康影响的考虑,更愿意

意选择通过协议离婚方式来解决婚姻危机。

在全部涉未成年子女的离婚案件中,母亲取得抚养权的案件达347件,约占总案件数的67.38%。其中,2周岁以下孩子随母亲生活的比重约为81.5%;2-10周岁孩子随母亲生活的约为73.3%;10周岁以上孩子随母亲生活的约为58.2%。

此外,涉未成年子女离婚案件简易程序适用率为70.8%,较普通离婚案件简易程序适用率82.1%低了12个百分点左右。主要原因有两点:1.案件复合诉讼的特征更加明显。因涉未成年子女离婚案件,家庭关系相对成熟、稳定,诉讼请求相对多样,包括离婚、财产分割,还牵涉子女抚养权、抚养费、探视权等问题。2.抚养权争夺问题突出。涉诉案件中绝大部分均为“一孩家庭”,孩子抚养权成为男女双方家庭必争之地,矛盾纠纷大。需要法官在诉讼中做大量协调工作。

白皮书显示,通过对近5年涉未成年子女离婚案件的逐案分析,此类案件的审判实践中存在一些突出的热点与难点问题。首先是婚内恶意抢夺、藏匿未成年子女问题。当前涉未成年子女离婚案件中,经常出现当事人为达成在子女抚养权争夺中占据上风、给对方施加精神压力等目的,在婚内利用监护便利将子女带离、诱出或前往对方处抢夺子女并将其置于己方控制,由此引发对方采取相同方式“以牙还牙”,造成更多纠纷等一系列情况。其次是为不当目的将未成年子女扯入诉讼的问题。具体表现为向未成年子女宣泄不良情绪,利用未成年子女牟取利益,利用未成年子女阻碍法庭调查。

白皮书建议,在审判实践中确立未成年人利益最大化原则,运用现行法律规定,规制婚内抢夺、藏匿未成年子女和使子女不当牵扯入离婚诉讼的行为,同时活用现行法律规

定,阻遏将子女恶意牵扯入离婚诉讼的行为。

此外,在现行婚姻法的框架下探索新的监护方式,努力扩大“轮流抚养”的适用,轮流抚养有利于满足未成年子女对双亲的情感需求、缓解离婚夫妻双方围绕子女抚养权归属的尖锐对立,对于解决具有涉外因素的离婚案件和未成年子女为复数且子女们强烈要求共同生活的离婚案件中的子女抚养和探视问题有积极作用。可考虑在审判实践中,充分发挥庭审的引导和教育功能,积极促使当事人采用轮流抚养方式。参照境外就离婚后未成年子女监护问题的相关规定,在不违背现行法律的前提下,探索新的离婚后未成年子女抚养及探视问题。例如可参考英美法中的实质性共同监护制度,让孩子轮流和父母双方各住一段时间;又如在现行探视权制度框架下,探索以子女接触父母及(或)兄弟姐妹的需求为中心的新的探视方法。

本报讯 (通讯员 杨嘉豪 记者 袁玮)老王通过朋友介绍到一家物业公司从事保安工作,工作不到两个月,老王就向物业公司提出辞职,但是双方对于未支付的工资金额始终存在争议。之后,双方先后在劳动监察部门和劳动仲裁委员会调解和仲裁,但是金额却不相同。近日,虹口区法院审理此案,认定先行达成的调解协议合法有效,物业公司应当据此履行工资支付义务。

去年11月,59岁的老王通过朋友老李介绍,到老李所在的物业公司担任保安。老王和物业公司签订了一年的劳动合同,约定老王每月工资2000元。工作不到两个月的时间,因为缴纳社保等问题,老王不想继续在物业公司工作,遂提出辞职并向物业公司索要未支付的工资。物业公司认为,老王因工作未满6个月,导致公司无法领取相关国家补贴,由此需承担对公司造成的损失。

老王无奈之下将物业公司告上劳动仲裁委员会。劳动仲裁委员会根据双方提供的证据等,作出仲裁裁决,物业公司应支付老王工资合计2800元。对此,老王不服,起诉到虹口法院。

在案件审理过程中,老王始终坚称物业公司曾经承认欠薪3800元,所以要求法院判令物业公司支付其工资3800元。但是不能提供任何证据。物业公司则辩称,同意按照仲裁裁决的金额支付老王工资2800元,对于老王所主张的物业公司承认的3800元这一节事实,全盘否认。

其实,当初物业公司所谓承诺的工资,是双方在劳动监察大队主持下达成的书面调解,只是老王无法调取到该份材料。他也没想

到,物业公司会当庭否认。法院便联系劳动监察部门,走访了当初主持调解的劳动监察大队,并调取老王与物业公司达成的调解协议,上面明确载明,物业公司应当支付老王3800元工资。

根据法院接下来调取的《劳动保障监察协调化解工作记录》《调解申请书》等证据,法院认定,老王与物业公司在劳动监察部门达成的协议系自愿签订,故此协议真实有效,双方应遵照协议履行。之后因物业公司反悔未履行协议,老王才申请仲裁。据此,法院支持老王的诉请,判决物业公司支付老王3800元。一审判决作出后,物业公司提出上诉。二审法院驳回物业公司上诉,维持原判。

到,物业公司会当庭否认。法院便联系劳动监察部门,走访了当初主持调解的劳动监察大队,并调取老王与物业公司达成的调解协议,上面明确载明,物业公司应当支付老王3800元工资。

根据法院接下来调取的《劳动保障监察协调化解工作记录》《调解申请书》等证据,法院认定,老王与物业公司在劳动监察部门达成的协议系自愿签订,故此协议真实有效,双方应遵照协议履行。之后因物业公司反悔未履行协议,老王才申请仲裁。据此,法院支持老王的诉请,判决物业公司支付老王3800元。一审判决作出后,物业公司提出上诉。二审法院驳回物业公司上诉,维持原判。

到,物业公司会当庭否认。法院便联系劳动监察部门,走访了当初主持调解的劳动监察大队,并调取老王与物业公司达成的调解协议,上面明确载明,物业公司应当支付老王3800元工资。

根据法院接下来调取的《劳动保障监察协调化解工作记录》《调解申请书》等证据,法院认定,老王与物业公司在劳动监察部门达成的协议系自愿签订,故此协议真实有效,双方应遵照协议履行。之后因物业公司反悔未履行协议,老王才申请仲裁。据此,法院支持老王的诉请,判决物业公司支付老王3800元。一审判决作出后,物业公司提出上诉。二审法院驳回物业公司上诉,维持原判。

品牌力、产品力和服务力同心协力

凯迪拉克2016年国内销量突破100,000+

作为成长中的豪华品牌,凯迪拉克依托独特鲜明的“新美式风范”品牌形象、不断丰富完善的产品序列、创新科技驱动的卓越产品力、世界级制造标准的凯迪拉克全新工厂、稳定健康的经销商体系以及持续提升的“尊崇”车主服务,逐步赢得中国豪华车消费者的认同。在销量节节攀升,站稳国内豪车主流细分市场的同时,其产品所展现的“新美式豪华”也渐入人心,并获得广泛认可。

车型矩阵细分覆盖 产品战略成效初显

进入2016年,凯迪拉克品牌产品塑造不断完美,先后推出两款面向主流豪华细分市场的重要车型——新美式旗舰轿车CT6和新美式都会SUV凯迪拉克XT5。与凯迪拉克XTS、ATS-L一同实现“产品矩阵在中大型豪华轿车、中型豪华轿车、中型豪华SUV三大豪华车主流细分市场的全面布局。即将上市的凯迪拉克CT6插电式混合动力,凭借前瞻智能的电驱科技,打破“高性能=高能耗”的传统认知,以强劲而流畅的动力输出、行云流水般的驾控平顺性,颠覆传统的驾趣乐趣和高效节能的极致体验,树立全新豪华轿车的标杆。

不断完善的丰富的产品矩阵,使凯迪拉克在中国市场的产品战略初见成效。凯迪拉克XT5上市仅8个月,销量便一路领先,目前累计销售近29,563台。新美式旗舰座驾凯迪拉克XTS自2013年上市以来,已收获超过10万车主的青睐,成为凯迪拉克产品矩阵的中流砥柱。主打新美式都会运动的凯迪拉克ATS-L销量也屡创新高,今年累计销量已达32,500台,成为越来越多年轻消费者心仪的实力之选。

电驱系统等前瞻科技,还是目前广泛应用于凯迪拉克车系上的FSS强化安全策略、原装集成4G LTE及Car-It功能的OnStar安吉星智能互联系统等人性化科技配置,皆为消费者全方位地诠释了充满匠心和创精神“新美式豪华”主张。

“PLUS”服务战略五周年庆 “尊崇”礼遇再升级

在积极提升产品核心实力之外,凯迪拉克也从不停止在客户服务上的努力和挑战。“尊崇礼遇——凯迪拉克PLUS”服务战略2011年末推出实施,以“专属、智能、主动”三大核心诉求,9大类27项内容,不断延伸凯迪拉克品牌精髓,致力为客户提供全方位尊崇体验和贴心服务。“一对一专属顾问服务”在进一步丰富延展,通过安吉星OnStar系统与移动智能终端技术结合,为车主提供远程车况检测和主动预防保养服务,“上门取送车”与“E-Service”远程救援”联手打造的尊享安心便捷的人性化服务,更获得客户极高满意度。

截至2016年11月,成立两年来的“凯迪拉克官方车友俱乐部”会员总数已超过18万人,活跃会员比例超过50%。伴随“PLUS服务”五周年庆之际,凯迪拉克将陆续推出包括“忠诚车主奖励计划”在内的“五周年感恩回馈”系列活动,为一大忠实用户带来更多的惊喜体验。

上汽通用汽车凯迪拉克品牌2016年累计国内销量达到102,905台,同比增幅49.3%,创销量历史纪录,迈上品牌发展新台阶。放眼凯迪拉克品牌自步入中国市场以来的成长之路,销量突破10万台不单纯代表数字上的增长,背后更得益于品牌、产品、服务和营销等各方面的全面协同,助推凯迪拉克品牌在国内豪车市场的快速发展。未来,凯迪拉克则将乘势而上,在品牌营销、产品型谱、渠道拓展、服务体验等方面不断提升和完善;并继续在车载移动互联、新能源、主动安全等多个面向未来的产品技术领域创新突破,为消费者带来风格独具的“新美式豪华”全方位体验。