



如何保护烈日下的外卖哥?

邵宁



新民眼

截至昨天,上海今夏已有20个高温日(最高温度大于等于35℃)、14个酷暑日(最高温度大于等于37℃),其中有3天最高气温突破40℃的极值。此前的7月21日,徐家汇观测站的最高温度定格为40.9℃,成为上海有气象记录145年以来的气温最高值。

如此酷暑,已经超越通常夏天的承受能力。感谢空调的发明,使大多数人可以在室内安然度夏。然而,在我们身边,依然有很多人必须在宛如桑拿房的户外工作,用自己的汗水换来城市的正常运转和一方平安。人都有同理心,酷暑中的劳动者格外受到市民的关注。

交警、环卫工人、建筑工人、电力抢修人员、物业保洁保安……令人欣慰的是,大多数户外工作者都有单位把“清凉”送到位,从清凉解暑的饮料到毛巾人丹,还有人社部门规定的高温津贴;建筑、环卫行业还对户外作业时间进行了调整,避开中午前后最热的时段。然而,有一个庞大的群体却是例外,他们就是快递员和外卖送餐员。

这个行业很特殊,天气越恶劣,他们越忙碌。天气这么热,谁都不想出门,有人频频叫外卖,甚至一棵葱也在网上买了送到家。快递员、送餐员的收入是计件制的,多劳多得,为了多挣些钱,他们甘愿顶着烈日在大街小巷奔波。

最近如果注意一下外卖小哥的装扮的话,会发现有点特别:在烈日下奔波的他们手臂雪白雪白的。其实,他们是从手腕到肩膀套了一层白色的有弹性“袖套”,估计已经有人因为手臂皮肤长时间暴露在烈日下而晒伤了,才发明了这种“防晒袖套”。据统计,每个送餐员每天平均送餐40单,每单派送用时20分钟,相当于每天要持续工作10多小时!



孙绍波 画

时!有一名外卖小哥短短两小时竟送了20多单!

上周,本报报道了某快递公司80后“单王”小邱的故事。每天早晨,小邱7时准点到公司,扫描、整理完货物后,前往商务楼和居民区,他先到最高楼层,将包裹搬出,逐层楼往下配送。电梯里只有通风口,工作服很快被汗水浸透。中午,他会在网点休息一下,下午再去送快递、取单,下班总要在晚上9点以后。一天下来,小邱平均要送150-160单,接200单,工作时间长达14小时。

那么,如此高强度的户外劳动,高温津贴有没有保证?根据上海市

人力资源和社会保障局的规定,企业每年6月至9月安排劳动者露天工作的,应当向劳动者支付夏季高温津贴。高温津贴每月200元,执行时间为每年6月至9月共4个月。

日前,美团兼职送餐员没有高温津贴的问题被媒体曝光。一个已经在美团工作了一年多的外卖小哥说,今年美团将部分送餐服务外包,但签兼职合同的送餐员都没有高温津贴。面对记者的镜头,外包公司表示,他们不了解情况,知道后将补发高温津贴。另一家外卖平台“饿了么”则表示,夏天每月都会给职工发几百元高温费,每天还有饮料供应。

快递行业同样令人担忧。一家在全国有2.7万个网点的快递行业巨头表示,高温津贴由各网点自己负责,有的网店发放,有的不赚钱就不发,不过会提供西瓜、绿豆汤。“单王”小邱说,公司在七、八两月会发300元左右的高温费。但是,上海高温津贴的发放规定是从6月至9月,共4个月。能够严格执行的外卖平台和快递公司并不多。

除了高温津贴,更值得关注的是高温下的劳动保护。我国劳动法规定,工作时间为每天8小时、一周40小时,但快递员、送餐员远远超出这个标准。人的体力是有极限的,高温天连续工作十多小时,这是对健康的损害和透支,也是几百元高温津贴所买不来的。一个快递员、送餐员每天的工作时间、送货(餐)数量,是否也应当予以限制,而不是想送多少送多少?

时下,快递、外卖的市场规模已经相当庞大。有的企业已经成为上市公司,但管理依然简单粗放。快递员、外卖小哥为了抢时间而随意违反交通法规,事故频发,触目惊心;而缺少必要的劳动保护,同样成为企业发展一大短板。如果这两大短板不补上,企业的健康发展只能是一句空话。

快递、外卖行业不能再野蛮生长,制订有关工作制度、薪酬支付、劳动保护等方面规范,刻不容缓。同时,上海是一个法治完善的城市,保护劳动者合法权益,除了通过媒体监督外,劳动监察部门是否应主动出击?

房龙曾在《人类的故事》中说,人类之所以发展科技,是基于“偷懒”的需求。这句话在某种程度上是对的,各种大大小小的发明创造将人们从繁重的体力劳动中解放出来了。在互联网时代,快递、外卖行业的出现同样如此,但又有所不同,在你偷懒的同时,也有人更辛苦了。

除了白色的“防晒袖套”,拿什么来保护你,烈日下的外卖小哥?



声音·八方

“2016年,我国由政府管理的价格比重已经不足3%,比2012年大幅减少,我国由市场决定价格的机制已基本形成。”

——国家发改委价格司副司长彭绍宗在昨天举行的新闻发布会上,介绍我国价格改革的进展情况。

“要将司法的专业判断与民众的朴素情感相结合,在法律规定的范围内确保裁判结果最大限度接近社会预期,提升人民群众对刑事司法的满意度。”

——最高人民法院副院长张述元25日表示,要正确认识和妥善处理党和国家刑事政策和刑事法律的关系、法律效果和社会效果的关系、刑事立法稳定性和社会生活变动性的关系、依法严惩犯罪和保护人权的关系,统筹兼顾法律正义和社会正义。

“我国辣椒近3年平均年产量约为2800万吨,占世界辣椒总产量的46%;每年有超过700亿元的产值,占世界蔬菜总产值的16.67%。”

——中国蔬菜流通协会执行会长戴中久25日表示,辣椒产业已成为国内最大的蔬菜产业。

“少林七十二艺选拔赛设铁砂掌、二指禅、掌上飞刀、石锁竞技四个项目,分别有42、20、36、39人报名。唯一一名女选手来自日本,参赛项目为铁砂掌。”

——嵩山少林寺相关负责人表示。嵩山少林寺官网公告显示,7月29日至8月4日,少林寺将举办首届无遮大会,其中的少林七十二艺选拔赛,将邀请高手前来比武。

“给自己做胃镜检查是为了更多地体验患者感受,更好地知道怎么让病人配合,减少病人的痛苦。”

——李晓沛说。近日,给自己做起胃镜的山东泰安市中心医院消化内科医生李晓沛火了。视频中,她一边盯着显示屏,一边右手持胃镜插入,左手控制角度钮调整角度。伴随着她不时干的呕和咳嗽声,隔着屏幕,人们都能感觉到那种不适感。

“糟糕的空气是英国公共健康面临的最大环境风险,最近一年令生产力损失高达约27亿英镑。”

——多位英国部长表示。据《卫报》25日报道,作为英国政府提升空气质量策略的一部分,英国计划从2040年开始禁售所有使用汽油和柴油的私人汽车和货车。英国政府担心不断升高的氮氧化物水平给公共卫生带来严重威胁。



关注时事热点,聆听八方声音,敬请关注本报微信“新民眼”。



声音·热点

14家央企联盟 电商“国家队”能否撬动市场?

“联盟的成立,是中央企业实施创新驱动发展战略和推进供给侧结构性改革的重要举措,是积极践行国家‘互联网+’行动计划的具体实践。此举有利于中央企业资源共享,实现协同发展。”

——国务院国资委副主任徐福顺

“2016年中央企业电子商务交易总规模超过1.4万亿元,注册用户总数超过12亿人次。”

——统计数据显示。目前在国务院国资委监管的101家中央企业中,已有71家企业电子商务取得规模化发展,其中不乏国网商城、中粮我买网等具有代表性的电商平台。

“采购环节的电商化更利于信息对称,随着海量平台接入电商,企业将获取更优的价格、服务和质量,相关的招标采购方案为央企在采购环节的电商化提供了变革契

昨天,国家电网、航空工业、中国联通、中粮集团等14家央企电商平台宣布,共同发起成立中央企业电子商务联盟。

在一众国企电商中,如中粮我买网、国网商城等已被大众所熟知,但还有更多电商平台市场知名度不高。央企电商平台又该如何驾驭先天优势,进一步撬动市场?

机和外部环境。”

——北商研究院特约专家赖阳

“在2016年的中国B2C网络零售市场中,天猫、京东、唯品会、苏宁、国美等电商平台占据了约92%的市场份额,而中粮我买网、国网商城,均未在明确列出的平台名称之列。”

——中国电子商务研究中心发布的《2016年度中国网络零售市场数据监测报告》显示。

“2016年中国B2B电子商务平台营收规模为260亿元,同比增长18.18%。而在平台市场份额中,阿

里巴巴以43%的市场份额排名首位,其次是慧聪网、环球资源、焦点科技等。”

——中国电子商务研究中心发布的报告显示。对于更多从事B2B业务的央企电商来说,同样面临来自市场的压力,如何打破当前民营电商巨头在市场中盘踞的格局,仍是未解的难题。

“在上线之初,人才的培养、电商核心竞争力的打造都是烦恼。”

——中粮我买网CEO赵平原表示。央企从事电商有着先天的品牌和资源优势,但如何驾驭这些优势,是央企电商在运营中

需要思考的关键。

“尽管国企转型触网时在品牌、资源、资金方面优势众多,但运营模式、考核机制等方面仍需不断完善。电商行业竞争激烈,国企需将行政思维转换为互联网思维;国企需提高决策的时效性,让现有的体制和机制适应电商行业的高速发展。”

——中国电子商务研究中心主任曹磊

“互联网和电商发展,正倒逼国企改革拥抱互联网,也在加速对国有资产的规范化。电商行业的发展,每一步都在试错,民营企业可以借助资本承担试错带来的风险,但是国企有着严格的考核机制和运营机制,相应的体制机制无法允许因转型带来效益上的损失,国企也承担亏损的风险。”

——赖阳

本栏编辑 黄佳琪