新就业形态劳动者如何不被“困”在工作时长里?

阅读提示

根据平台企业的薪酬设计规则,无论是快递员、外卖员的计件制,网络主播的时薪制,还是网约车司机的在线时长与派单质量绑定,收入水平都高度依赖工作时长,导致新就业形态劳动者不得不超时工作。受访专家建议,应探索建立针对新就业形态劳动者的工时规范,防止过度劳动,保障劳动者身体健康和职业安全。

在刚刚过去的“双十一”,快递员、货车司机、网络主播等新就业形态劳动者再次进入超长“待机”状态,他们的相关劳动权益问题也备受关注。

根据平台企业的薪酬设计规则,无论是快递员、外卖员的计件制,网络主播的时薪制,还是网约车司机的在线时长与派单质量绑定,收入水平都高度依赖工作时长,导致新就业形态劳动者不得不超时工作。

当现有的工时制度和劳动定额标准,受到新业态用工方式的冲击,从业者的权益该如何保障?《工人日报》记者对此采访了有关专家。

超长“待机”,少有休息

“没回信就是在直播。”广州带货主播罗阳(化名)在自己的微信名上这样备注。2020年正式入行后,播音主持专业出身的罗阳开始奔波在不同的电商平台、商家之间。“这场直播结束了,得立马赶下一场直播,不是在直播,就是在去直播的路上。”他给记者发来的直播安排上显示,几乎每天都有2~3场直播。

通常,晚饭后、睡觉前是直播观看人数最多的时段,因此,晚上12点是罗阳正常的下班时间,有时也会凌晨2点才下播。赶上“双十一”这样的购物节,每天要连播3场,每场直播3~4个小时。

直播时要始终保持情绪饱满的状态,下班后的罗阳感觉整个人“被掏空了”,一句话也不想再多说。

和罗阳一样,合肥网约车司机陈广(化名)每天收车后也身心俱疲。从早上6点出车一直到晚上八九点收车,他的一天几乎都在车里度过。入行半年多,他很少休息。

清华大学社会科学学院此前发布的《2021年中国一线城市出行平台调研报告》显示,大部分网约车司机都在高负荷运转,日均工作时间为11.05小时,其中,49.21%的网约车司机每日出车8~12小时,27.38%的司机每日工作12~16小时,74.76%的司机一周出车7天。

尽管各平台有防止司机疲劳驾驶的强制措施,然而,对大部分司机来说,每4小时强制休息的20分钟无法真的休息,只能在路上空跑,有的司机甚至会换个平台继续接单。

收入灵活,依赖时长

罗阳没有与直播机构签约,工作相对自主灵活,同时也意味着无底薪、赚时薪,时薪100元~200元不等。即使成交额很高,主播也很少能拿到额外的提成,只能通过拉长时间增加收益。

记者采访发现,不同的新业态行业虽用工模式不同,但多数从业者收入以计件为主。

记者以应聘外卖骑手为由咨询了一家位于合肥市蜀山区的配送站点,负责人表示,基础单价每单5元,入职满3个月,每月出勤28天且跑够1000单,可拿到6.8元/单的最高单价。

在该站点业绩靠前的专送骑手小刘月入近万元,与之对应的是每天上线十几个小时,最多的一个月,他跑了近1800单。

对于新就业形态劳动者来说,更多的时候,他们“想停也不能停下来”。

前述《报告》指出,有司机表示:“如果不出车分会掉,分掉了就会影响接单,因而需要每天都跑。”这种现象也得到了陈广的印证:每天要保证上线至少10小时,活跃值越高,派的单就越多越好,“感觉被在线时长‘困’住了”。

“如果不多跑,可能连租车费都挣不回来。”陈广每天租车费用125元,每单抽成比例18%~30%不等,到手后所剩无多。“单价太低,一口价的单只能挣个起步费。”为此,他注册了多个平台,哪个价格合适就跑哪个。

而对罗阳来说,一旦停下来,可能就意味着被行业抛下。

“一个同行休息了10天,回来后发现,之前合作的品牌已经找到了新主播。”罗阳感觉到直播行业越来越“卷”,不断有新人涌入,时薪也在“缩水”。

针对性探索工时规范

中国劳动关系学院法学院执行院长、教授肖竹表示,新业态用工形式灵活多样,部分从业人员与平台或相关方签订劳动合同建立劳动关系,但更多属于“不完全符合确立劳动关系”以及“个人依托平台自主开展经营活动、从事自由职业等”的情形,这两类用工方式目前尚未建立明确的工时保护规则,整体处于失范状态。

安徽昊华律师事务所律师胡敏指出,2021年7月,人社部等八部门共同印发的《关于维护新就业形态劳动者劳动保障权益的指导意见》中,首次提出介于两者之间的“不完全劳动关系”。他建议,相关立法要针对“不完全劳动关系”中的权利义务和相关劳动基准等进行明确。

多位受访专家表示,有别于传统的“企业+雇员”模式,劳动者通过平台自主接单承接工作任务并获得报酬,劳动用工任务化、计件制更具有普遍性,对传统工时和劳动定额的制度逻辑产生了强大冲击,需针对数字时代和新业态用工,设计具有适应性的工时规范制度。

中国社科院法学研究所社会法室副主任王天玉则认为,考虑到从业者多平台就业的特性,应探索基于经济从属性的任务计量型劳动基准,在从业者灵活就业总时长无法直接控制的前提下,大型平台可以通过任务连续性和总量的控制来限制劳动机会,防止过度劳动。当从业者达到任务计量基准时,平台应停止派单,否则要承担违反强制性规定的法律责任。

如何根据新业态不同行业、职业的特点,建立针对性的工时规范?

“从根本上来说还是要提高劳动者单位时间的报酬收入,以符合劳动者基本工作收入预期目标,减少收入水平对工作时间的过分依赖。对于网络主播等单一工作场所的单一工作形式的工时规制,则应从劳动者身体健康和职业安全的角度保护其休息权,对其最长工作时间建立强制性规范规则。”肖竹说。

记者 陈华 唐姝 来源:工人日报

儿童智能手表真的需要那么多“功能”吗

资料片

“×××电话手表,能打电话的手表!无论你在哪里,一个电话马上找到你!”最近几年,这样的广告词,越来越频繁地出现在家长群体视野之内。在各路厂商的大力营销下,具备电话、上网、远程监控等多种功能的儿童智能手表,似乎正在从少数家庭才会买给孩子的“奢侈品”,变成中小学生校园生活的“必需品”。校园之内,功能更丰富、外形更时尚的智能手表,很容易成为小朋友们追捧的对象。校园之外,不少家长对此也极为上心,想方设法为孩子挑选具有更多“亲子联络功能”的智能手表。

然而,近日有数据显示,许多消费者对儿童智能手表的质量并不满意。江苏省消费者权益保护委员会最新发布的调查报告指出:近一半消费者对儿童智能手表质量给出负面评价。其中,有超两成消费者遇到定位不准问题,超四成消费者表示所购产品信号不稳定,通话质量差,近三成消费者认为儿童智能手表内容的复杂性容易影响孩子心智健康。质量问题之外,消费者对个人信息泄露问题也是十分担忧。

任何一类商品、任何一个品牌,要取得消费市场的信任,都必须解决好质量问题。厂商在营销领域投入再大,如果不能让质量跟上宣传,都难免让消费者产生“货不对板”的不良印象。家长为孩子购买儿童智能手表,首要需求就是与孩子联系,并取得孩子的实时定位。因此,定位不准、通话质量差等问题,对这一商品类型而言可谓致命缺陷。如果一块儿童智能手表,连核心功能都实现不好,无异于给阉割版的手机原件套了个“表壳”。这样的商品设计,既不关心作为使用者的儿童,也不尊重作为消费者的家长,迟早会在日趋严格的行业监管之下受到淘汰。

质量问题固然重要,但是,对于儿童智能手表这个“新生事物”,社会的疑虑与担忧却不局限在质量问题上。在网络舆论场上,质量相对较好、销量相对较高的一流儿童智能手表品牌,反而更容易引起争议。这些品牌推出的手表,往往“功能强大”“时髦值高”,让孩子和家长都觉得买了“倍儿有面子”。然而,孩子在使用手表时,某些功能却不免让人感到不太舒服。

还是以江苏消保委的报告为例:不少消费者认为“儿童智能手表内容的复杂性”会影响孩子心智健康,这说明:社会并不认为儿童智能手表的功能“多多益善”。相对于普通手表,智能手表最大的特点就是加入了通话定位功能,给儿童加了一份安全保障,而与普通手机相比,智能手表的卖点则在于不会让儿童过于自由地接触游戏、上网等容易使其在学习中分心的功能。过度强调儿童手表的功能性,尤其是社交、娱乐功能,很容易使其“手机化”,一方面会对自制力不强的孩子形成诱惑,另一方面也容易激起学生的攀比心,乃至造成基于手表品牌、档次的“社交分化”。

会受到儿童智能手表某些功能“诱惑”的不仅是孩子,还可能是家长。某些儿童智能手表的“家长监控”功能过于强大,也会给家庭教育造成负面影响。此前,有博主专门发布视频,曝光了当代儿童智能手表惊人的“监控力”,引发了广泛的关注与讨论。

具体而言,一些儿童智能手表型号可以在孩子完全不知情的情况下,不限时、不限次地将孩子身边的声音“转播”给远方的家长。家长固然有了解、教育、管理孩子的权责,但少年儿童也应有自己的隐私空间,如此才能健康成长。家长如果不加节制地对孩子实施全方位、全天候的“监控”,很可能使家庭关系变得紧张。更何况,这些隐私信息经由儿童智能手表处理,还有潜在的外泄风险,更加令人担心。

今年7月,中央网信办等部门联合举行暑期未成年人网络环境整治专项行动,聚焦未成年人使用频率高的学习类App、电商、儿童智能设备等平台,集中解决涉未成年人问题乱象。儿童智能手表正是“儿童智能设备”中的一类。对于这一产业,社会还应高度关注其对儿童权益、儿童教育可能产生的影响,并引导其发挥积极的社会作用。

杨鑫宇 来源:中国青年报