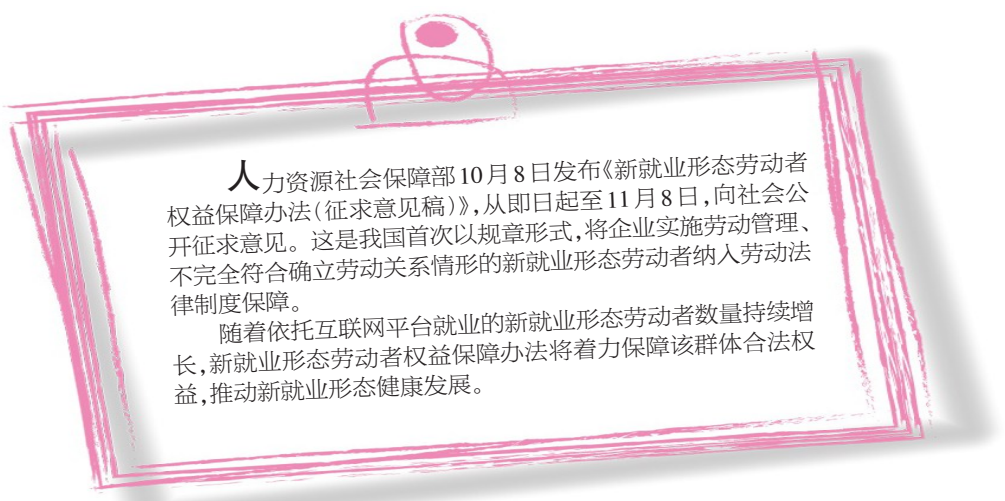


# 新就业形态劳动者权益保障新规 回应哪些关切



人力资源社会保障部10月8日发布《新就业形态劳动者权益保障办法(征求意见稿)》,从即日起至11月8日,向社会公开征求意见。这是我国首次以规章形式,将企业实施劳动管理、开征意见。这是我国首次以规章形式,将企业实施劳动管理、不完全符合确立劳动关系情形的新就业形态劳动者纳入劳动法法律制度保障。

随着依托互联网平台就业的新就业形态劳动者数量持续增长,新就业形态劳动者权益保障办法将着力保障该群体合法权益,推动新就业形态健康发展。

## 分类规制用工形式

新就业形态用工方式多元,与传统用工有较大差异。征求意见稿将新就业形态细化为三类具体形态。

一是对符合确立劳动关系情形,适用劳动法律法规,企业应依法与劳动者签订劳动合同;二是对于不符合确立劳动关系情形,但平台企业通过劳动规则、指令组织劳动者提供劳动的新型用工关系,平台与劳动者应签订用工协议,同时规定如果平台与第三方共同实施劳动管理的,应签订三方协议,明确各主体间权责边界;三是个人依托互联网平台自主开展经营活动、从事自由职业的,不适用本办法。

“实践中,当事人之间权利义务约定不明、用工主体不清,是新就业形态领域争议多发、劳动者权益受侵害的重要原因。引导和规范当事人签订事项完整、内容合理的协议,是维护新就业形态劳动者权益、预防争议的重要路径。”中央财经大学法学院教授沈建峰说。

征求意见稿进一步压实平台责任,不仅明确平台企业对合作企业的选任和监督义务,还提出,合作企业不具备合法经营资质的,平台企业承担用工主体责任。征求意见稿禁止平台企业通过多层转包、诱导劳动者注册个体工商户等方式规避用工责任。

中国劳动和社会保障科学研究院研究员黄昆认为,这些规定有助于推动平台企业发挥积极作用,督促合作企业、加盟企业及网站点点等履行用工责任,约束管理好各主体行为,塑造更为良好和谐的平台用工生态。

## 保障基本劳动权益

实践中,报酬支付不规范、工作时长、工作强度大等是新就业形态劳动者常常反映的问题。征求意见稿规定了平等就业和自由择业、劳动报酬、工作时间和劳动强度、休息、劳动安全卫生、恶劣天气劳动保护、职业培训、社会保险等基本劳动权益,设置了新就业形态劳动者劳动条件的底线。

以劳动报酬为例,最低工资保障方面,明确考虑劳动者自备生产资料成本后的工资,不得低于工作所在地最低工资标准;工资支付方面,规定按约定周期提取劳动报酬且不得收取手续费,“劳动报酬结算支付周期最长不得超过1个月”;针对新就业形态领域扣罚款滥用现象,鼓励采取正向激励方式,不得滥用罚款等惩罚性措施;聚焦法定节假日劳动报酬,规定“企业应当在法定节假日向新就业形态劳动者支付高于正常工作时间劳动报酬的合理报酬”。

又如,休息方面,征求意见稿要求企业合理确定日、周最长工作时间,“连续工作4小时的,应当保障劳动者适当的休息时间”。

黄昆认为,征求意见稿充分体现党和政府在鼓励创新和技术发展中对于人的关注,坚持以人为本,推动平台企业增强责任意识和法治意识,合理确定劳动报酬,加强劳动保护,保障劳动者基本权益。

## 确立算法取中原则

平台经济飞速发展,基于互联网平台数据技术运用而形成的包括算法在内的劳动规则,深刻影响着新就业形态劳动者的工作任务分配、绩

效考核、劳动报酬、任务完成过程等各方面。

征求意见稿确立算法取中原则,要求企业坚持以人为本、公平正义、安全可控的价值导向,充分采纳利益相关方意见,不得将显著异常数据作为普遍考核指标,不得仅通过算法自动作出减损劳动者重大利益的决定,有义务向劳动者和有关部门阐明算法。

“征求意见稿要求企业向劳动者解释算法基本原理和运行机制,禁止算法歧视,规定停止派单、封禁账号等涉及劳动者重大利益的决定不得由算法自动作出,必须经人工审核,回应‘困在算法里’的社会关切。”中国社会科学院法学研究所研究员王天玉说。

黄昆认为,这些规定将算法监管的范畴限定在劳动规则之内,有助于让新就业形态劳动者走出算法之“困”,也有利于帮助企业摆脱基于算法的内卷式竞争。

## 构建纠纷解决机制

遇到问题能解决,是新就业形态劳动者的普遍期待。征求意见稿构建了多层次、多元化的纠纷解决机制。

其中,在企业内部,要求建立常态化沟通和申诉机制,劳动者对劳动报酬、工作时长、考核评价、封禁账号等提出异议的,企业应当核实处置,在48小时内人工答复。在企业外部,构建一站式调解工作模式,发挥劳动人事争议调解、人民调解、行政调解、司法调解作用,劳动者有权向工作所在地负有监管职责的主管部门投诉、举报,或者依法申请仲裁、提起诉讼,并可将平台企业和平台用工合作企业列为共同当事人。

“征求意见稿还规定了工会监督和法律援助制度,明确劳动关系认定争议的考量因素,进一步畅通新就业形态劳动者的维权渠道。”王天玉说。

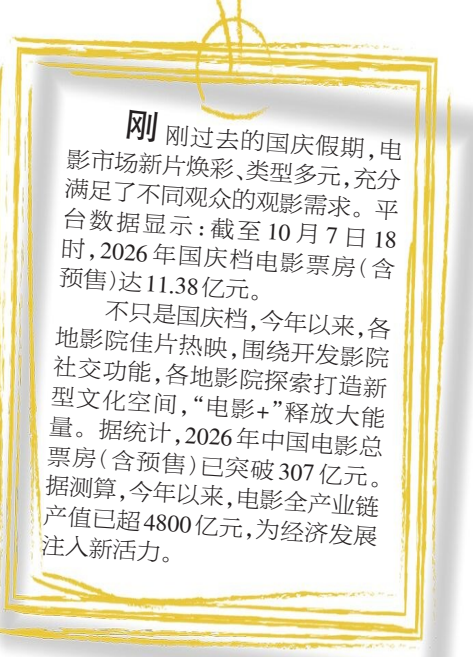
沈建峰认为,这些规定体现预防为主、基层为主、调解为主的争议解决基本理念,也延续了我国在劳动争议领域多元协同化解争议的思路。

“我们建立了覆盖全国的骑手协商代表体系,定期召开区域协商恳谈会和全网协商恳谈会,确保骑手在规则制定中有声音、有参与。”淘宝闪购有关负责人表示,将全面对照新规要求,进一步完善劳动规则、优化算法体系、健全骑手权益保障机制,实现平台发展与骑手权益保障的互惠共赢。

滴滴出行有关负责人表示,企业成立司机生态发展委员会,就是希望更及时地听到司机的意见和诉求,推动企业尽快研究、解决。“保障好数百万司机的权益,是平台沉甸甸的责任。企业将不断提升管理水平,使规则透明可查、算法以人为本、保障贴心到位,让司机师傅们每一单都赚得明白、跑得舒心。”

(新华社)

# “电影+”释放大能量



刚刚过去的国庆假期,电影市场新片焕彩、类型多元,充分满足了不同观众的观影需求。平台数据显示:截至10月7日18时,2026年国庆档电影票房(含预售)达11.38亿元。

不只是国庆档,今年以来,各地影院佳片热映,围绕开发影院社交功能,各地影院探索打造新型文化空间,“电影+”释放大能量。据统计,2026年中国电影总票房(含预售)已突破307亿元。据测算,今年以来,电影全产业链产值已超4800亿元,为经济发展注入新活力。

## 聚焦精准分众,满足多元化观影需求

“电影让我们记住了他的名字!”“这是一部展示大漠风沙的电影!”“希望妈妈也能享受自己的人生,不被束缚!”……

国庆假期,电影评分网站上,许多观众打出的感叹号,流露出与《神探之痕迹》《敦煌英雄》《活色生香》等国庆档新片的情感共鸣。今年国庆档影片涵盖警匪、喜剧、悬疑、动画等多种类型,满足观众多样化观影需求。其中,《神探之痕迹》用4个案件、4次开拓,讲述中国首席枪弹痕迹鉴定专家、“七一勋章”获得者崔道植的感人事迹,受到观众欢迎。

复旦大学新闻学院院长周葆华认为,今年以来,中国电影市场影片类型愈加多元,行业对观众细分化审美需求的回应更加积极主动,“市场也从头部大片的竞争,转向不同题材、不同体量影片的同台较量”。

从春节档的《飞驰人生3》《惊蛰无声》,到“五一”档的《消失的人》《给阿嬷的情书》、暑期档的《功夫女足》《欢迎来到龙餐馆》,再到国庆档的《神探之痕迹》《什么意思夫妇》,国产电影稳

居市场主力,观众对国产电影和中国故事抱有更多期待。业内人士表示,国产电影领跑市场与影片质量提升、内容扎实密切相关。一名影迷告诉记者:“国产片的故事与大家的的生活息息相关,更容易引发共情,观后让人收获满满。”

尤其值得关注的是,今年以来,《镖人:风起大漠》《给阿嬷的情书》《八仙!》《欢迎来到龙餐馆》等影片放映时间延长,观影热度持续不减,票房实现不断增长。“电影的价值在于内容,好的内容需要时间和空间去承载,放映时间延长,能让电影价值充分释放。”周葆华说。

## 关注全产业链,“电影+”迈步新赛道

今年国庆假期,结合特定时间节点、特定主题,一系列“电影+旅游”“电影+美食”“电影+非遗”等项目玩出新花样,吸引大批观众在观影之余,收获更多精彩体验。

今年是中国工农红军长征胜利90周年。9月底,由北京市朝阳区宣传部、中国电影集团公司主办的“光影墨韵·中华文脉——跟着电影重走长征路”主题活动在北京天天中影厅开幕,商场联动中影国际影城天天中影店,放映长征题材电影,集中展示长征沿线各省份的非遗、文创。

“电影+长征”,能加出什么?参与长征电影知识问答,通过电影细节,感悟征途漫漫;观看长征主题电影,再用活动专享优惠券吃顿午餐,激发新的社交需求……“活动让观众对长征有了更深刻的感触,也填补了他们在影城的碎片化时间。”北京天天中影厅活动执行公司总经理武鹏表示,活动实现了文化体验与商业消费的共赢,让观众在特定场景中走进影院、爱上电影。

今年是电影经济促进年,国家电影局与商务部联合启动“电影+”消费综合试点工作,各地相关部门出台多项“电影+”消费惠民活动。

在黑龙江,“跟着电影去旅行·畅游森林里的家”等惠民活动不停歇,尤其是今年暑期,两场电影周系列活动在哈尔滨接连举办,持续擦亮哈尔滨“电影之城”名片。

在浙江,由浙江省电影局指导,之江电影集团打造的“电影票根惠享平台”上线。平台汇集百家影院、千个品牌、万家商户,影迷上传电影票根生成权益卡,即可解锁专属优惠。

在宁夏,《欢迎来到龙餐馆》取景地宁夏石嘴山市石炭井工业文旅景区小镇接待“电影+”带来的文旅流量。当地出台惠民活动,完善文旅配套,复刻“龙餐馆”场景。据初步统计,影片上

映后,这里高峰期日均接待游客量是电影上映前的16倍。

“电影是一种多元融合立体的现代文化产品,具有独特的传播价值,‘电影+’应关注其上下游全产业链的生态。”周葆华说。

## 提升空间价值,探索影院多样化经营

沙发前,一张书桌、一盏台灯。侧身望去,整墙的图书立在书柜上。这不是图书馆,而是浙江杭州伍佰坞影院的6号影院。

10月1日,以“不止影院”为理念的伍佰坞影院亮相。影院打造了“电影图书馆”“剧院式演译吧”等9个不同主题影厅,以别具一格的室内设计,提升观影仪式感,打开了影院经营的新可能。

今年6月,国家电影局、市场监管总局联合印发《关于促进电影院多样化经营 繁荣发展电影文化的通知》,支持将电影院打造成为集观影、社交、娱乐、消费于一体的综合性文化体验空间。在影院不仅可以看电影,还可以看体育赛事、看晚会直播、举办线下活动……各地影院进行多元探索,努力将影院的定位转向社区多元文化空间。

夜幕降临,10余名家长带着小朋友相聚在上海华夏金国际影城。小观众们目不转睛地观看科普电影,映后争先恐后举手提问。这是大象点映推出的“大象亲子电影成长营”活动,根据影院区位及客群特点,组织运营亲子客群。“影院将成为周边家庭的一个文化驿站。”大象点映首席执行官蔡友增说,“亲子群体的消费力更强,一张电影票能撬动一个家庭一整晚的娱乐消费。”

基于亲子社群的构建,上海华夏金国际影城找到了差异化发展的方向,成为大象点映合作的“亲子共建影院”。“我们从卖电影票,到现在能运营亲子客群,积累了数百名黏性客户。”上海华夏金国际影城经理俞建江说。

数据显示,截至9月底,今年全国净增影院438家、银幕2632块,银幕总数已接近9.6万块,稳居世界第一。

“电影院具有很强的社交功能,它不仅是放映电影的场所,更可以围绕其社交功能产生更多价值的空间。”北京大学中文系教授张颐武表示,优质电影内容和视听体验,多元消费场景正不断满足公众文化需求,丰富人民群众精神世界,“发掘好、发挥好9万多块银幕的价值,推动我国电影产业持续发展、创新。”

(《人民日报》)



天气转凉,消费市场却迎来阵阵暖意。从街巷餐馆里的时令美味,到山水村寨间的惬意漫游;从城市周边的登高徒步,到多姿多彩的微度假体验,秋日消费场景不断铺展。

《扩大消费“十五五”规划》提出,促进服务消费提质惠民。顺应季节变化带来的消费新需求,各地市场也主动求新求变,将秋日风物、乡土资源、文化内涵转化为丰富的产品与服务。品秋味、赏秋景、享秋趣,既是大众感知秋天的生活方式,也是消费市场持续升级的生动图景。

## 舌尖上的秋味—— 创新供给激活餐饮消费

晨光熹微,江苏南京市一家奶茶门店已亮起了灯。店员忙着备料,迎接订单高峰。“入秋后订单量明显上来了,人手也加到了平时的两倍。”加盟商陈卓说,除了传统奶茶,新上的咖啡品类也颇受欢迎。一款名为“虎斑橘拿铁”的秋季创意饮品,将鲜橙、乳制品与咖啡融合,吸引了许多顾客尝鲜。

当城市逐渐苏醒,另一场关于秋味的接力赛也在打响。在广东深圳,一家主打精致东北菜的餐厅里香气氤氲。大兴安岭的榛蘑、东北沿海的带鱼、五常大米……带着山野与海洋气息的食材,被端上南方城市的餐桌。入秋后餐厅更新菜单,八成以上食材为原产地直供,呈现东北不同产区的秋日风味,也体现了“顺时而食”的传统饮食智慧。

美团数据显示,立秋以来,全国“贴秋膘”相关搜索量同比增长93.5%。消费者更愿意探寻食材产地与季节风味,山林秋收与海边渔获借助高效供应链跨越山海,时令菜品销量明显增长。

在北京,老字号三元食品公司旗下企业推出酸奶碗,用温润蜜桃与清甜荔枝搭配希腊酸奶,跳出传统甜品的厚重感,契合了秋日“清余暑、养脾胃”的轻养生需求;三元梅园品牌将奶皮子与牛奶重组,推出“奶皮子冰牛奶”,让传统味道以新形态适配现代消费场景。

场景拓展,让一杯茶饮进阶为一种生活方式。下午3点,上海丰盛里商业街,一家新开的奶茶实验集合店里,茶饮、意式冰淇淋与现烤烘焙被装进同一空间,黄油香混着茶香。今年以来,这里把“茶饮+意式冰淇淋”“茶饮+烘焙”等复合业态搬进大众门店,喝一杯茶延伸出更为丰富的体验。

“秋天的第一杯奶茶”已从社交话题演变为具有确定性的消费节点,今年立秋当天,新茶饮行业全渠道销量突破5662万杯。

## 田野里的秋景—— 文旅融合带来丰富体验

清晨6点,高黎贡山山脚下,云南怒江傈僳族自治州泸水市上江镇丙贡村大山坪子,稻浪在晨风中起伏。广东游客邹凯站在田埂上,举起手机拍下这如画一幕。

“以前来怒江只是路过。这次特地多待几天,悬崖上喝咖啡、村寨里住一晚,节奏慢了,体验更好了。”邹凯说。

秋日的峡谷间,稻浪翻涌、幽香弥漫,烟火升腾。2022年,科研团队在上江镇试点种植旱地优质稻16.9亩,亩产436公斤;如今全镇种植面积达4000余亩,今年预计亩产550公斤。

稻田“有得看”,农民“有得赚”。稻田徒步、田野音乐会等体验活动常态化开展,游客从欣赏风景变成走进风景,科技赋能稳粮增收的同时,还实现了农文旅深度融合。

怒江西岸,咖啡树的树梢探进“怒小咖”咖啡树屋,阳光透过枝叶洒在吧台,游客捧一杯手冲咖啡,看江水奔涌、听鸟鸣山谷。这杯咖啡,来自泸水6万亩咖啡种植园。

美丽公路沿线,“咖啡长廊”串起咖啡庄园、江畔咖啡馆,露营咖啡、文创咖啡等新业态层出不穷,一路咖香、一村一韵。

沿山路而上,距国境线仅10公里的阳坡村,傈僳语意为“第一缕阳光到达的地方”。这个曾经无人问津的小村庄,如今因独特的峡谷风景、民族文化而名声大噪。先锋书店的建筑融合傈僳族弩弓与峡谷元素,山隐啡悬崖咖啡厅受到游客欢迎。

运营不到两年,农家变民宿、山寨变景区,阳坡村总体营业额已超520万元,村集体经济实现增收40余万元,78户群众户均增收超5000元。怒江州正以“周末怒江”微度假品牌为牵引,着力破解旅游“过境多、停留短、消费低”的困局。

峡谷的热闹,不止于一季。按照“季季有主题、月月有赛事、周周有看点”的运营节奏,大山坪子的稻浪已迎来最佳观赏期与开镰收割;国庆假期,怒江精品咖啡文化周在泸水举行,文艺汇演、咖香集市、篝火联欢等系列活动接续举办。

## 山林间的秋趣—— 登高望远带火短途出游

“爸爸,这个果子怎么长得像个小秤砣?”周末一早,家住南京市建邺区的陈立带着上小学的女儿优优,驱车来到江北老山。父女俩沿着森林步道一路往山里走。脚下是碎石、落叶,身旁是树林和溪谷。遇到没见过的树木、昆虫,优优总要停下来看看,拉着爸爸问个究竟。

老山规划面积约112平方公里,森林覆盖率超过80%,目前已记录物种2083种,其中包括中华虎凤蝶、簕、仙八色鸫等多种珍稀物种。对于孩子来说,爬山也成了一堂没有围墙的自然课。

走到半程,优优有些累了。父女俩来到山里的咖啡店,点上饮品,坐下来看看窗外的树林。下山前,优优又挑了件带着老山元素的纪念品。爬山、看景、喝饮品、买文创,一次周末徒步,带动不少消费。

“开车过来不远,一天就够,孩子玩得开心,大人也能放松。”陈立说,比起把行程排得满满当当,一家人现在更喜欢这种边走边玩、想停就停的短途出游。

这样的周末,在老山越来越常见。老山片区梳理出湖山不老径、珍珠路森林步道等12条徒步线路,并按照不同路况和人群需求,分成亲子级、入门级、进阶级,匹配带娃出游与资深户外爱好者等群体的多样选择。“现在很多人来老山,不只是为了爬到山顶。”江北新区浦口文旅集团副总经理万玲说,游客更愿意在山里多待一会儿,喝杯茶饮、吃顿饭,或者逛一逛周边村落。

顺着这样的需求,老山周边不断有新业态出现。今年,水墨大埭老山茶驿、烘焙坊等20余个新产品计划陆续亮相。水墨大埭依托多年山地自行车赛事基础,打造47公里环老山骑行线路,新开发4条专业赛道,亲子、萌宠等业态也被带到线路周边。

今年以来,南京瞄准“1至3天”短途微度假市场,把山林、乡村、民宿、演艺等资源串起来,让游客从“看一个景点”变成“体验一种生活”。2025年,南京乡村旅游接待游客4000万人次,实现直接总消费152.34亿元,同比增长14.9%。

(《人民日报》)