一吐为快

别让“举证难”难倒劳动者

□贺成

根据法律规定，劳动者主张加班费应当就加班基础事实承担举证责任。记者调查发现，在劳动者讨要加班费的过程中，加班争议时间跨度越长，劳动者追回加班费的概率越低。（9 月 9 日《工人日报》）

现实之中，“举证难”难倒劳动者的事，已经不是孤例，而成了社会现象。对此，无论是相关部门，或者是用人单位，还是劳动者，都要引起重视。

对于相关部门而言，应该意识到劳动者处于弱势地位，很多时候的加班费，并非自己想被延长，而是无可奈何地被延长。既然根子是在企业，就应该站到保护劳动者权益的角度，一是设法让企业不敢延长劳动者加班费的支付时间，二是出现矛盾纠纷后要强行介入。

对于用人单位而言，应该意识到劳动者是最大财富，既然是自身原因造成，就应该及时给予弥补。劳动者为用人单位付出了汗水、心血，如果再为了一点加班费，耗时耗力地去搜集证据，这不仅显得“奇幻”，还只会割裂彼此的信任，不利于激发内生动力和稳定人才队伍。

对于劳动者而言，自然也要在以往的案例中提高警惕，一是在能力范围内，避免“无薪”加班熬到“陈”年，二是在无力改变当前现实的情况下，不妨多一些心眼，保存打卡、考勤、工资发放记录和加班通知等加班证明，把“搜证”的工作做在加班的前面。

实际上，无论是相关政策法规，还是相关部门执行情况，都是比较倾向于保护劳动者权益的。尽管，今年实施的《最高人民法院关于审理劳动争议案件适用法律问题的解释（一）》第四十二条规定，劳动者主张加班费的，应当就加班事实的存在承担举证责任。但是，劳动者有证据证明用人单位掌握加班事实存在的证据，用人单位不提供的，则由用人单位承担不利后果。

此外，在我国的法律实践中，基于保护劳动者的原则，通常会缓和劳动者对加班费的举证责任，即只要劳动者一方提出的基本证据或初步证据，能够证明用人单位存在加班事实，便可视为已经完成举证责任，转由用人单位对劳动者的实际加班情况进行举证。一旦用人单位无法举证的，则应承担举证不能的不利后果。

可见，只有相关部门、用人单位、劳动者多一些共识，减少和杜绝“举证难”难倒劳动者现象，在积极维护劳资和谐中才能实现互惠多赢。

金玉良言

限制过度包装，需要“新国标”堵漏

□张玉胜

资料图片

包装层数过多、空隙率过大、过于豪华……不少消费者反映，目前市场上部分食品和化妆品企业还存在包装过度、不环保、不节约的情况，超出了包装本身的基本功能。针对此现象，国家市场监管总局日前发布新修订的《限制商品过度包装要求 食品和化妆品》强制性国家标准，将于 2023 年 9 月起实施。（9 月 9 日《人民日报海外版》）

食品、化妆品与老百姓日常生活息息相关，其在消费者的网购商品中也占较高比重。过度包装既浪费资源，也污染环境，更会给消费者带来“买椟还珠”的不适感。国家市场监管总局日前发布新修订的强制性国家标准，就是要从源头上减少资源消耗和包装废弃物产生，减轻消费者负担。

2009 年我国首次制定《限制商品过度包装食品和化妆品》强制性国家标准，对食品和化妆品过度包装提出限制指标以及计算方法；我国《固体废物污染环境防治法》也对“生产经营者未遵守限制商品过度包装的强制性标准的”行为作出了明确具体的罚则规定。

修订的“新国标”，既是为堵住在执行过程中暴露出的漏洞与短板，同时也为适应网购市场出现的新情况。比如旧国标中有一个行业术语叫“初始包装”，指直接与产品接触的包装。有企业就利用这一术语做文章，故意将初始包装做大，内装物很少；或将初始包装做成不规则形状，以提高初始包装体积，降低包装空隙率等等。

此次修订以有利于行政监管、企业实施为原则，以切实解决过度包装问题为目的，同时也结合我国实际情况。新标准规定了包装空隙率、包装层数和包装成本要求，以及相应的计算、检测和判定方法，规范了 31 类食品、16 类化妆品的包装要求。“新国标”修订彰显出国家对过度包装的高度重视，也意味着未来企业需要更严格的执行标准要求。考虑到新标准发布后，食品和化妆品生产企业需要根据新标准要求，对产品包装进行合规性设计，同时还要消纳库存包装以及待售商品，毕竟化妆品类商品保质期、流通环节和消纳周期都相对较长，还设立了两年的过渡期。

新“国标”只是对食品类、化妆品规避过度包装提出了行业标准和包装要求，国标能否落地、食品化妆品能否“轻装”前行，还需包括企业主体、监管部门和广大消费者在内的多方相向而行的执行、监管与监督。

鉴于此次修订变化的幅度较大，相关企业要认真研读标准，并积极做好两年“过渡期”的衔接、适应工作，要尽早做好贯标、用标和达标工作，向市场供给更高质量、更加绿色环保低碳的产品包装服务；市场监管部门要通过多种方式，全方位宣传新标准，会同有关部门组织开展好标准培训活动，为依法依标监管做好技术储备。

一家之“盐”

快递企业不该把“签收确认”当作增值服务

□史洪举

近日，消费者向浙江省消保委反映，在使用“顺丰速运 +”微信公众号寄快递时，发现顺丰公司提供了一项名为“签收确认”的收费增值服务，收费金额为 1 元，购买该项增值服务后，收件人需凭顺丰发送的签收码或本人身份证后 6 位签收快递，消费者认为顺丰提供该项增值服务的行为侵害了其合法权益。（9 月 11 日《中国消费者报》）

一般而言，“增值服务”是指“本来不提供的服务”，但消费者可以靠额外支付对价获得相应的服务。如人们通过邮局寄“平信”时默认投递员不需要亲自将信件送到收信人手中，也不可追踪信件状态，但可以多付钱寄“挂号信”，就可以追踪信件状态并确保收件人签收。

然而，“签收确认”显然不应该属于增值服务的适当理由。《快递暂行条例》第二十五条规定，经营快递业务的企业应当将快件投递到约定的收件地址、收件人或者收件人指定的代收人，并告知收件人或者代收人当面验收。收件人或者代收人有权当面验收。也即，将快递送达收件人由其签收是快递企业的法定义务而非所谓的“增值服务”。

但现实生活中，由于一些收件人刚好在投递时因各种理由无法到场签收验视，故要求投递员将快递暂存至门卫处或快递驿站等地方。这种做法既节约了收件人的时间也节约了投递员的时间，属于双赢之举。遗憾的是，这一长时间且大规模的“互利”做法逐渐导致“不确认签收”“不投递至收件人”成了惯例。进而一些快递企业振振有词地将其作为“增值服务”额外收费，不断蚕食消费者权益。

不可否认的是，“确认签收”确实增加了派送成本。但快递企业并不能因此规避其法定义务。而且，像顺丰快递所创新的利用信息化加持的“签收确认”程序，并未增加太大成本，却便利了消费者，降低了投递风险。因而，对这一原本互利的创新，快递企业不该盯着消费者钱包，想方设法让消费者为所谓的“增值服务”买单。

对此，浙江省消保委就认为，把“签收确认”从应尽的法定服务内容中拆分出来，涉嫌巧立名目收费，侵害了消费者合法权益。而在形式上，也容易使得消费者误以为如不勾选此服务项目，则企业可不提供“签收确认”服务，存在误导消费者嫌疑。可以说，消保委确实找到了问题的关键所在，这也是快递企业所应尽量避免的“创新”。

在市场经济和法治社会，只要企业的创新不违反法律和法定义务或行业惯例，就应予以包容。譬如，快递企业可以针对一些商务主体或其他对“签收快递”有特殊要求的主体提供增值服务。如可以提供“见证签收”服务，即投递人员采取视频或拍照方式记载签收验视过程，在发生纠纷后作为证据使用。因而，在竞争激烈的快递行业，只有不断改进服务水平，推出有利于消费者体验的创新，才能提升竞争力，获得更多消费者信任。

征稿启事

本版长期向读者征稿，稿件字数在 1000 字左右。

来稿要求内容真实、富理于事；也可以是作者对某一社会现象或问题发表的观点和建议，我们将每周刊登在本版。

来稿请发送 e-mail 至：kokomi621@sohu.com。

百家讲“痰”

“痰”：

近日，梅州市平远县上举镇畲脑村发生一起食用采摘野生蘑菇中毒事件。外婆、妈妈和一名 3 岁的孩子中毒后送往医院，抢救无效死亡；家中吃了蘑菇汤的 2 只猫也被毒死。（羊城晚报 9 月 10 日）

百家讲：

近年来，因采食毒蘑菇致人死亡的事件，在一些地方时有发生。野生菌味虽美，但很有可能藏有剧毒。疾控专家表示，因为真假难辨，一些野生毒蘑菇与食用菇外形相似，鉴别需要具备专业知识并借助一定的仪器设备，仅靠肉眼和民间土法极易误认，因为“好坏”混生。在野外，无毒的蘑菇往往与有毒的蘑菇混生，且无毒蘑菇很容易受到毒蘑菇菌丝的沾染，甚至部分附生在有毒植物上的无毒蘑菇种类也可能沾染毒性。所以即便食用的是无毒品种的蘑菇，仍然会有中毒的危险。

时下，预防毒蘑菇中毒最有效的措施，就是不要采摘和食用野生蘑菇。不管蘑菇好看不好看，只要是野外的蘑菇，只能看看，不能采食；更不要向路边摊贩购买野生蘑菇。发现在市场上有卖来路不明野生蘑菇的，非但不能买，还应立刻向有关部门举报，以防野生毒蘑菇害人；相关职能部门在进一步做好相关科普宣传教育的同时，要加大对市场的巡查、监管力度，对任性销售野生蘑菇的摊贩要严加教育、坚决取缔，“祖孙 3 人食毒蘑菇致死”的悲剧不能再现了。

——周志宏

“痰”：

随着网络消费、分期付款、持卡消费有礼等业务的不断花样翻新，信用卡在为普通百姓的信贷消费提供便利的同时，其跟随消费时尚不断推出的服务也刺激了年轻人的购买欲望，令他们热衷于提前消费。数据表明，信用卡案件纠纷主体呈年轻化趋势明显，同时暴露出金融机构信用卡发卡审核把关不严致使隐患重重。（9 月 12 日《法治日报》）

百家讲：

近年来，在各类消费资讯的鼓动下，部分国人大踏步走进“举债消费”的行列，而一些年轻人，包括在校大学生，也纷纷加入了提前消费的行列。

大学生是纯粹的消费者，基本上没有收入，往往通过信用卡或信货去满足自身的消费欲望，购买一些超出自身承受能力的商品。换言之，大学生提前消费，实际上是过度消费。而银行等信贷机构轻易地发放信用卡或贷款，很可能使理财观念薄弱的学生陷入恶性循环。可见，化解信用卡纠纷，银行不能置身事外。具体到信用卡业务，规避风险和纠纷，应成为银行一项强制义务。这就要求，银行应进一步规范信用卡申领、使用、注销等程序，强化信用卡账户管理，完善信用卡业务风险管控，维护用户的消费安全。

作为银行业，当然希望公众都来使用信用卡，去“花明天的钱享受今天的生活”，这样银行可以有更大的利润。但作为一个负责任的企业，更应该提醒年轻人不要负债消费。银行应从追求利润最大化，转化为追求合理的利润，引导年轻人理性消费。

——汪昌莲