



G 打工前沿

是职业敏感亦是责任担当

曲欣悦

近日,两则有关一线劳动者的新闻引发社会关注。湖北的叉车司机李师傅因为在卸货时察觉出“货有点轻”,随后及时向仓库管理员反映,牵出一个涉案2亿元的盗窃棉花团伙。而外卖员小王在接到一份要求拍摄涉密单位照片的猪脚饭订单后,敏锐地发现异常并果断向国家安全机关举报,最终排除了境外间谍活动的嫌疑。

这两个案例让我们看到,来自平凡岗位的普通劳动者同样是守护国家安全和人民财产安全的重要防线。

无论是叉车司机李师傅,还是外卖员小王,他们的警觉都源自在工作中积累养成的职业敏感。李师傅凭借多年的装卸经验,察觉到棉花包的重量异常后坚持上报,最终发现了企业的运输采购漏洞。外卖员小王因为长期跑单对周边环境熟悉,能迅速识别顾客拍照要求的可疑性,避免了潜在的泄密风险。

这份警觉是责任担当的体现。在发现可疑情况时,李师傅和小王并没有因为“多一事不如少一事”的心态选择沉默,而是积极作为。他们的行为表明,普通劳动者在日常工作中所展现出的责任担当,是构建社会治理体系、畅通“毛细血管”的重要保障。

社会治理、国家安全看似离我们很遥远,实则不然。正如有关部门在通报中所强调的,外卖员、快递员等群体因其走街串巷、灵活机动、熟悉地形的职业特性,已成为境外间谍情报机关试图利用的对象。因此,提升这些劳动者的责任意识、安全意识,不仅关乎个人职业操守,更事关国家安全和社会稳定。

有关部门和企业应该有针对性地加强行业培训,不断提升从业者的风险识别能力,同时建立激励机制,对举报可疑行为的劳动者给予表彰或奖励,鼓励更多人主动参与社会治理。

确保社会稳定、维护国家安全,防患于未然,需要整个社会、各个环节都树立社会责任意识,不给犯罪分子留下可乘之机。一线劳动者是维护安全的重要力量,只有在日常工作中、在细微处保持警惕、担起责任,才能构筑起更坚固的安全防线。

天津举行无人机飞行大赛 8支队伍“空中对决”

本报讯（记者张玺 通讯员程志会）近日,“翼启新程 智递未来——天津邮政快递业无人机飞行大赛”举行,来自中国邮政、顺丰等8支快递队伍、20名选手同台竞技,展开一场精彩的“空中对决”。

本次大赛由天津市邮政管理局、天津市交通运输委主办。比赛设置飞行载重赛、飞行抓取赛、飞行技术赛3个项目。飞行载重赛考验的是无人机承载货物并稳定飞行的能力;飞行抓取赛针对精准作业,模拟快递分拣配送中的抓取场景;飞行技术赛则是对无人机的操控精度、飞行稳定性等进行综合技术比拼。

据大赛承办单位相关负责人介绍,本次大赛使用的无人机载重达4公斤,续航约40分钟,预计飞行距离近60公里,能够满足日常小件商品的运送需求。

据悉,近年来,天津积极探索“低空经济+现代物流”应用场景。天津邮政积极推动无人机与医疗物流的深度融合,探索血液及药品等的高时效配送;极兔快递在宁河区试点无人机投送,覆盖偏远厂区,已累计投送快件超过1500件;顺丰速运预计年内将建成北方首个“空地协同”智慧物流中心,进一步推动应急、医疗等应用场景落地。

天津市邮政管理局有关负责人表示,今年天津启动低空经济推广应用,这场比赛正是邮政快递业拥抱新技术、激活新动能的生动实践。下一步,将深化协同合作,完善政策体系,共同推进无人机邮政快递应用场景落地,探索城市末端、偏远地区、应急医疗等场景的差异化配送。



巡检除隐患 暑运保安全

暑运期间旅客列车数量的增长,给线路设备带来不小考验。大秦铁路股份有限公司太原南工务段强化巡检,及时发现道岔件安全隐患,迅速集结精兵强将,利用夜间天窗时间实施更换,确保线路安全。 本报通讯员 崔明明 摄

穿骑手制服,立虚假人设,拍“诉苦”视频,吸引流量后卖课、直播变现……

虚假短视频为何“紧盯”外卖小哥?

门槛低、易共情,查办难、处罚轻,专家建议强化协同治理,铲除虚假内容传播土壤

本报记者 陶稳

“有些外卖真的不要再吃了,我真的不忍心往你们手里送”“老板用黑乎乎的手抹料”……近日,一名身穿外卖骑手服装的男子在网上吐槽食品安全,该视频被广泛传播。

据外卖平台通报,自6月中旬起,该男子发布的数十条视频中,都是身穿外卖骑手服装,哭诉自己“凌晨4点送外卖”“每天跑十几个小时外卖”“一个差评一天白干”等悲惨经历。经核实,该博主实际仅送了3天外卖,累计10单。而且该博主拍摄的视频内容,与此前被认定为虚假摆拍账号的内容和风格雷同。

这些视频是巧合还是有剧本?一些虚假视频为何紧盯外卖骑手等新就业群体?在相关部门及平台的合力打击下,此类虚假视频为何屡禁不止?记者对此进行了采访。

虚构骑手身份,捕捉“流量密码”

7月16日,四川省眉山市青神县公安局接到外卖平台公司举报称,某视频账号“小王哥的旅途”冒充外卖骑手,拍摄和发布虚假摆拍视频。民警调查找到了“小王哥”钟某,钟某对其冒充骑手、编造虚假信息引流的行为供认不讳,经民警批评后,才删除全部视频,销毁涉事衣物并提交悔过书。

清华大学新闻传播学院新媒体研究中心发布的《灵活就业类谣言传播机制与治理路径研究》报告指出,涉“骑手、网约车司机”的谣言年增长率超过150%。其中涉“骑手”相关谣言较多,占灵活就业比例达28.72%。

研究发现,这些谣言主要涉及收入状况、与平台关系、行业政策等,一些博主故意利用公众关注和同情心,捏造、夸大、歪曲信息,虚构图片,制造虚假人设,策划对立情节,故意卖惨营销。

阅 读 提 示

短视频平台上,一些营销账号紧盯外卖骑手等新就业群体虚假摆拍,引发关注。在相关部门及平台的合力打击下,此类虚假视频却屡禁不止。专家认为,查办难、处罚轻是其原因。需要构建“监管-平台-行业-公众”的协同治理体系,同时,短视频平台也需要从内容管理转向生态治理。

北京邮电大学互联网治理与法律研究中心主任谢永江告诉记者,这些博主选择以外卖员、网约车司机等新就业形态劳动者的形象发布虚假视频,本质上是对“流量密码”的精准捕捉。

“新就业群体是城市生活的‘毛细血管’,贴近大众日常,其工作感受易引发共鸣,营销号通过放大或虚构他们的艰辛,能快速刺激公众情绪,引发社会关注。同时,这类视频模仿成本低,降低了造假门槛。”谢永江分析说。

记者在电商平台搜索发现,不同平台的外卖骑手服装均有售卖,头盔、马甲、T恤、外衣的售价从几元到几十元不等。一件外卖骑手服装、一辆电动车,对着手机镜头说一段话,一条难以辨别真假的视频可能随后就出现在了网上。

通过卖“爆款”课、直播带货变现

某外卖平台工作人员告诉记者,经分析发现,一些涉外卖骑手的虚假视频账号,其运作模式有明显的套路化特征:先是虚构各类悲惨故事,然后针对爆款视频传授个人经验,最后私域卖课转化牟利。

“一旦出现爆款内容,不法分子便利用‘复盘视频’的方式将网友引流到私域,并通过售卖‘短视频学习课程’变现。”该工作人员说。

上述仅送过3天外卖的男子,在相关视频热度增长后,又发布了名为“视频上了

1000多万大热门,我究竟做对了什么”的视频,并以“下单99元面膜附赠短视频课程”的套路,诱导网友购买课程。

在中国政法大学数据法治研究院教授张凌寒看来,新就业群体的工作场景贯穿于公共空间与私人场域之间,天然连接起不同社会场景的叙事桥梁。他们的劳动状态与生活境遇,本身就是公众关切的社会议题。“营销号选择这些群体作为剧情主体,是找到了一条低成本、高回报地生产‘情感商品’并能最大化变现流量的捷径,这是商业逻辑对社会现实的符号化利用与消费。”张凌寒说。

对此,张凌寒认为,这一乱象带来的最直接危害,是将一个真实、多元而鲜活的劳动者群体,简化为脸谱化的戏剧人设,冒犯了劳动者的个体尊严,剥夺了其真实复杂的个体表达,可能使公众对这些劳动者形成偏见。

“如果任由此类虚假视频泛滥传播,会形成多维度的负面连锁反应,包括扭曲公众认知,伤害群体声誉,消解社会善意,透支公众同理心,破坏平台生态。”谢永江说。

如何破解虚假视频治理难题

针对恶意虚假摆拍等短视频营销乱象,监管持续加码。今年4月起,中央网信办持续开展整治短视频领域恶意营销、自媒体发布不实信息专项行动,包括从严打击恶意虚假摆拍、散布虚假信息等现象,重点整治通过剧情摆拍、拼凑剪辑等方式编造事件、虚构或



快递进村从“到得了”变“到得快”,农特产品从雪域高原走向全国

西藏快递物流升级带动群众致富增收

资金2000余万元对邮快合作进行补贴。随后,市县联动、政企联动,邮快合作在林芝市全面铺开,实现了快递进村全覆盖。在此基础上,林芝市以工布江达县为试点,进一步拓展深化邮快合作,推动客货邮融合发展,让快递进村从“到得了”变成“到得快”。

“客货邮融合发展线路,串联了城乡,也带动当地产业更好发展。”李国民表示,工布江达县积极探索“客货邮+电商+特色农产品”模式,吸引务工者在家门口就业,目前有8家企业入驻工布江达县。工布江达县通过客货邮专线累计寄递松茸等各类农特产品8000余件,带动群众增收120余万元,实现了产业协同发展与群众增收致富的双赢局面。

快递+电商,助力农特产品出村

“直播间的朋友们,这是中国国家地理标志产品墨脱石锅。我们就在快递公司直播,零距离发货……”8月8日,记者走进西藏林芝韵达公司,正赶上电商进行直播。近几年,随着快递基础设施的健全和快递服务的发展,越来越多墨脱乡村里的石锅通过快递从雪域高原走向全国各地。

“林芝韵达专门在营业网点辟出一间房

给电商做直播,还有专门的区域存放石锅,方便第一时间打包、发货。”这种“快递+电商+仓储”的融合发展模式,让与林芝韵达长期合作的客户马占坤的“石锅版图”越做越大。马占坤告诉记者,石锅运输途中极易出现破损,对包装要求极高。林芝韵达通过定制化包装让他“吃”了定心丸——破损率几乎为零。

西藏林芝韵达公司负责人程志鸿道出了“核心技术”。原来,前些年寄递石锅大都以“木箱+木屑”的方式进行打包,石锅破损率约为10%~30%。此后,企业联合商家将石锅包装改进为“纸箱+填充木屑”。这两年又将其升级为“加厚纸箱+防震泡沫”包装。“我们还协助客户对锅体、锅盖都进行了开模塑料包装,并精细到1毫米,几乎将破损率降为零。”程志鸿说。

随着快递服务能力的完善升级,林芝韵达的电商客户生意也越来越好,进一步激活了地方特色产业增长潜力,同步带动快件量显著增长。今年1~7月,林芝韵达石锅产品寄递量同比增长30%以上。

拓展业务量,带动当地群众就业

8月6日,中通快递司机商木林驾驶一辆

夸大情节等行为。但相关乱象仍然存在。

上述外卖平台工作人员分析认为,查办难、处罚轻是虚假视频乱象屡禁不止的原因。“摆拍视频虽然给相关企业造成了损失,但如何量化社会危害性成为监管部门和司法机关办案的难点。此外,在一些案件中,不法分子制作的视频虽然造成恶劣的社会影响,但因为没直接诈骗钱财,最终仅被行政处罚。”该工作人员说。

张凌寒认为,成本低、收益高是虚假视频顽疾难以根除的原因。“此类视频制作成本低廉,一旦成为‘爆款’,流量收益极为可观,只要这个底层逻辑不变,营销号便会层出不穷的变体来规避审查,使得清理行动如同‘修剪枝叶’,而根系依然在蔓延。”治理此类虚假视频乱象,谢永江建议,构建“监管-平台-行业-公众”的协同治理体系;包括明确虚构剧情并误导公众的违规标准,短视频平台应对违规账号实施阶梯处罚;对靠虚假视频牟利的营销号,可联合市场监管部门追究民事责任,提高违法成本;短视频平台也要提升审核能力,识别“高风险特征”,精准识别行业内的虚假细节。

此外,谢永江强调,还要激活新就业形态行业的自净力量,外卖、网约车平台应及时核对人员身份,公开举报渠道,鼓励从业者举报冒用身份的摆拍行为。

张凌寒认为,要实现更深层次治理,短视频平台还需要从内容管理转向生态治理。首先,平台需要对算法的价值取向负责,通过调整推荐权重,系统性降低虚假、煽情、对立内容的传播,让博眼球不再是获取流量的捷径。其次,对于批量制造虚假叙事的MCN机构和营销号,要建立起贯穿各平台的责任追究与联合惩戒机制,提高其违法违规成本。

G 聚焦新就业形态劳动者

产品出口旺 企业生产忙

8月12日,位于安徽马鞍山市博望区的国菱机械刀模有限公司工人正在赶制出口国外的刀模具产品。该公司加大科技创新力度,研发的产品已形成精密折弯机模具、大型石油管道模具、冲压模具等共六个系列500多个品种,除在国内市场受到青睐外,还出口欧美、东南亚及南非等地。目前出口订单已排到年底。

近年来,被誉为“中国刀模具第一镇”的博望区致力于打造制造强区,积极推动创新驱动发展,借助科技创新的力量,刀模具、机床等产业集群的竞争力显著提升,为高质量发展注入了强劲动力。

本报通讯员 王文生 摄

17.5米长的运力牵引车缓缓驶入中通拉萨转运中心。今年4月,中通快递开通成都至拉萨干线运输航线,每天两辆满载快递的运力牵引车经由317国道,往返于成都与拉萨。这不仅提升了西藏地区居民网购的快递时效,带动中通进港件同比增长30%以上,也为商木林们提供了更多就业机会。

“把头发扎起来”“马甲穿好,衣服帽子不能露在外面”……次仁措姆是顺丰拉萨中转场的运作组组长,也是安全督导员。除了员工的安全,从快件入场、卸车、分拣,再到装车、离场,每一个环节她都会仔细检查,确保快件在中转场的安全。

次仁措姆是拉萨本地人,2010年西藏顺丰成立,她成了这里的第一批员工。15年里,次仁措姆不仅在这里找到一份稳定的工作,还因为认真踏实的工作态度获得全国五一劳动奖章等荣誉。

15年来,西藏顺丰从当初的一个网点几十号人发展到现在16个网点600余名员工,从只覆盖拉萨主城区发展到在整个西藏地级市全覆盖,规模日益壮大。“快递业在西藏的发展不仅让我们的藏香、虫草和牦牛肉走向了全国各地,也给我们很多藏族同胞提供了工作的机会。”次仁措姆高兴地说。