

# 农民工

## 周刊



责任编辑：甘哲  
E-mail: grbnmgzk@163.com

### 打工前沿

## 执炬奔跑，人性之美生生不息

吴迪

近日，曾感动全网的三位“小哥”以杭州亚运会火炬手的身份再次回到公众视线——

跳桥救人的外卖小哥彭清林将家乡企业和个人赠予的物质奖励用于教育事业，成立了爱心公益中心，帮助家庭困难的学子“用知识改变命运”。9月8日，他在杭州执炬。

冬夜跳河救人的外卖小哥张洪叶获评“湖州市见义勇为先进人物”并记二等功，入选2023年第二季度“浙江好人”。9月9日，他在湖州执炬。

20年无偿献血33000多毫升的快递小哥胡敏，在工作岗位17年兢兢业业。今年，他荣获了全国五一劳动奖章。9月10日，他在嘉兴执炬。

连续三天，三位我们生活中常见的“小哥”执炬奔跑，再次让我们看到凡人微光背后的精神力量。他们以平凡人之躯，或不计生死见义勇为，或二十年如一日无偿献血，以匹夫柔情道义谱写最朴实的善意与勇气，怎不叫人动容？

最直抵人心的，是平凡人的熠熠生辉。传递火炬本身也是一种象征，正如他们都曾表示，将继续帮助他人、贡献自己的力量。如今被接力传递的火炬，正体现了对这一精神追求的延续。就像本届亚运会的口号一样：心心相融，爱达未来。

他们被选为火炬手，传递了强烈的信号。首先，选定具有代表性的几位小哥担任火炬手，是对小哥个体及其事迹的赞扬嘉许，同时是其所在行业及公众的共同期待，也彰显了社会各界对新业态劳动者的关注和肯定。其次，火炬手体现着本届亚运会的精气神，他们来自各行各业，用心交融，互相包容，传递自信乐观、不畏挑战、共迎美好的期许。

其实，生活中不乏类似的例子，普通劳动者“逆行”也好，散发微光也罢，动人之处在于他们身上蕴藏的“生活匠心”——爱生活、爱劳动、尊重生命、努力活着。那些频频戳中我们泪点和内心柔软之处的小故事，其主角是我们身边的外卖小哥、快递小哥等陌生的平凡人，他们让我们看到再微小的善举也可以汇聚成社会暖流，淌过每个人的心田，浸润一粒粒善意的种子，让人们相信美好和希望，更愿意与之相向而行。

或许，点赞火炬手及其事迹更深层的意义在于，希望更多人都能够成为善意的撒播者和爱心的传递者。

执炬奔跑，人性之美与运动之火交相辉映，生生不息。这份精神力量，我们要看得见、接得住，更要传得远。

## 北京将选树50名最美农民工

面向基层和一线岗位，每人奖励1万元

本报讯（记者赖志凯）近日，北京市农民工工作联席会议办公室启动“2023年北京市选树最美农民工活动”，面向劳动年龄内、户籍在农村、现在北京市连续就业或自主创业满3年的本地和外埠农民工，在全市范围内选树最美农民工50名，并将为他们颁发证书，给予每人1万元奖励。

本次选树活动以“讴歌最美人生、展现时代风采”为主题，要求参选的农民工爱岗敬业、勤奋工作、奋发进取，立足工作岗位，重点突出品德高尚、爱岗敬业、工匠精神、创业带动美、乡村振兴美等五个方面。同时，坚持公开透明、面向基层、择优推选的原则，自下而上，逐级申报，各区在10月10日前上报候选人，经市农民工工作联席会议办公室审核评定，预计年底前将确定50名最美农民工，并予以宣传展示。

通过本次选树活动，激励北京市各行各业农民工发扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，自觉践行社会主义核心价值观，培育农民工遵纪守法、诚实守信、爱岗敬业、精益求精、无私奉献的优秀品质，将辛勤劳动、诚实劳动、创造性劳动作为自觉行为，引导广大农民工为首都经济社会发展作出更大贡献。



## “小修小补”入驻社区便民小店

9月14日，商户黄贤德在龙泉街道的社区服务便民小店为居民配钥匙。

从今年初开始，为切实解决老城旧巷里的“小修小补”流摊管理难矛盾，浙江省湖州市龙泉街道在全市率先开展“小修小补”行业集中办证规范服务试点改革。目前，龙泉街道已建立“小修小补”公示商户清单18家，完成首批社区便民小店常态化入驻8家，每月服务超500人次，业务增长量超30%。

新华社记者 徐昱摄

# 多地外卖柜面向骑手收取服务费引争议

受访学者表示，应区分具体场景，细化外卖柜的使用和收费标准

本报记者 陈丹丹

“本月24日起，北京市的部分外卖柜，存放配送订单需支付服务费每单0.45元……”外卖骑手李某斌清晰地记得，那是7月中旬的一天，正在用餐高峰期送单的他，突然在派单软件上收到了这则通知，“当时骑着车子，心里直发慌，一个月又得少收入几百元。”

“最开始外卖柜是不收费的，后来叫我们骑手自己掏钱。”老家河南周口的李某斌在北京做骑手已有5年。记者调查发现，近期，深圳、上海、北京等全国多地的外卖柜开始向外卖骑手收取服务费，不同于几年前的“免费使用”和去年的“试点收费”，此次外卖柜收费范围更为普遍，覆盖多个城市及外卖平台，呈现出“由点到面”的趋势。

外卖柜给骑手和顾客带来了哪些改变？这笔服务费到底该不该收？由骑手承担费用是否合理？如何在平衡各方利益的同时，促进外卖柜的合理使用与长远发展？《工人日报》记者对此进行了采访。

### 外卖柜使用率有差异

外卖柜是近年来为解决外卖配送“最后100米”难题而推广的“智能取餐柜”，被广泛应用于写字楼、公寓、医院、高校等封闭性较高、送餐环境复杂的场景。每个外卖柜配有数十个可扫码的柜格，外卖骑手扫码解锁柜格存放外卖，再由顾客输入验证码取餐。

近日，记者走访北京市朝阳区望京街的某写字楼一层，门禁刷卡口旁设有一处42个柜格的外卖柜。据记者现场统计，在12时—13时的一小时内，共有100多单外卖被存取于外卖柜，仅有7单是由顾客直接从外卖员手中取餐。“一到中午柜子就塞满了，有时候还放不下。”该写字楼的物业工作人员说。

### 阅读提示

近日，全国多地的外卖柜开始面向骑手收取服务费。与几年前的“免费使用”和去年的“试点收费”不同，此次收费范围更广、覆盖城市更多。针对这笔费用该不该收、向谁收、怎么收等问题，各方意见并不一致。受访学者认为，外卖柜商业模式运营至少涉及四方利益主体，应区分具体场景、细化外卖柜的使用和收费标准。

“好多单子都是送到同一个地方，有柜子的话能同时送达，也不耽误跑下一单。”外卖骑手杨师傅说，“大楼中午电梯不够用，只让坐货梯，一趟七八分钟都下不来，每回都超时扣钱，还不如花点钱存柜子。”

“放外卖柜很安全，起码不会丢。”在该写字楼上班的刘女士表示，外卖柜带来了一定便利，“有急事或者开会时，能晚会儿下来取。”

但是，也有部分外卖柜的周转率并不高。在位于北京市通州区的某公寓大厅内，记者看到，只有零星几单外卖存放在柜子中，多数餐品被放置于旁边的地面。

“咋会舍得放，一单才赚2.5元，一个柜子收0.5元！”来此送奶茶的外卖骑手王师傅摇了摇头，“小公寓单子少，我们很多人都不放柜子。”

### 谁该为服务费买单

一笔又一笔的服务费，对于外卖骑手意味着什么？

“一单按0.45元算，我8月差不多给柜子交了300多元。”外卖柜开始收费后，李某斌一个月少挣的钱约等于他近一周的房租。

不同于全职担任专送骑手的李某斌，28岁的小凯曾是一名兼职众包骑手，平日在餐馆当服务员，空闲时会“抢几单好单子”。在得知北京的外卖柜开始收费后，小凯犹豫再三，最终放弃了这份兼职。

“一单配送费3元，外卖柜收0.45元，租电动车电池1天10元，车坏了还要修，跑几个

单最后倒贴钱。”小凯无奈地说。

记者了解到，不同城市、平台的外卖柜收费标准略有浮动，骑手存放1单的价格总体在0.3元—0.6元之间。此外，有外卖平台推出了服务费积分和月卡制度，骑手可以充值、预存外卖柜服务费，“积分抵扣会便宜点儿，但并不多。”李某斌说。

值得注意的是，在外卖柜服务费高低之外，引起争议的另一焦点在于——谁该为此买单？

“为啥给平台打工，还要给平台交钱？”李某斌作为专送骑手，与平台签订了协议并接受集中培训，在他看来，使用外卖柜应该免费或者由平台承担费用。而一位众包骑手则认为，“有柜子能多送几单，多跑跑也就回本了。”

某平台的外卖柜客服向记者介绍，外卖柜投放后平台方需要支付场地费、维修费、电费等多项费用，“外卖柜还没有大面积投放广告，很多都是跟第三方运营商合作推广的，不收费怎么维持下去？”

而对于这笔费用该由谁承担，顾客也有自己的看法。“我已经付了配送费，柜子的钱不该我交。”家住北京市昌平区的一位消费者表示，“小哥有时候不打招呼就把饭放在了柜子里，我还要花时间下楼取。”

“有很多顾客根本不知道柜子要收钱。”外卖骑手张师傅告诉记者，他常常会通过私信告知顾客外卖柜向骑手收费，“有的顾客会直接让我把餐放在旁边，也有的还让放柜子里。”

### 亟须分场景细化收费标准

“外卖柜应该向谁收费，需要从权利义务配置层面进行考量。”辽宁大学法学院教授王素芬告诉记者，目前，外卖柜的普遍收费逻辑为“谁使用谁付费”“谁获益谁付费”，但这种收费方式较为粗放，应区分具体场景，细化外卖柜的使用和收费标准。

王素芬认为，“智能外卖柜商业模式运营至少涉及四方利益主体——订餐顾客、外卖员、用工主体（外卖平台或第三方合作企业）与外卖柜运营商。”其中，外卖员与用工主体的关系认定，对配置各方权利义务起到关键作用。

“在劳动关系成立的前提下，对于专送骑手，因工作原因所产生的必要支出费用，如顾客主动指定外卖柜作为收餐点所产生的服务费用，应由用工主体承担。”王素芬建议，在尊重消费者知情权与选择权的基础上，主动选择使用外卖柜的专送骑手和众包骑手，可以通过让渡经济收益，承担部分相关费用，以获取使用外卖柜带来的时间和精力上的便利。

此外，“平台因为外卖员的配送服务行为而获益是不能否认的，应在整体上基于其获益比例，承担一部分外卖柜使用费用。”王素芬说。对于部分骑手提到的“外卖柜由平台承担全部费用”的措施，有受访专家指出，取消费用短期内可能缓解骑手的抵触情绪，但从长远来看则无法保障其服务的可持续供给。

“最终可能会有越来越多的外卖不再入户配送，造成外卖行业顾客认同度的降低，这样必然影响到整体平台业务的发展，导致骑手整体就业机能的减少。”王素芬说。

“如果骑手都用外卖柜送餐，每一单的送餐时间减少，平台算法不会因此缩短平均派送时间。”面对记者的提问，李某斌说，自己和其他骑手大多“不太清楚什么是算法，但需要靠跑单赚钱。”

## 民营企业助力乡村振兴专场活动举行 “万企兴万村”启动两年 探索出多种兴村路径

本报讯（记者陈俊宇）近日，全国工商联民营企业助力山东绿色低碳高质量发展大会民营企业助力乡村振兴专场活动在山东济南举行。活动以“践行民营企业担当 助力乡村全面振兴”为主题，旨在立足民营企业优势，大力开展“万企兴万村”行动，全面推进乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴，助力实现农业高质高效、乡村宜居宜业、农民富裕富足。

记者从活动中了解到，全国工商联在“万企兴万村”行动基础上，牵头组织实施“万企兴万村”行动，掀起了民营企业投身乡村振兴的热潮。“万企兴万村”行动启动两年多来，广大民营企业以产业振兴为基础，探索了多种有效兴村路径。有的民营企业依托乡村特色资源，实施特色种养、民俗旅游、田园综合体、农副产品精深加工及贸易、现代物流等产业项目，促进乡村一二三产融合发展；有的民营企业聚焦民生改善，以慈善善举、公益帮扶助力宜居宜业和美乡村建设。

中国民间商会副会长、依文集团董事长夏华倡议，广大民营企业用实际行动积极响应党中央号召，进一步弘扬优秀企业家精神，争做“富而有责、富而有义、富而有爱”的典范；进一步展现责任担当，发挥自身优势，通过开展经营性合作、公益性帮扶，努力为巩固拓展脱贫攻坚成果、推进乡村全面振兴再创新业、再立新功。

据介绍，山东高度重视民营企业发展，把实施“万企兴万村”行动作为推进打造乡村振兴齐鲁样板提档升级的一项重要举措，通过“金融服务进企业”活动，实施“联企兴村贷”“富民生产贷”等，创新金融服务方式，不断优化营商环境，为民营企业助力乡村振兴提供了更多的机会和发展空间。



## “蓝色粮仓”收获忙

9月13日，养殖户在河北省沧州市海兴县小山乡蔡家庄村养殖虾池搬运刚收获的对虾。金秋时节，在河北省沧州市海兴县盐碱滩涂养殖池，养殖户正忙着捕捞对虾，一派繁忙景象。海兴县地处渤海之滨，土地盐碱化严重，种植效益差。近年来，当地依托盐碱滩涂搞起了特色水产规模化养殖，打造“蓝色粮仓”，目前已成为海兴县主导产业之一。

新华社记者 骆学峰 摄

本报记者 赵黎浩

在云南省文山壮族苗族自治州丘北县普者黑景区，28岁的外卖骑手陈婷婷划着小船，穿过接天莲叶无穷碧的荷塘，将一份外卖送到顾客手中。近期，到景区游玩的游客发现了一项新的景区服务——外卖骑手穿梭在景区各个角落，把餐品、生活用品等及时送到用户手里。

随着数字化经济的下沉，而今，不仅是在大城市，不少小城景区也可以点到外卖。美团外卖数据显示，7月份以来，全国小城景区的外卖订单量环比增长了65%以上，景区外卖正成为小城夏日旅游消费新现象，让更多游客体验到“足不出园”也能“点外卖”的快乐。

远离大城市的普者黑景区是典型的喀斯特岩溶地貌，田园、湿地、峰林等景观交错，素有“世外桃源”的美誉。2023年夏天以来，该景区能够便捷地点到外卖，外卖骑手成为普

者黑景区运转体系的一环，外卖服务也给当地创造了更多的就业机会。

游客点单时，会将收货地址标注为某个桥、某个亭子或者某个马车停车场旁边。陈婷婷说，“在大城市，骑个电动车就能直接抵达终点。在景区内，我需要同时掌握陆路和水路交通工具，比如某个游客定位是在某个湖泊旁边，我就划船过去送会更加方便，这种送外卖的体验也非常有趣。”

陈婷婷介绍，夏季天热，有时候会有游客中暑，便点外卖买解暑药。“这样的订单比较紧急，有的地方需要马车通行，但时常会堵车，有的地方只能行走通过。”陈婷婷说，送这

样的单子，她会和其他骑手接力，一人送一段路，就像是在学校里参加接力赛一样。

坐在湖边，点几杯奶茶外卖，朋友们一起打卡拍照特别出片。游客小于告诉记者，她每年都来普者黑玩，在以前，买个东西常常跑很远，如今坐在湖边等骑手送来就行，特别方便。“景区非常大，步行去发现美食并不容易，有了景区外卖服务很方便。”

今年春季，陈婷婷来到普者黑游玩，她看到路边招聘骑手的消息后，决定留在这个美丽的地方。“在这里待久了，你会看到旅游时很难看到的日出日落，太美了。”

景区的商家也很欢迎骑手的到来，一家

## 景区外卖成旅游消费新现象

外卖员划船、乘马车等接力配送，为游客带来方便

经营当地特色美食的商户介绍，“我们门店开在景区里面，以前，旅游旺季或淡季对我们的影响比较明显。现在上线了外卖平台，门店有了更稳定的流水，更多的客人。除了游客，景区周边的居民都可以点到我们的美食了。”

据统计，目前普者黑景区已经有40余家商家上线了外卖平台。“4月份以来，外卖服务入驻普者黑景区，商家的外卖订单量以月平均增长速度超过200%在增长，上线的商家包括正餐、茶饮、烧烤、日用百货、药店等，能够满足游客的日常出行需求。”普者黑景区美团外卖负责人告诉记者。