



## 多家平台宣布为全职骑手缴纳社保, 怎么缴、如何减小双方压力等问题引关注——

# 外卖骑手“五险一金”迎来利好, 成本如何分担

陶稳

“住房公积金是企业和个人各缴纳125元, 社保是企业缴纳1314.64元, 个人缴纳505.26元。”5月10日, 京东外卖骑手小林收到自己的第三笔“五险一金”账单。他说, 自从有了“五险一金”, 对外卖骑手这个职业有了更强的认同感, 心里也更踏实了。

多年来, 外卖骑手与平台企业之间的劳动关系复杂而又模糊, 普遍面临社会保障缺失的问题。今年2月, 京东、美团等平台企业宣布将为旗下的全职或稳定兼职外卖骑手缴纳社保, 一时间“骑手入社保”话题引起广泛关注。外卖骑手的社保怎么缴? 成本该如何分担? 笔者对此进行了采访。

今年3月4日, 外卖骑手小林收到来自京东的短信, 邀请其加入京东成为一名全职骑手。听说京东给全职骑手缴纳“五险一金”, 小林选择了“同意”。

3月7日, 系统通知小林完成了入职流程办理。3月10日, 小林收到第一笔“五险一金”。虽然是按我所在城市的最低工资标准缴纳的, 但这对小林来说依然是一种惊喜。小林此前做了10多年厨师, 近几年开始兼职送外卖。从未缴纳过社保的他, 第一次有了“社保身份”。

根据小林展示的京东“五险一金”缴纳细则, 养老保险的公司和个人缴纳比例分别为15%、8%; 失业保险为0.5%、0.5%; 工伤保险为0.88%、个人不缴纳; 医疗保险(含生育)为9.5%、2%; 住房公积金是公司和个人各5%。

京东此前发布消息称, 3月1日起将与全职骑手签署劳动合同, 逐步为全职骑手缴纳“五险一金”并承担骑手个人所需缴纳部分。小林表示, 从近3次缴纳情况看, 这些钱确实是平台出的。

笔者从美团了解到, 今年4月3日, 该平台已在福建泉州、江苏南通城区试点为骑手补贴养老保险, 两个试点区域总计覆盖超过2.2万名外卖骑手。根据试点方案, 对当月收入达到就业地相关缴费基数下限且近6个月有3个月满足该条件的骑手, 平台以相关缴费基数为基准, 补贴50%的费用。这是自2022年美团进行“职保险”试点以来, 首次面向全类型骑手开放新的险种试点。

饿了么此前也发文称, 平台已在全国首批7个省市启动新就业形态劳动者职业伤害保障试点, 全额足额为骑手缴纳保费, 未来将在更多城市推进“新职伤”保险覆盖。

骑手第一次有了“社保身份”

中国政法大学民商经济法学院教授娄宇指出, 社会保险分为居民保险和职工保险, 如果企业与劳动者建立全日制正规劳动关系, 就需要为劳动者参保职工社会保险, 企业和个人各承担一定比例。灵活就业者可自愿参加居民养老保险, 也可自愿参加职工社会保险, 只是自行承担本应由用人单位负担的部分。

首都经济贸易大学劳动经济学院副教授张成刚认为, 平台为外卖骑手缴纳社保, 有利于加强对外卖骑手的劳动权益保障, 提升行业服务水平。但对于企业来说, 庞大的骑手数量也会带来不小的成本压力。相关数据显示, 截至目前, 全国的外卖骑手已超过1000万人。

张成刚指出, 如果是缴纳职工社保, 社保成本在整个人力成本中占比非常大。在传统的正规雇佣关系中, 社保约占整个人力成本的40%。正常情况下, 个人负担10%左右, 其余由企业缴纳。“作为灵活就业群体, 骑手是否愿意负担个人部分, 企业的费用是否会转移到消费者、合作商或

针对外卖骑手的社保权益, 如何让企业找到成本与收益的平衡点? 张成刚认为, 企业需要综合考虑骑手市场的运转情况, 各环节的收益和支出情况, 以及企业能够承担的成本压力等因素为骑手制定社保政策。

“很多骑手不完全符合正规的全日制就业特征, 这就决定了骑手可能对某一项或几项权益有需求, 例如一些短期兼职骑手更看重重疾险和意外险保障, 相关社保制度应在这些方面给予相应保障。”张成刚说, 有的平台企业与外卖骑手签订了劳动合同, 这属于传统的社保缴纳方式, 这样的权益究竟能覆盖多少劳动者以及社保成本如何分担, 是接下来要进一步观察的。

据了解, 目前美团的试点方案是: 无前置资格限制、无参保地点限制、无时长单量限制、无跑单类型限制。中国劳动关系学院劳动关系系主任孟泉

## 假冒政府机构账号卖假货 假冒官媒账号敲诈勒索

# 标注“官方”的“假官号”为何屡禁不绝

张守坤

短视频平台上, “××文旅推荐”“邮政官方直播间”等账号层出不穷, 简介标注“官方”, 头像使用机构LOGO, 主页却充斥带货链接与问题商品。

近年来, 从虚构“文旅局长”人设吸引引流, 到假借邮政名义销售贴牌商品, 仿冒者利用公众对权威信息的信任攫取流量, 甚至衍生售假、欺诈等灰色产业链。尽管2024年网信部门处置仿冒网站平台超500个, 平台封禁违规账号数千个, 但“假官号”仍屡禁不止。

为何仿冒行为屡禁不绝? 如何破解“李鬼”背后的信任危机与监管困局?

### 冒牌官媒泛滥

今年年初, 在云南工作的王先生刷短视频时刷到“××文旅推荐”账号, 一度以为这是家乡文旅局的官方平台——账号简介自称“官方”, 头像使用文旅局LOGO, 内容多为当地景点和文化习俗。然而, 点击进入主页后他却发现端倪: 视频中频繁插入带货链接, 推销的商品发货地址不在本地, 账号也缺乏官方认证的“蓝V”标识。他向平台举报后, 该账号很快被封禁。

像这样的情况不在少数。2024年, 河南文旅因“宠粉”营销爆红后, 短视频平台上涌现出大量账号, 部分在简介中标注“官方小号”, 实则夹带旅游卡、特产等带货链接。更早之前, 自称“宁夏文旅局长”“四川文旅局长”的账号通过劈腿、舞剑等夸张表演吸睛, 实际运营者与官方毫无关联。

近期, 在第三方支付者投诉平台和社交平台上, 有大量消费者投诉一些打着“邮政官方”名号的直播间, 以“地名+邮政”命名, 头像使用邮政LOGO, 宣称售卖“邮政合作商品”。然而, 不少消费者称收到的却是货不对板的减肥咖啡、美白粥品甚至贴牌酒水。

笔者检索邮政官网发现, 其并没有售卖上述产品, 真正的邮政官方账号既未开直播, 也没有带货橱窗。与此同时, 冒充媒体的账号也屡见不鲜, 导致财产损失、媒体公信力下降等情况的案例不少: 2024年, 蔡某等人伪造央视证件, 以“央视资深编导”名义诈骗企业6.82万元; 彭某等运营的“湘江听潮”账号冒用政府名义发布企业负面视频, 借此勒索12万余元。

相关部门和平台持续打击和治理: 2024年, 中央网信办处置违法违规网站平台518个; 抖音、微信等平台也封禁数千个违规账号。

### 触犯法律红线

自媒体名称和官媒近似甚至一样, 或是在主页简

介中自称“官方”, 这样的做法是否违法违规?

中国传媒大学人类命运共同体研究院副院长、教授王四新指出, 此类行为已违反《互联网用户账号信息管理规定》。根据该规定第八条, 互联网用户注册、使用账号信息, 不得假冒、仿冒、捏造国家机关、企事业单位、人民团体和社会组织的名称、标识等; 不得假冒、仿冒、捏造新闻网站、报社、广播电视台、通讯社等新闻媒体的名称、标识等, 或者擅自使用“新闻”“报道”等具有新闻属性的名称、标识等; 不得假冒、仿冒、捏造国家(地区)、国际组织的名称、标识等。

“部分自媒体利用人们对官方账号发布信息的信任, 恶意假冒、仿冒官方账号名称和头像进行信息传播, 违反了法律规定, 侵害了官方账号的权益, 损害官方机构的公信力和形象, 混淆视听、误导公众, 导致信息传播的混乱和误导, 破坏了正常的网络传播秩序。”王四新说。

此类乱象为何屡禁不止? 江苏警官学院副教授高新分析, 根源在于三重矛盾: 部分自媒体从业者缺乏正确经营观念, 通过模仿仿冒官方账号名称、头像和简介, 以博取眼球和吸引流量, 将假冒、仿冒官方账号视为快速赚钱捷径, 违法违规经营; 部分公众账号信息服务平台履行管理主体责任不到位, 自媒体平台注册机制不健全, 账号注册审核机制不完善, 执行制度不严格; 部分地区监督管理执法工作不及时、不到位, 对本地区仿冒官方账号等相关违法违规行为监督查处不力。

在中国人民大学新闻与社会发展研究中心研究员曾持看来, 这种乱象的持续出现与违法成本低有关。根据相关规定, 在不涉及国家安全、社会稳定情况下, 对仿冒账号处罚措施一般是关停账号或处以一万元以上十万元以下罚款, 相比之下, 仿冒账号盈利远不止于此。

“此外, 仿冒账号侵权行为与发生在新闻领域的新现象相关: 伴随着互联网发展, ‘公民新闻’——公民(非专业新闻传播者)通过大众媒体、个人通讯工具, 向社会发布自己在特殊时空中得到或掌握的新近发生的特殊、重要信息, 正日渐活跃。可能有些人认为, 发表自己日常生活见闻是很正当的一件事, 把这一行为叫‘新闻报道’也未尝不可, 所以他们会创建这些仿冒账号。这说明, 互联网时代的新闻开始逐渐脱离机构, 新闻的规范性被弱化。仿冒账号是这一大潮流之下的极端体现。”曾持说。

### 建立封禁机制

受访专家一致认为, 破局之道在于平台、执法与公众共筑防火墙。

高新建议, 自媒体应当遵守法律法规, 遵循公序

商户身上, 都是计算社保成本时需要考虑的现实问题。”

据了解, 对于缴纳社保, 一些外卖骑手的意愿还不够强。“我不确定能干多久, 如果缴几天走人了, 不是白缴了吗?”在北京北二环附近做美团外卖专送骑手的小陈直言。缴纳社保后能否达到享受相关待遇的标准, 中间断缴或换工作地点怎么办? 这类问题也让一些骑手有所顾虑。

首都经济贸易大学教授、人力资源开发与管理中心主任杨旭华算了一笔账, 根据北京市“五险一金”新规, 职工按最低缴费基数缴纳时, 个人需承担的社保费用为每月719.21元, 住房公积金部分按5%的最低缴费基数为每月341.05元, 两项合计为每月1060.26元。“以头部外卖平台为例, 骑手每单价格在4元~10元不等, 平均下来一单6元, 这相当于一个骑手170多单的收入。”

“如果企业愿意承担一定比例骑手个人缴纳的部分并建立顺畅的补缴、转缴制度, 能在一定程度上提高他们缴纳社保的意愿。”杨旭华说。

### 需综合考量社保政策

称, 这一方案允许骑手自主安排工作时间和工作量, 贴合骑手职业灵活自由的特点。同时通过降低参保门槛覆盖更广泛人群, 比如一部分失业期间跑单过渡的骑手或季节性进城务工的骑手。

娄宇认为, 从劳动者角度看, 打通保险体系的性质和地区壁垒是一个现实需求。此外, 对于全职骑手来说, 平台企业应给每名骑手参加职工社会保险, 而针对非全日制的众包骑手, 平台企业可以不缴。是否给骑手缴社保主要取决于平台企业的用工方式, 但两种做法都是合法合规的。

张成刚建议, 除了给全职骑手缴“五险一金”, 平台企业还可以通过给予补贴的形式让兼职骑手以灵活就业者身份自行缴纳。总之, 要综合考虑劳动者就业形态、劳动力市场实际运转情况以及劳动者意愿等, 在企业能承担的范围内设计灵活全面的社保政策。

良俗, 履行社会责任, 端正守法依规经营观念, 不得在账号名称和头像方面仿冒官方账号名称和头像, 未取得相关资质, 不得从事相关信息传播活动。

平台应当落实管理主体责任, 强化账号信息审核, 建立动态核查巡查制度, 适时核查生产运营者注册信息的真实性、有效性。严格落实相关规定, 发现账号名称、头像和简介与注册主体真实身份信息不相符, 特别是擅自使用或者关联党政机关、企事业单位等组织机构或者社会知名人士名义的, 应当暂停提供服务并通知用户限期改正, 拒不改正的, 应当终止提供服务; 发现相关注册信息含有违法和不良信息的, 应当依法及时处置。加强监督管理, 及时发现和处置违法违规信息或行为。对违反相关法律法规的公众账号, 依法依规采取警示提醒、限制账号功能、暂停信息更新、停止广告发布、关闭注销账号、列入黑名单、禁止重新注册等处置措施, 保存有关记录, 并及时向主管部门报告。

网信部门要强化自媒体监督管理执法, 会同有关主管部门建立健全协作监管等工作机制, 监督指导公众账号信息服务平台和生产运营者依法依规从事相关信息服务活动。公众账号信息服务平台和生产运营者违反法律法规, 网信部门和有关主管部门应依法处理。

曾持补充道, 公众账号信息服务平台应当在显著位置设置便捷的投诉举报入口和申诉渠道, 完善用户举报机制, 设置“仿冒官号”专项投诉入口, 公布投诉举报和申诉方式, 及时处理公众投诉举报。相关部门要加大处罚力度, 根据违法违规账号的传播影响和非法所得的数额进行惩罚。追究仿冒行为的违法主体, 建立“仿冒账号数据库”, 将多次、批量生产仿冒账号的个人和公司纳入其中, 推动建立跨平台封禁机制。相关部门和主流媒体可以开展“账号仿冒科普活动”, 提高公众辨别官方账号和官方信息的能力。

近来, 共享单车骑行“被超时”成为消费者的痛点, 有的骑行结束关锁后仍被系统通知“数小时未锁车”, 有的免费时长内的骑行却“被超时”扣钱。因为涉及金额小、麻烦, 消费者往往选择不投诉, 也有因投诉无果而“认栽”, 网络平台上这类“套路”让不少消费者坏了心情。

骑行“被超时”、取消打车订单扣费、免费套餐被扣服务费、自动续费无事先通知……网络平台“开盲盒式”和“小钱”的情况不在少数。“钱小”并非“事不大”, 网络消费中要把消费者的体验当回事, 以真诚共筑放心、安心、舒心的消费环境, 才能赢得消费者长久的信赖。

“被超时”“被扣费”等花样, 看似精明的变现策略, 实则侵蚀了消费者信任。一方面, 套餐满减、会员卡规则等往往有着复杂的计费方式, 让人眼花缭乱、陷入困惑, 甚至不明所以地交了钱; 另一方面, 对智能系统高度依赖让用户误操作撤回难, 也让扣费到纷成为投诉的高发地。网络消费同样需要



今年五月是第五个“民法典宣传月”。这部被誉为“社会生活百科全书”的法典, 早已深深融入三秦百姓的烟火日常, 成为守护民生权益的坚实护盾。

“多亏了民警同志, 用民法典帮我们厘清了责任, 化解了我的烦心事, 现在两家又能和和气气相处了。”5月12日, 在西安市公安局浐灞分局浐水西路派出所的调解室里, 辖区居民张先生和李女士握手言和。

4月29日, 李女士来到警务室, 情绪激动地找到社区民警党楠, 带着哭腔说道: “党警官, 我家天花板一直在滴水, 家具都被泡坏了, 楼上邻居根本不配合, 你可得帮帮我!”

党楠见状, 一边安抚李女士的情绪, 一边倾听她的诉求。在详细了解事情的原委后, 党楠和辅警王鼎决定一同前往李女士家中查看情况。

到达李女士家后, 只见客厅的天花板有明显的渗水痕迹, 水珠正不断地滴落, 沙发、茶几等家具也因长期受潮出现了不同程度的损坏。李女士心急如焚, 向民警哭诉: “这房子刚住没几年, 现在被泡成这样, 楼上邻居却一直推脱责任, 这以后的日子可怎么过啊!”

党楠随即来到楼上张先生家了解情况。张先生也是一肚子委屈: “我家水管好好的, 我也不知道为啥会漏水, 而且我家卫生间也有点反水, 说不定是楼栋管道的问题。”双方各执一词, 互不相让。

面对这一棘手的邻里纠纷, 党楠深知, 要想彻底化解矛盾, 必须找到问题的根源, 明确责任主体。他们一边安抚双方情绪, 一边迅速展开调查。

党楠赶忙联系了小区物业, 一同对楼栋的公共管道进行了仔细检查, 并未发现明显的破损或堵塞情况。随后, 他们又来到张先生家中, 对可能存在漏水的区域逐一排查。经过一番细致查看, 民警发现, 张先生家卫生间的淋浴喷头软管连接处有渗水现象, 水顺着墙壁缝隙渗到了楼下李女士家中。

确定了问题所在, 党楠开始依据民法典中关于相邻关系和侵权责任的相关条款, 为双方分析责任。他耐心地向张先生解释: “根据《中华人民共和国民法典》第二百八十八条规定, 不动产的相邻权利人应当按照有利生产、方便生活、团结互助、公平合理的原则, 正确处理相邻关系。您家水管漏水导致楼下李女士家遭受损失, 按照民法典第一千一百六十五条关于过错责任原则的规定, 行为人因过错侵害他人民事权益造成损害的, 应当承担侵权责任。所以, 您需要对李女士家的损失进行赔偿。”

同时, 民警也向李女士说明了相关法律规定, 引导她以合理合法的方式解决问题: “李女士, 我们理解您的心情, 但咱们解决问题还是要依法依规。现在责任已经明确了, 咱们心平气和地商量赔偿事宜, 争取早日把问题解决好。”

在明确责任主体后, 调解工作进入了关键阶段。然而, 双方在赔偿金额上又产生了分歧。李女士认为, 自家家具受损严重, 需要全部更换, 加上重新装修的费用, 要求张先生赔偿2万元。张先生觉得赔偿金额过高, 难以承受, 只愿承担部分维修费用。

为了促成双方和解, 党楠采用了“背靠背”的调解方式, 分别与双方进行沟通。他先来到张先生家中, 与他拉起了家常: “张先生, 您想想, 李女士家因为这事受了不小的损失, 生活也受到了影响。咱们换位思考一下, 如果是您家遇到这种情况, 肯定也希望问题能尽快解决。而且按照法律规定, 您确实有赔偿的责任。咱们再商量商量, 看看能不能找到一个双方都能接受的赔偿方案。”

接着, 民警又来到李女士家中, 安慰她道: “李女士, 您的心情我们完全理解。但赔偿金额也需要合理。咱们再核算核算损失, 看看能不能适当降低一些赔偿要求, 争取早日把事情解决, 恢复两家正常的邻里关系。”

在民警多次耐心调解下, 双方的态度逐渐缓和。最终, 双方达成了一致意见: 张先生赔偿李女士家具维修和部分装修费用, 并承诺尽快修好自家水管, 避免类似情况再次发生。

随着双方在调解协议上签字捺印, 这起因漏水引发的邻里纠纷终于画上了圆满的句号。张先生和李女士的脸上都露出了释然的笑容, 曾经的剑拔弩张也烟消云散。

“以前总觉得民法典离我们老百姓很远, 没想到这次民警用民法典帮我们解决了实际问题。以后我们邻里之间相处, 也得按照民法典的规定来, 多互相理解、互相帮助。”张先生感慨地说。

李女士也连连点头: “是啊, 这次多亏了民警同志, 不仅帮我们解决了纠纷, 而且还让我们学到了很多法律知识。以后我们一定会和邻居们好好相处, 共同维护咱们社区的和谐。”

这起纠纷的成功调解, 只是公安机关运用民法典化解基层矛盾纠纷的一个缩影。“现场普法比事后调解更有效, 群众听得懂‘法言法语’, 才能感受到‘执法温度’。”西安市公安局相关负责人介绍, “以西安公安为例, 去年接警总量中, 矛盾纠纷警情占比三分之一。很多矛盾看似是‘一米之争’, 实则是法治意识的‘一厘米之差’。民法典不仅是‘社会生活百科全书’, 在维护社会和谐稳定方面也发挥着很重要的作用。我们将继续加大民法典的宣传和运用力度, 在处置警情过程中, 紧盯每一条群众求助、了解每一项社情民意, 及时发现并化解矛盾纠纷, 防止小问题酿成大事件, 让民法典在基层落地生根。”

## 网络平台“开盲盒式”扣费

“钱小”事大

以人为本, 客户服务要充满人情味, 需充分理解消费者诉求, 秉持用科技改变生活的长远愿景, 而非短视地榨取蝇头小利。

真正的商业智慧, 不在于设置隐蔽的收费陷阱, 而在于通过提升服务质量让网络消费信心, 重在优化消费体验。网络平台应当履行好自身职责和义务, 严格按照相关法律法规对条款等进行自查自纠, 充分保障消费者的知情权和选择权; 提升平台收费透明度, 在扣费规则设计阶段就要充分考虑消费者订约自由, 以具体可操作的条款促使其更健康的消费服务软环境。

营造放心消费环境, 离不开相关监管部门的监督。“小事”聚少成多也是影响消费环境的大事, 要用更

大强度、更多智慧的监管执法捍卫消费者的合法权益。

全社会共同努力构建信用消费体系, 剔除影响消费体验的不利因素和掣肘环节, 才能让消费者放心消费, 市场更加繁荣健康。

大强度、更多智慧的监管执法捍卫消费者的合法权益。

全社会共同努力构建信用消费体系, 剔除影响消费体验的不利因素和掣肘环节, 才能让消费者放心消费, 市场更加繁荣健康。

## 「民法典化解了我的烦心事」

马文青

