

# 新职业新工种“入编”，激发经济社会新活力

本报评论员 陈曦

工等42个新工种。

“新职业”指的是国家职业分类大典中未收录、但已有一定规模从业人员且具有相对独立成熟的专业和技能要求的职业，需在社会性、稳定性、独特性等方面满足相应条件。随着我国经济社会的蓬勃发展，新职业不断涌现并得到认证。自2019年以来，人社部已向社会发布6批93个新职业。2022年修订的国家职业分类大典新增168个新职业。

职业更新换代背后，是产业的新陈代谢和技术的日新月异。近年来，我国各领域的新业态、新模式加速迭代，市场渴求具备专业技能的人才，不少新职业应运而生、快速生长。此番，无人机群飞行规划员、生成式人工智能系统测试员、焊接机器人工作站装配工等被认定为新职业、新工种，与无人机、人工智能、智能制造等新兴产业的迅猛发展紧密相连；风电场叶片维修工、室内环境治理员等，契合了生态文明建设的需要，体现了“双碳”目标的深入践行，也是各行各业向“绿”发展势头强劲的生动画脚。

消费需求的个性化和多元化，同样催生了一大批新职业。装修管家、烧烤料理师、

旅拍定制师、睡眠健康管理师……透过这些即将“转正”的新职业、新工种，我们能够感受到消费市场的“热辣滚烫”，感受到公众对高品质生活的追求和期待。有报道显示，与前两年相比，这次公示的新职业数量保持稳定，但新工种明显增加，是近年来数量最多的一次。这一定程度上说明，原有的职业内涵得到延伸，社会分工愈发细化，创新活力充分涌动。

新职业如同一面镜子，映射出社会发展的新趋势以及中国经济的潜力、韧性。新职业是时代赋予劳动者的机遇，也为其提供了更广阔的追梦舞台——此次拟增加的新职业发布后，不少网友在社交平台留言“发现了适合我的新赛道”。

时代大潮滚滚向前。未来，随着经济的高质量发展和产业的转型升级，更多的新职业会涌现，人们会有更丰富的就业选择，也会有更大的职业发展空间、更光明的前景。面对一波又一波的职业新浪潮，期待更多劳动者尤其是青年群体抓住机遇、勇立潮头，在新赛道里闯出新天地，实现个人价值与社会发展的同频共振。

近年来，从快递员到网络主播，从人工智能训练师到工业机器人系统操作员，人们见证了一个又一个新职业的成长，也见证了它们在经济社会发展中的价值——不少新职业“入编”后，社会知晓度、认可度大幅提升，吸引了众多求职者；各地陆续开展职业技能等级认定，从业者职业素养进一步提高，相关行业驶入发展“快车道”。

当然，“入编”只是个开端。如何健全用工保障制度和机制，从方方面面为从事新职业、新工种的劳动者提供支持，推动人才培养更好地对接市场需求，引领新职业尽快摆脱“成长的烦恼”，考验着有关部门的智慧。持续关注、及时纠偏、尽心托举，新职业才能“乘风破浪”。

时代大潮滚滚向前。未来，随着经济的高质量发展和产业的转型升级，更多的新职业会涌现，人们会有更丰富的就业选择，也会有更大的职业发展空间、更光明的前景。面对一波又一波的职业新浪潮，期待更多劳动者尤其是青年群体抓住机遇、勇立潮头，在新赛道里闯出新天地，实现个人价值与社会发展的同频共振。

## 社评

中国新闻名专栏

面对一波又一波的职业新浪潮，期待更多劳动者尤其是青年群体抓住机遇、勇立潮头，在新赛道里闯出新天地，实现个人价值与社会发展的同频共振。

据《工人日报》报道，人力资源社会保障部5月8日发布公示，拟增加跨境电商运营经理师、无人机群飞行规划员、电子电路设计师、装修管家、咖啡加工工等17个新职业。同时，拟新增黄金鉴定估价师、旅拍定制师、智慧仓运维员、睡眠健康管理师、服务犬驯养师、生成式人工智能系统测试员、保鲜花制作

## 动图表情包被判侵权的警示意义

王琦

如果把电影中的“名场面”单独截取，做成各种表情包，出现在社交平台对话框里，背后隐藏哪些法律风险？近日，上海市杨浦区人民法院审结一起涉动图表情包信息网络传播权纠纷案，依法判决被告网络公司赔偿原告经济损失及合理费用共计5500元。（见5月8日央视网）

在社交媒体蓬勃发展的当下，影视剧表情包频繁出现于人们的聊天交流中。一句经典台词搭配熟悉的画面，瞬间就能让聊天氛围变得生动，但表情包的创作和使用并不可以随心所欲。

该案中，某短视频公司享有某电影的独家信息网络传播权，而某网络公司运营的动图制作与分享网站上，存在大量带有涉案电影相关关键词的动图，供公众浏览、下载，短视频公司遂将其告上法庭。法院经审理认为，涉案动图不构成合理使用，网络公司构成帮助侵权，需承担相应责任。这一判决结果，无疑为动图表情包的创作与传播划定了清晰的法律边界。

从法律层面来看，判断截取原作制作动图并传播的行为是否构成合理使用，需要综合考虑作品使用行为的性质和目的、被使用作品的性质、被使用部分的数量和质量、使用对作品潜在市场或价值的影响等因素。在本案中，涉案动图完整截取自电影，用户几乎未进行独创性处理，未形成新的表达，且对电影画面内容构成实质性替代，还可能影响原告授权业务的正常开展，显然不符合合理使用的条件。同时，网络公司作为专业平台运营方，在明知或应知用户上传动图可能侵权的情况下，却未尽到注意和管理义务，主观上存在过错，自然要承担侵权责任。

这一判决提醒广大动图作者，不能仅仅为了追求表情包的趣味性和传播度，就随意截取影视作品片段进行制作。在制作动图时，应尽量选择已公开声明可免费使用的素材，或者通过正规授权渠道获取素材。社交平台也应当建立健全审核机制，加强对用户上传内容的监管，提高对侵权行为的识别能力。

在信息爆炸的时代，知识产权的保护尤为重要。动图表情包虽小，但它背后涉及的知识产权问题却不容忽视。只有原创者的劳动成果得到尊重，才能激发更多人的创作热情，推动文化产业繁荣发展。



## 图说

## “善变”

“说好从宝鸡送病人到西安是3000元，半路多加了400元，等返回的时候，说好1300元，又多加了100元！”据5月8日央广网报道，日前，陕西周先生遭遇了两次“救护车”中途加价的闹心事。据了解，类似这些“救护车”是私人承包运营的，有些还是外地车牌。关于中途加价一事，事发地和车牌备案登记地都表示不归自己管。

又见“黑救护车”中途涨价，令人愤怒。从本质上看，“黑救护车”以病患家属的“软肋”为加价筹码，属于“情感霸凌”，家属完全没有话语权和招架之力。这些“救护车”之“黑”，一是表现在不正规、不合法、救助人员不专业上，二是体现在坐地起价、半路加价，甚至以要挟、强迫的手段收取费用上。此事再次提示有关方面，完善病患转运链条，也是急救体系中的重要方面。人命关天，救护车的“良心”千万别迷失方向。

李法明/图 嘉湖/文

## 规范隐藏式车门把手，科技美学须将安全置顶

徐建辉

据新华社报道，5月8日至6月7日，工业和信息化部公开征集对《汽车车门把手安全技术要求》强制性国家标准制修订计划项目的意见，拟对电动式、隐藏式车门把手的布置、标志、安全功能、结构强度等作出规定，此举引发社会关注。

近年来，汽车行业掀起电动化、智能化变革浪潮，隐藏式车门把手凭借独特设计与科技感，成为众多车企提升产品辨识度与高级感的“新宠”。这种车门把手与车身一体化，可减少风阻系数，从而降低燃油车油耗，增加电动汽车续航，也得到不少车主的青睐。

然而，在应用过程中，隐藏式车门把手却暴露出诸多不容忽视的隐患，严重威胁驾乘人员生命安全。首先，部分车型的隐藏式把手强度不足，在遭受外力冲击时容易损坏，导

致车门无法正常开启。在极端天气条件下，如北方的冬季，隐藏式车门把手被冻住的情况屡见不鲜，车主往往需花费大量时间和精力解冻，严重影响使用体验。在控制逻辑上，一旦车辆遭遇碰撞、起火等事故，造成断电现象，电动式外门把手与车门内把手容易失效，增大救援及逃生难度。

同时，隐藏式车门把手通常隐藏无明显标志，在紧急情况下，无论是车内人员自救，还是外部救援人员施救，都难以快速准确识别操作，延误宝贵救援时机。此外，其复杂的结构和较多的电子元件，使得故障率较高，维修成本也大幅增加。

此前，多起交通事故中，隐藏式车门把手在关键时刻“掉链子”，最终导致悲剧发生，引发公众对其安全性的质疑。这些惨痛案例警示我们，追求汽车外观美观与科技感，绝不能以牺牲安全为代价。此番工信部果断出手纠偏，可谓切中要害、正当其时。

此，消费者有权要求商家承担“退一赔三”的责任。

当然，消费者在与商家博弈的过程中处于弱势地位。因法律素养不足，不少消费者缺乏维权能力；而由于维权程序繁琐、维权成本高，很多维权者难以坚持到最后。与此相对应的是，商家毁约的代价要远小于其收益。总体而言，消费者在民事范畴内的维权对酒店、民宿等商家的反制效果有限，也因此，酒店、民宿有了更多毁约的“底气”和侥幸心理。

所以，应对酒店“花式毁约”，不能光靠消费者维权，监管部门应该采取更硬核、更有效的治理措施。《价格法》规定：经营者不

得有“利用虚假的或者使人误解的价格手段，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易”等不正当价格行为。酒店、民宿先以较低价格与消费者达成契约，待发现市场需求增加后，再以违背事实的理由取消订单，就属于不正当价格行为。对此，市场监管部门可依法研判定性、介入干预，该处罚处罚，该责改责改，该曝光曝光，并把订单取消频率高或有过恶意毁约行为的商家纳入重点监管范围。

相关行业协会、预订平台应进一步完善管理机制，在格式合同中约束商家单方取消订单的行为，保障消费者的权益；对商家单方取消订单进行严格审核，要求商家给出合理的理由；提高商家单方取消订单的违约责任标准，如发现商家虚构理由恶意取消订单，则通过拉入黑名单、在平台页面或商家页面进行失信标记等方式进行惩戒，同时作为对消费者的提醒。当各方形成治理合力，酒店、民宿毁约的花招就要不出手了。



## 一句“长子长孙”骤起风波，警惕“饭圈文化”卷土重来

龚先生

近日，一位越剧演员在公开场合表示“贾宝玉是长子长孙”。红学研究领域的一位教授对此进行了学术性纠正，随后遭到该演员粉丝疯狂的人身攻击和辱骂。

事件从围绕《红楼梦》细节的争论，演变成“饭圈文化”——一些明星粉丝对偶像的盲目维护，凌驾于理性讨论之上，甚至不惜以网络暴力扼杀不同声音。

根治“饭圈文化”，平台应承担主体责任，优化算法推荐规则。唯有坚持真相高于偶像、理性大于情绪，才能避免类似闹剧。

## 网友跟贴——

@桑落：一件知错能改的事，被搞得乌烟瘴气。

@Em：粉丝不理智，只会伤害偶像。



阅读全文请扫码  
“工人日报e网评”

## “鼠标手”被纳入职业病，劳动保障网越织越密

郭元鹏

为适应经济社会发展需要，新版《职业病分类和目录》新增职业性腕管综合征、创伤后应激障碍，直击制造业工人、消防救援人员等群体的职业健康“痛点”。受访工人盼望将颈椎病、腰椎间盘突出纳入职业病范畴。（见5月12日《工人日报》）

曾经，重复性手部劳损、长时间使用电脑引发的手部不适等问题，往往被视作为工作中的“小毛病”，未能得到足够重视。但随着劳动强度、工作模式的改变，“鼠标手”已成为众多行业从业者的“常见病”。根据这一趋势，将“鼠标手”及时纳入职业病目录，体现了国家对劳动者健康权益的高度重视。

不过，职业病目录的完善不能止步于此。随着科技发展与产业结构调整，新职业、新工种如雨后春笋般涌现，一些新的职业健康风险也相伴而生。以网络主播为例，长时间对着镜头说话、保持固定姿势，容易引发咽喉疾病、颈椎疾病；电竞选手长时间高强度训练，手部关节、腰部承受巨大压力。这些健康隐患若长期得不到政策层面的关注与保障，或将影响劳动者的身心健康与职业发展。因此，职业病目录需要加快更新步伐，研判新职业的工作特点与健康风险，将更多与新职业相关的病症纳入其中，为劳动者撑起健康“保护伞”。

值得注意的是，即便在传统职业领域，仍有许多劳动者的健康诉求未得到满足。正如报道中受访工人盼望将颈椎病、腰椎间盘突出纳入职业病范畴，这一呼声背后，是无数从事体力劳动、长期伏案工作的劳动者的切身体会。这就要求相关部门在完善职业病目录时，既要“上心”关注新变化，也要“用心”倾听传统职业劳动者的声音。

完善职业病目录，不仅是一个“查漏补缺”的过程，更是推动职业健康保障体系现代化的关键一步。相关部门需敏锐捕捉职业健康领域的新趋势、新问题，让职业病目录的更新跟上时代步伐，让每一位劳动者在工作中更有安全感。

## 媒体声音

### ◇品牌仅靠情怀能走多远

近日，某明星创立的服饰品牌被曝光衣服存在印花掉色、肩线发黄、异味重等质量问题；某国产饮用水品牌推出饮品主题运动鞋，却因外观设计无新意、材质廉价、穿着体验差而饱受诟病。

《经济日报》评论说，如果没有坚实的产品质量作为支撑，没有持续的创新动力作为驱动，仅靠情怀支撑的品牌难以在市场中站稳脚跟。在品牌经营中，营销与创新犹如平衡木的两端，在重视营销与流量作用的同时，也要着重提升产品硬实力，满足消费者多样化需求，给予其优质体验，方可赢得消费者的认可与持续支持。

### ◇不再提“智驾”，新能源车企回归理性

近期，多家新能源车企降低了“智驾”的使用频次或换了说法，纷纷将“智驾”宣传改为“辅助驾驶”。

澎湃新闻评论说，从“智能驾驶”到“辅助驾驶”，一词之差，意义大不相同。这一改变不仅是信息传达的精准度问题，更是法律问题和安全问题，背后既有政策落实的推动，恐怕也有相关事故的警示。每一句宣传语，都应是一次庄严的承诺。让消费者对产品产生不该有的或现阶段还无法实现的期待，对消费者来和企业来讲都是危险的。新能源汽车越是发展势头好，越不能飘，不能浮躁，要踏踏实实走好每一步。

### ◇组团狂退演出服，“薅羊毛”之风当刹

近日，辽宁沈阳一职校60多名学生集体网购衣服，参加完运动会后又组团以“质量问题”为由恶意退货退款，导致店主服装链接被封3个月，损失8000元左右。

《人民日报》评论说，恶意退货行为暴露出部分消费者滥用退货规则“薅羊毛”的乱象，不仅损害商家正当权益，甚至涉嫌违法。推荐性国家标准《售后服务 无理由退货服务规范》已于5月1日起实施，其中对退货的商品范围和商品完好性都做了详细规定，退货有要求、有流程，不能再“任性”。市场经济的诚信原则，需要全社会共同维护。制度加强监管、平台完善保障、消费者和经营者遵守规则，消费环境才能持续优化。（乐群 整理）

## 对酒店“花式毁约”应进行多元治理

李英锋

“临近假期把房间给我取消了，还不允许我提赔偿”“提前很久订的酒店，突然涨价要我补3倍差价，不然就要求我退订”……“五一”假期，有多名消费者向记者反映，此前通过平台预订的酒店、民宿被商家以“停业装修”“系统错误”“业务调整”等理由单方面取消订单，随后同一房源在其他平台以数倍高价重新上架。（见5月8日《法治日报》）

出门旅游，最糟的事莫过于早就订好的房间在临近入住时“出岔子”，游客常常因

此陷入被动和慌乱——再订其他酒店、民宿，可能很难订到，或者价格已经大幅上涨，有些游客不得不改变或取消行程，旅游热情被浇了一盆“冷水”。

根据《民法典》《电子商务法》等法律，经营者在网络平台上架客房服务，消费者提交订单后，双方之间的合同就生效了，双方都应受到合同的约束。酒店、民宿不管以多么花哨的理由取消订单，其行为都构成违约。消费者可在保存必要证据的前提下要求商家赔偿差价损失、支付违约金，如商家拒绝承担责任，可通过举报或诉讼等途径维权。若商家编造虚假的理由取消订单，还构成消费欺诈。对