

# “五一”假期来了，你准备好了吗？

新华全媒+

据新华社北京4月28日电(记者安蓓)“五一”假期即将到来。根据安排,今年“五一”假期延续去年的“5天假日”模式,于5月1日至5日放假调休。

如何更好满足人民群众多元化、多样化的假期需求?如何保障大家过好就地过年的这个“五一”假期?记者采访了有关专家。

## “五一”休5天怎么来的

按照《全国年节及纪念日放假办法》,我国“五一”劳动节放假1天,即5月1日当天放假。今年在保持法定节日天数总数不变的前提下,通过前挪后移形成“6天工作日+5天假期+3天工作日+1天假期+5天正常工作”。

对于这一调休安排,有网友表示,“靠调休‘凑’出长假,让人累觉不爱”;但也有网友说,“春节就地过年没回家,5天假期正好回家看看”。“五一”假期天气好,可以安排一次不错的旅行了”。

今年春节期间,因疫情防控需要,全国多地倡议就地过年,很多群众响应号召没有回乡探亲 and 外出旅游。据监测,在就地过年的外出农民工就有8700多万人,比上年增加近4000万人。

“目前疫情形势总体稳定,‘五一’调休5天,更好满足了就地过年之后,春暖花开之际广大群众的出行要求,为人们探亲、旅游提供了新的选择。”中国宏观经济研究院社会所社会事业室主任邢伟说。

## 带薪年假还远吗

节假日安排关乎社会生产和国民生活。专家指出,近期关于“五一”假期调休的讨论,本质上是对更加优化的节假日制度安排的呼吁,其中一个关键点,就是带薪年假的落实问题。

据中国社会科学院旅游研究中心主任、研究员宋瑞介绍,《全国年节及纪念日放假办法》先后经历三次修改,已经形成了相对固定的制度安排。目前,我国共有11天法定节假日,通过合理调休,大体形成了“2+1+4”的格局,即春节、国庆两个7天“大长假”,



一个旅行团准备乘机(4月26日摄)。“五一”临近,广州白云国际机场将再次迎来客流高峰。

新华社记者田建川摄

“五一”4至5天的“中长假”,元旦、清明、端午、中秋等四个3天“小长假”。同时,职工也可根据国家法规规定,按照累计工作时长,享受最少5天、最多15天的带薪年假。带薪年假制度的有效实施,是全国统一假日安排的重要补充。

中国人民大学社会与人口学院讲师唐丽娜说,当前世界各国休假制度主要由公休日、法定节假日和带薪年假组成。对全球217个国家和地区的统计发现,法定节假日天数为10至13天的占一半。作为发展中国家,我国法定节假日天数为11天,处于国际平均水平。

同时也应看到,随着生活水平的提高,人民群众的休闲需求更加旺盛和多元,越来越希望假期更加灵活地安排工作。宋瑞认为,与集中放假相比,带薪年假有利于实现分散放假,可在一定程度上缓解集中

出游带来的各种环境压力、接待压力,改善游客体验,提升休闲品质。但要全面落实带薪年假制度,还需从制度安排、实施措施等方面下更大功夫。

## 如何保障愉快出行

劳动节适逢春夏相交、气候宜人,很多民众都希望春暖花开的时候外出旅游、探亲、休闲。2020年“五一”假期,在疫情防控形势较紧的情况下,全国共计接待国内游客1.15亿人次。

中国旅游研究院副院长唐晓云认为,受经济持续稳定恢复和新冠肺炎疫苗接种因素支撑,今年“五一”假期居民出游意愿和旅游消费信心明显增强,市场预期显著提升,因疫情抑制的出游需求将在就

地过年后集中释放。根据中国旅游研究院的预测,今年“五一”假期国内旅游出游有望达到2.2亿人次,按可比口径甚至超过疫前同期水平。

“就地过年”后的这个“五一”假期,如何做好各方面保障,让人民群众愉快、放心、安全出行?

唐晓云建议,安全防范不能放松,要毫不放松抓好假期疫情防控,做好疫情防控和景区疏导预案,落实常态化防控措施,积极推行景区限流、预约、错峰等方式;积极做好市场引导,鼓励人们错峰出行,加快推进全国健康码互认,优化服务供给;强化市场秩序维护,加强线上线下旅行社服务企业监管,畅通游客投诉渠道,切实维护游客权益;积极宣传文明旅游,培育绿色出行、绿色消费观念,杜绝不文明现象,营造良好旅游氛围。

# 文旅部:抓好景区疫情防控,严格落实“限量、预约、错峰”要求

新华社北京4月28日电文化和旅游部28日对“五一”假期出行疫情防控工作进行再动员、再部署,要求重点抓好旅游景区景点疫情防控工作,严格落实“限量、预约、错峰”要求。

当日召开的电视电话会议要求,要抓好重点区域、重要环节管理,对购票场所、景区入口、核心景点、餐饮服务点、交通接驳点、狭窄路段等区域,要根据瞬时承载力制定切实可行、灵活机动的流量管控措施,严防人员瞬时过度集中;采取提前开园时间、检查点前置、多开放入口等方式,有效缓解景区入口压力;优化设置游览线路,避免线路规划不合理导致游客扎堆拥挤等现象;加强景区外部游客疏导、分流,避免游客在景区入口区域形成聚集。

会议要求,要严格做好旅游各环节疫情防控工作。要精心设计线路、合理控制团队规模,对旅游产品进行安全风险评估,选择具有相应资质且符合当地疫情防控要求的供应商、合作方;倡导小规模旅游团队出行,科学安排团队旅游线路、规模和出游时间,分时段、分批次、分区域开展旅游活动。要督促游客严格落实各地在交通、住宿、餐饮、游览、购物等方面的疫情防控要求,主动配合做好疫情防控相关工作。倡导文明就餐,不滥食野味,落实“光盘行动”,防止餐饮浪费。

会议强调,要毫不放松抓好文化和旅游行业安全生产工作,强化旅游包车管理,抓好火灾防控,加强特种设备管理,落实食品安全管理要求。

## 防控这根弦不能松

春和景明,迎来“五一”小长假,经历过疫情大考,终于可以出去放飞心情。虽然国内连续多天没有本土新增病例,不少人还注射了疫苗,但并不能说疫情已经过去。针对“五一”假期人员密集出行,国务院常务会议要求国务院联防联控机制完善举措,指导各地各部门强化责任,借鉴之前行之有效做法,毫不放松抓好假期疫情防控。

据有关部门研判,今年“五一”假期民众旅游探亲需求强劲复苏,机票、门票、酒店等预订量已显著超过2019年同期,全国客流量将达2.5亿人次。面对这么大的客流量,确保假日期间疫情防控万无一失依然任务繁重。尤其是近期多个国家疫情剧烈反弹,再次提醒疫情防控的艰巨性、复杂性、反复性、长期性。不论是出游者、景区和酒店,还是交通运输、防控部门,决不能掉以轻心,宁可十防九空,不可失防万一。

“五一”假期的疫情防控,景区景点是重点,必须严格落实文化和旅游部“限量、预约、错峰”要求。做好疫情防控,个人是关键。每个人都做好防控,才能巩固好当前我国良好的疫情防控形势。没有疫情感染之忧,才会彻底放松身心、享受大好春光,度过一个舒心、放心、快乐的小长假。(本报评论员刘怀丕)

## 平台处理个人信息是否违规? 这个评估指引提供了界定依据

新华社北京4月28日电(记者白阳)不得通过“胁迫”方式处理个人信息,应在最小范围、用影响最小的方式处理……正在全国人大常委会会议进行二次审议的个人信息保护法草案,对互联网平台在处理个人信息时应遵循的“最小必要原则”作出完善。

互联网平台应如何准确把握这个原则?28日,中国科学技术法学会、中国法学交流基金会在京发布《个人信息处理法律合规性评估指引》团体标准,为监管者、企业等主体判断个人信息处理是否合规提供指引。

据悉,评估指引界定和汇集了个人信息处理及其法律合规性评估可能涉及的术语和概念体系,规定了各类组织处理个人信息应遵循的合规要求,旨在规范个人信息处理活动,保障个人信息依法合规有序流动。

评估指引针对个人信息处理的不同环节设置了多种维度的标准,比如在个人信息的收集环节,评估指引设置了“手段合法维度”“目的明确维度”“公开透明维度”“可问责性维度”等标准。这些量化标准有利于用户、监管者进行检查监督,也为独立机构开展法律合规性的评估、咨询和认证服务提供了便利。

中国法学交流基金会副理事长任伊珊表示,自网络安全法实施以来,我国个人信息跨境数据保护制度已形成“法律+行政法规+行业标准”的保护模式,但也存在法律法规和行业标准的衔接问题。此次出台的评估指引团体标准提出了科学严密的合规框架,填补了诸多规则空白,是专业机构进行个人信息保护认证的重要探索。

“在国家立法和部门规章之外,更加细化的行业指引将为企业的个人信息保护合规工作提供有益参考。”北京市金杜律师事务所合伙人宁宣凤说。

记者了解到,目前该评估指引已经在大数据应用领域的多个行业组织中启动评估试点,并将继续推广。

“评估指引团体标准的出台,将成为今后个人信息保护落地实施的有力抓手,对于更好协调个人信息保护与信息流通、推动我国信息化进程、维护国家安全具有重大意义。”中国科学技术法学会副会长孙永俊说。

新华社北京4月28日电(记者刘硕、白阳)十三届全国人大常委会第二十八次会议日前就个人信息保护法草案二审稿进行了分组审议。与会委员普遍认为,草案二审稿强化超大型互联网平台的个人信息保护义务,明确国家网信部门统筹推进个人信息保护的有关工作职责,为个人信息保护提供了更坚实的法律支撑。

李飞跃委员说,在现行法律基础上,针对个人信息整个生命周期制定出台专门法律,可以提供更强有力的法律保障,维护网络空间良好生态。与会委员认为,二审稿在一审稿基础上,相关规定更细化,内容指向更明确。与此同时,在敏感个人信息范围界定等方面,建议进一步细化并完善。

草案二审稿明确了敏感个人信息的性质和范围。周洪宇委员说,草案中列出敏感个人信息的多方面内容,但实际上很难列完整,建议增加授权条款:“敏感个人信息的范围、种类等由国家网信部门会同国务院有关部门根据经济社会发展情况作出规定,并向社会发布”。

敏感个人信息中,人脸等个人生物特征的采集和使用一直受到社会广泛关注。王超英委员说,当前人脸信息等个人生物信息在线上被广泛使用,草案对个人生物信息,特别是人脸识别技术的规范讲得不是特别清楚,建议对人脸、指纹等个人生物信息进行具体规范。

个人信息处理者在使用完相关信息后,或者个人撤回同意时,如何保证个人信息彻底不留痕迹?草案二审稿中明确了应删除个人信息的具体情形。

郭雷委员说,建议在个人信息处理包括的事项中,增加“复制、删除、销毁和评估”,这样可以体现信息处理活动的完整性。李巍委员说,要规定某些信息必须有一定的有效期限和特殊用途,以及限制使用范围,超过有效期就要自动销毁、删除、退出;规定有关主管部门和机构定期开展检查和监督,集中精力妥善解决好这些信息的退出和销毁问题。

王砚蒙委员说,草案二审稿补充了自然人死亡后的个人信息保护内容,也应该对自然人出生之前的信息保护问题作出规定。“未出生的胎儿也有其独特的生物识别信息,从怀孕开始到胎儿分娩,孕妈妈要在医疗机构进行多次孕产检查,这些检查会产生胎儿的影像、性别、血型、疾病基因、身体特征和是否残缺等生物识别信息,这些胎儿信息与父母信息一起都在医疗机构大量存储,有必要以法律形式加以保护。”

# 敏感个人信息范围如何界定? 胎儿个人信息是否要保护?

全国人大常委会组成人员分组审议个人信息保护法草案二审稿

# “五一”出游,请收好这份避“坑”指南

民生直通车

据新华社北京4月28日电(记者赵文君)“五一”假期来临,出游消费时要避开哪些“坑”?中消协28日发布商家不良营销手法专题分析,为明明白白消费支招。

【超售套餐难兑换】部分餐饮、酒店等经营者低价超售团购券、套餐券、住房券等回笼资金,但未在消费者购买前明确告知超售情况和用券限制条件。由于实际预留的兑换名额很少,消费者多次尝试仍无法预约兑换,经营者也无相应补偿机制,从而引发不满。

消协意见:经营者销售商品和服务应当坚守契约精神,合理评估自身能力,保证切实履约、有效提供,不应无法律依据进行超售。模糊条件、预期违约、涉嫌消费欺诈,按照法律规定,经营者应当承担惩罚性赔偿责任。

【混淆订金和定金】订金具有预付款性质,可以随时退款。定金则是一个法律概念,通过

“定金原则”对合同的成立和合同的履行提供担保,对交易双方都有约束,消费者违约,经营者可以不退定金,经营者违约,应当双倍返还定金。部分经营者故意混淆定金和订金,让消费者预付费用时以为是订金,实际写的却是定金,导致消费者权益受损。

消协意见:经营者收取任何费用都应当明确告知消费者,并征得消费者的同意。无论收取的是定金还是订金,经营者都有事先说明义务,并应与消费者充分协商确定。合同中还应显著提示交纳定金可能带来的风险。不能以订金忽悠消费者交费,却以定金写入合同,要求消费者承担定金罚则。

【混淆计量变手段】经营者采取不正当手段使商品分量不足;以次充好,有的将“处理品”“残次品”等谎称正品。

消协意见:经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍;增加赔偿的金额不足五百元

的,为五百元。法律另有规定的,依照其规定。

【洗脑营销消费】在保健品、美容美发、健身、保险、教育培训、摄影写真、旅游等行业,部分经营者通过免费体验、低价体验吸引消费者,然后在体验服务过程中对消费者进行“洗脑式”宣传,让其购买高价产品或服务。

消协意见:洗脑式广告和营销不仅损害消费者体验,也有违社会良好风尚,经营者应当彻底摒弃。消费者对此要提高警惕,面对咆哮式广告和经营者反复劝诱,要保护清醒,果断及时离开,防止误入陷阱。

【砍价集赞拉人头】打卡转发送课程、打卡返现、集赞免费返现、好友助力砍价等营销方式广泛存在于餐饮、票务、教育培训等领域。部分商家诱导消费者转发链接、图片,通过天天打卡、收集好友点赞、邀请好友“砍价”等方式低价销售或者赠送产品或服务。消费者按要求参与,符合活动要求兑换奖品时,经营者以各种理由拒绝

兑换,引发消费纠纷。

消协意见:经营者的转发、集赞等活动,目的是利用消费者帮助其营销,以扩大知名度,提升人气,吸引客流。经营者拒不兑现承诺,甚至擅自更改规则,只会引发负面效果,失去人心,得不偿失。消费者也要珍惜自己的社交资源,注意个人信息保护,不要为了低价诱惑“贱卖”相关信息。

【盲盒等“概率”营销利用人性弱点】盲盒经济、网络游戏抽奖等通过概率、算法,刺激消费者的购买欲望。盲盒范围不断扩大,涉及玩具、餐饮、机票、网络游戏、活体动物等各种类型。

消协意见:“概率”营销可能助长投机心理,使消费者深陷其中,养成不良的消费观念和消费方式,特别是对未成年人的负面影响很大。经营者不得滥用其掌握的消费大数据,暗中修改中奖机会。建议有关部门高度关注此类问题,加快完善相关立法,加大市场监管力度,切实规范概率营销。