



全国28个省份延长婚假 山西甘肃延至30天 婚假难休满亟待劳动监察部门出手

□ 本报记者 蒲晓磊

又一个省份决定延长婚假。湖南省人民政府办公厅近日印发《关于完善生育支持政策推动建设生育友好型社会的十条措施》，在“加强婚嫁政策支持”方面提出，鼓励用人单位在国家规定婚假的基础上，将职工的婚假延长至20天。

据《法治日报》记者不完全统计，目前已有28个省份明确延长婚假。此外，《四川省人口与计划生育条例（修正草案）》正在走立法程序，四川省人大常委会已将其纳入2025年度立法工作计划，该修正草案明确婚假为20天，自愿参加婚前医学检查的再增加5天婚假。

各地派发的“婚假红包”如何能够真正进入老百姓“口袋”，成为人们关心的问题。

对此，多名专家在接受记者采访时表示，延长婚假进一步释放了鼓励适龄婚育的积极信号，也十分符合公众意愿，但同时也要考虑到，过长的假期可能加重用人单位的成本。为更好地推动相关规定的落实，建议完善税收优惠等支持政策，建立合理的成本分担机制，推动建设生育友好型社会。

婚假升级 最长可休30天

近年来，为鼓励适龄婚育，不少地方调整了婚假时长。目前，各地婚假长短不一，还未调整婚假时长的广东、广西仍是3天，四川拟将婚假延长至20天以上，其他省份则是将婚假延长到10天至30天不等。

记者在采访中了解到，地方有关婚假的规定，主要依据是1980年发布的《关于国营企业职工请婚丧假和路程假问题的通知》，其中明确规定，职工本人结婚或职工的直系亲属（父母、配偶和子女）死亡时，可以根据具体情况，由本单位行政领导批准，酌情给予一至三天的婚丧假。

为鼓励晚婚晚育，各地在人口与计划生育条例中规定了天数不等的“晚婚假”或延长婚假。

2015年实施全面两孩政策时，全国人大常委会审议通过关于修改人口与计划生育法的决定，删掉了有关鼓励晚婚晚育的规定。2021年，全国人大常委会会议再次对人口与计划生育法进行修改，其中提出“国家提倡适龄婚育、优生优育”。

各地随之修改省级人口与计划生育条例，取消了有关“晚婚假”的规定，多地结合实际延长了婚假天数。

其中，婚假最长的是山西和甘肃，两地都在省级人口与计划生育条例中规定，依法办理结婚登记的夫妻可以享受婚假三十日。还有一些省份明确，参加婚前医学检查的还可再增加婚假天数。《山东省人口与计划生育条例》规定，依法办理结婚登记的公民，享受婚假十五日；参加婚前医学检查的，再增加婚假三日。

今年四川省人大常委会期间，四川省人大代表、四川省青联委员温雪倩建议将婚假延长到15天至20天。

“现在许多人异地就业创业，跨地区婚姻十分常见，如果婚假时间过短，难以支撑婚姻体检、婚姻登记、往返路程、举办婚宴、度蜜月等方面的日程安排。”温雪倩认为，延长婚假回应了社会关切，充分考虑了新婚夫妇对办好婚姻大事的现实需求，充分展现了对新婚夫妇的人文关怀。

政策利好 部分员工不休

对于各地派发的“婚假红包”，人们在持欢迎态度的同时，更加关心其落地实施情况。

劳动法规定，劳动者在法定休假日和婚丧假期间以及依法参加社会活动期间，用人单位应当依法支付工资。为推动延长婚假的规定更好落地，多地法规中明确，休假期间工资、奖金、福利与在岗职工同等对待。

山东规定，婚假、陪产假、育儿假和增加的产假期间，工资照发，福利待遇不变。吉林在将婚假延长至十五天的同时，规定职工在享受婚假、产假、护理假、育儿假期间，按其正常工作对待，工资、奖金照发，其他福利待遇不变。

为确保相关规定的落地，多地还明确了保障措施。《山东省人口与计划生育条例》规定，用人单位未按照规定落实婚假、产假、陪产假、育儿假、护理假及相关待遇的，职工有权要求有关部门依法处理，或者依法申请劳动争议仲裁，提起诉讼。

尽管如此，不少用人单位尤其是中小型企业落在实处时仍会打折扣，担心太长的婚假会造成一些负担，对此多少有一些抵触。

“结婚一般就是给放一周的假，再长的话领导一般不批。”天津某企业职工刘伟说。

“员工结婚的时候，通常给他们放10天左右的婚假，好让他们有时间筹备婚礼。只要时间不是特别长，找同事帮忙分担一些工作，也就忙过来了。但如果真要请半个月以上的婚假，公司的压力确实会比较大。”河北某小型企业负责人王超对记者说。

不少年轻人在接受记者采访时坦言，3天到5天的婚假，基本上不够用。

“我是去年国庆假期结婚，提前请了3天假回家布置，家里有亲戚朋友帮忙，比较顺利。但我们也感觉时间很紧张，基本上办完婚礼，招待完亲戚朋友，就回来上班了，根本没时间去蜜月旅行。”北京市某文化公司员工李晶说。



成本共担 建立合理机制

今年5月10日，新修订的《婚姻登记条例》（以下简称《条例》）开始施行。此前，全国21个省（自治区、直辖市）开展的“跨省通办”试点工作，方便了群众异地办理婚姻登记，社会反响良好，试点平稳顺利。《条例》在总结试点经验的基础上，深化婚姻登记制度改革，实行婚姻登记“全国通办”，进一步提高便利性。实行“全国通办”后，当事人申请结婚登记、离婚登记、补领结婚证或者离婚证，可以在规定的婚姻登记机关办理。

民政部10月27日公布的数据显示，婚姻登记“全国通办”成效明显。截至9月底，各地已累计办理“全国通办”婚姻登记33万余对。

专家表示，婚假政策真正落地，离不开用人单位的理解和支持，要兼顾好职工合法权益和企业正常运转，探索建立更加合理的休假成本分摊机制。

国务院办公厅2024年10月印发的《关于加快完善生育支持政策体系推动建设生育友好型社会的若干措施》明确，各地要完善生育休假政策，统筹多渠道资金，建立合理的成本共担机制。专家认为，可以参照这一要求，将其应用到婚假政策和法规中。

温雪倩建议相关部门出台新婚关怀政策，全社会共同构建生育友好型社会。用人单位在婚假期间正常支付职工工资及各项福利，相关部门可以出台支持政策，在当月给予一定的税收抵扣或者补贴，确保政策更好落地。

“婚假延长后，用人单位的利益会受到影响。各地可以根据自身情况，在制定相关政策和法规的时候，明确相应的政府补贴、税收减免等内容，用公共财政来分担用人单位的成本压力，提高用人单位的积极性，从而推动形成长期的良性机制。”孙煜华说。

保健品销售“套路多多”亟待法治亮剑 专家建议完善“三品一械”直播带货相关制度



图为浙江省台州市路桥区市场监督管理局横街市场监督管理所的党员干部向群众宣传如何防范保健品骗局。 CFP供图

□ 本报记者 赵晨熙

“只要定期服用便能有效控制血压、血糖和血脂，有效抑制‘三高’！”“国家保密项目，危重患者坚持服用即可药到病除！”……如今在网络上，充斥着各类保健品广告，其中不乏所谓“神药”。

保健品已成为很多消费者维护身体健康、提升生活品质的一种选择。然而，保健品销售却“套路多多”，虚假宣传、夸大功效等问题屡见不鲜，特别是一些“人口”的保健食品，不仅侵害了消费者的合法权益，也严重威胁到消费者的生命健康。

为引导广大消费者科学、理性、安全地消费保健食品，中国消费者协会、国家市场监督管理总局近日发布消费提示，提醒消费者要理性购买保健食品。

北京中医药大学卫生健康法治研究与创新转化中心主任邓勇近日在接受《法治日报》记者采访时指出，保健品市场长期存在产品质量参差不齐、夸大宣传等乱象，针对各类变式销售手段，应不断完善相关法律法规，为监管提供更有力的法律依据。监管部门在不断强化监管的同时也要加强宣传，提高消费者防范意识。

夸大功效 乱象频现藏套路

提及保健品，家住北京市昌平区的刘燕不住地摇头，因为自己73岁的母亲就是一个保健品的“狂热用户”。

在刘燕给记者提供的一段视频中，记者看到刘燕的母亲端坐在棕红色沙发上，老人的眼睛被白色

护眼贴“罩”住，双手平放搭在膝盖上，膝盖处贴着护眼贴片，脚下踩着的足浴盆中，黄色的“药水”在不断地震动着。

“这只是我母亲的日常保健。”刘燕告诉记者，家里专门有一个药箱，里面堆满了母亲从各处买来的保健食品，有的号称能治“三高”，有的承诺能软化血管，还有的宣称能对身体排毒。

刘燕对此很无奈，作为女儿，她只能尽力保证老人买回来的这些保健食品拥有官方认证标志（即“小蓝帽”），但对于功效，她深知绝不可能有宣传的那么“神”。

像刘燕母亲这样对保健品深信不疑的人不在少数，特别是一些中老年人，对于商家宣称的功效几乎毫不怀疑，这也使得在保健品销售中，夸大宣传、滥用极限词等成为常见套路。

“保健食品是根据我国食品安全法依法注册或者备案的特殊食品，具有明确的法律定位，可以声称明确的保健功能，其他食品不得声称保健功能。”中国消费者协会秘书长王振宇介绍，保健品涵盖的范围更加广泛，是消费者对声称具有功能或者功效的食品、用品的俗称。比如，宣称有保健功能的酒、有瘦身功能的咖啡等食品，宣传具有特定保健作用的床垫、理疗仪等日用品都属于保健食品范畴。

邓勇指出，除了虚假宣传、夸大功效、误导消费者，保健品市场还隐藏着诸多问题。比如，有的产品标签说明书使用注意事项信息缺乏、商标随意贴牌、使用图案暗示功能等。还有的商家冒用、伪造批准文号生产保健食品。

转战线上 直播带货成盲区

此前谈及保健品销售套路，大多集中在线下，销售人员通过持续关怀、虚假承诺等方式获取消费者信任，进而推销高价保健品，甚至以“亲情营销”、免费礼品、公益义诊等为诱饵，实施精准诈骗。

随着网络经济飞速发展，保健品违法营销开始从线下转向线上发展，套路多样且更为隐蔽。比如，一些网红主播、知名博主，利用自身影响力和流量优势，在线上直播期间对一些普通产品、保健食品等进行虚假宣传，夸大功效诱导消费者购买，侵害消费者权益合法权益。

在中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江看来，这一问题的核心在于当前直播间营销行为的法律定性不清。

陈音江指出，根据《广告法》、《互联网广告管理办法》等规定，“三品一械”（药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品）广告应当在发布前由广告审查机关对广告内容进行审查，未经审查，不得发布。网红主播等在直播间推销“三品一械”的行为，已经起到了广告效果，但现有法律法规中却并未明确将直播间宣传定性为商业广告，导致监管缺乏明确依据，使得网络直播中保健品虚假宣传乱象时有发生，不仅损害了消费者合法权益，也扰乱了网络市场交易秩序。

陈音江建议，尽快明确直播带货的法律定性问题，参照电子商务法、广告法等相关法律法规，进一步明确主播在直播间宣传推荐“三品一械”及相关食品行为的法律属性，细化有关违法行为的界定和处罚标准，将直播间里的“三品一械”宣传纳入有效监管，营造良好网络消费环境，维护消费者合法权益。

邓勇认为，针对直播带货中的保健品销售乱象，压实平台主体责任，加强平台监管同样至关重要。平台要加强对直播间的实时监测，对涉嫌虚假宣传的内容及时进行处置。此外，要加大执法力度，市场监管部门要对直播带货中保健品销售乱象进行全链条打击，对涉嫌虚假宣传的直播间、商家、生产企业等违法主体依法进行查处。

破局之道 法治监管筑防线

保健品销售乱象是一个老生常谈的话题，多年来相关部门也一直予以严厉打击。

以保健食品为例，记者从国家市场监督管理总局8月召开的全网食品安全专项整治新闻发布会上了解到，自2020年4月以来，国家市场监督管理总局联合公安部、商务部、文化和旅游部、国家卫生健康委

等7部委开展了为期5年的保健食品行业专项清理整治行动，聚焦群众急难愁盼，严格监管执法，严打重处违法行为。

尽管在相关部门的严厉打击下，各类违法违规行得到了有效遏制，但违法营销渠道也更加隐蔽。比如，有的保健品商家会通过个人微信、微信群等私密社交渠道，将目标顾客引流至网络直播间或小程序平台，再通过夸大功效等手段进行售卖。

邓勇认为，治理保健品销售乱象应多措并举。鉴于当前各类形式多样的营销乱象，要不断强化部门协作，市场监管、公安、网信等多部门要加强协作，建立联合执法机制，形成监管合力，共同打击保健品销售乱象。

针对当前保健品涵盖范围非常广泛，没有明确法律界定的现状，邓勇建议进一步完善相关法律法规，从法律层面明确保健品的定义、范围、监管标准等，填补法律空白，为监管提供更有力的法律依据。

□ 本报记者 朱宁宁

为进一步完善非物质文化遗产区域性保护制度，提高国家级文化生态保护区建设管理水平，文化和旅游部今年开展了《国家级文化生态保护区管理办法》（以下简称《办法》）修订工作，并形成了《国家级文化生态保护区管理办法修订稿（征求意见稿）》（以下简称《征求意见稿》），于近日向社会公开征求意见，意见反馈截止时间为11月15日。

我国的文化生态保护实验区建设和实践已走过10余个年头，从2007年的“闽南文化生态保护区实验区”开始，中国独创、中国特色的非物质文化遗产保护保护就开启了新的篇章。目前，文化和旅游部已批复设立了23个国家级文化生态保护区，共有4批21个通过建设成果验收，公布为国家级文化生态保护区。

2018年12月，文化和旅游部根据《中华人民共和国非物质文化遗产法》等法律法规出台《办法》，标志着依法行政、依规保护非物质文化遗产迈入一个新的台阶。《办法》自2019年3月1日起施行以来，对进一步加强和规范国家级文化生态保护区建设工作发挥了重要作用，但随着国家级文化生态保护区工作不断深入，《办法》部分规定已不能满足当前及今后一段时期的工作要求。

此次修订工作的一个重要内容，是根据中央为基层减负要求，对国家级文化生态保护区设立申报部分进行了简化和优化。结合各地和专家意见建议，《征求意见稿》取消“国家级文化生态保护区”阶段，符合条件的直接设立为“国家级文化生态保护区”，并在“申报条件”中取消已成为省级文化生态保护区两年的限制规定。

同时，《征求意见稿》针对评审工作程序规定不够清晰的问题，明确包括初审、考察、专家评审、公示、公布等程序；针对能否多次申报的问题，新增规定“连续两次申报均未获批的地区，五年内不再受理该地区的申报”；针对编制总体规划指导不够的问题，新增规定“总体规划报省级人民政府审议前，事先征求文化和旅游部主管司局意见”；针对未按期发布实施总体规划缺少处罚措施的问题，新增规定“未按期发布实施总体规划的，文化和旅游部予以通报，暂停补助经费。设立满两年仍未发布实施总体规划的，予以退出名录”。

此外，对于取消“实验”阶段后如何进一步加强管理的问题，《征求意见稿》将建设成效评估由“每五年一次”调整为“每三年一次”，新增处罚性规定“对评估不合格的，暂停补助经费，一年内进行整改，整改后评估仍不合格的，予以退出名录”。针对退出名录后是否还可以再次申报国家级文化生态保护区的问题，新增规定“五年内不再受理该地区的申报”。

全国已设立二十一个国家级文化生态保护区 文旅部拟简化优化申报条件

社会时评

整治“阴阳药价”须打好“组合拳”

□ 赵晨熙

福建省福州市一市民在药店购买一盒“999”感冒灵副医保卡支付要22元，而现金购买仅需12.8元；在河南省安阳市某定点药店，参保人刷医保卡购买某品牌银杏叶提取物注射液的医保结算价格为2980元/支，而自费患者花费的金额为1350元至1790元/支……近期，部分地区陆续发现定点药店对医保患者和非医保患者采用“阴阳价格”的行为，同一家药店内完全相同的药品，卖给医保患者是高价，卖给非医保患者却是低价。

“阴阳药价”现象出现绝非偶然，而是多重因素叠加的产物。其中既有医保结算延迟给药店带来资金垫付压力的客观原因，让部分经营者动起了转嫁成本的“歪心思”；也有基层监管力量有限，对药店隐性操作难以全面监管的现实困境；不少参保人对医保价格敏感度低，购药时疏于核对明细，也让药店的违法违规操作有了可乘之机。不论成因如何，都不能成为部分定点药店“看人下菜碟”的理由。此类歧视性定价行为不仅侵害参保人的切身利益，造成医保基金违规流失，更涉嫌违反价格法、药品管理法等法律规定，构成价格欺诈，也违背了定点药店医保服务协议中关于公平定价的管理要求，必须予以严肃处理。

近日发布的《国家医疗保障局办公室关于进一步加强定点零售药店药品“阴阳价格”监测处置的通知》中明确，将通过强化线索排查、严肃核查处置、建立常态化机制等多重举措，切实维护参保人员权益与医保基金安全。

整治“阴阳药价”须打好“组合拳”。一方面，要不断强化监管力度，通过技术赋能让监管长出“透视眼”，通过大数据筛查结算金额高、价差大的重点药品，结合进销存数据与视频监控系统开展现场检查，有效识破隐蔽违规行为。另一方面，要充分激活公众监督，通过举报奖励机制鼓励群众“比价维权”，在医保支付界面设置价格提醒，让参保人成为监管“末梢探头”。

为进一步减轻医疗机构垫资压力，国家医保局不断完善相关政策，明确在2025年底前全国所有统筹地区均需开展即时结算，2026年底前开通即时结算定点医疗机构占比达80%以上，将符合条件的定点零售药店逐步纳入即时结算机构范围，此举也将从源头缓解药店资金压力，减少变相涨价的冲动。

医保定点资格是信任背书，而非套利工具。唯有将技术监管、制度完善与社会监督形成合力，才能让医保患者真正享受到政策红利，守护好群众的每一分“救命钱”。