

# “摘帽”只是起点，打击传销须久久为功

本报评论员 吴迪

为全国传销重点整治城市。近期,江西南昌、广西南宁、广西防城港、陕西西安等城市也陆续公布了本市摘帽全国传销重点整治城市的消息。

传销,社会毒瘤,人人痛恨。铲除传销组织及其生存土壤,人心所向。一度,有些地方对猖獗的传销活动手足无措,甚至被贴上“传销之城”的标签且难以撕下。2018年,国家市场监管总局依据媒体曝光、公众反映和工作中掌握的情况等信息和指标,将11个城市列为全国传销重点整治城市。目前,这份传销重点整治城市“黑名单”上,还有3个城市。

一些城市之所以成了“传销之城”,甚至经过重点整治还在“黑名单”上,有多种复杂原因。有的地方的传销组织往往家族作案、互相掩护,类似此前被曝光的“诈骗村”“假鞋村”等;有的传销招数不断迭代升级,比如,打着“微商”“币商”“多层次分销”等名义的网络传销兴起,甚至越过传统传销,成为一些地方传销活动的主要形式;还有监管方面的执法力量和实践经验不足,面对新型传销模式,识别

难、取证难、定罪难,“一些工作人员心理上不想、能力上不足、技术上不懂”,查处举步维艰,使得不法分子不断做大做强。

国家市场监管总局将相关城市列入全国传销重点整治城市名单,一个重要目的就是通过压力传导,倒逼其正视问题、强化监管。一些城市仅用一年便摘帽,证明了相关地方是有能力、有方法打击传销活动、应对传销新问题的。

与此同时,我们也应看到,随着互联网深度嵌入生活,诸如“电子商务”类、“金融理财”类等传销路数越来越隐蔽,专业执法人员对于这些新情况或许都得“抓耳挠腮”一番,普通百姓往往更容易中招。因而,打击传销,必须盯紧其新变种,持续发力,久久为功。

不妨借这些城市摘帽之机,梳理、总结打击传销的经验教训,既为打击传销新变种提供借鉴,也为尚未摘帽的城市有效打击传销活动提供经验。

比如,对于传统传销触网、产生新的变种,在如何判断、定性、侦查、定罪、追缴等环

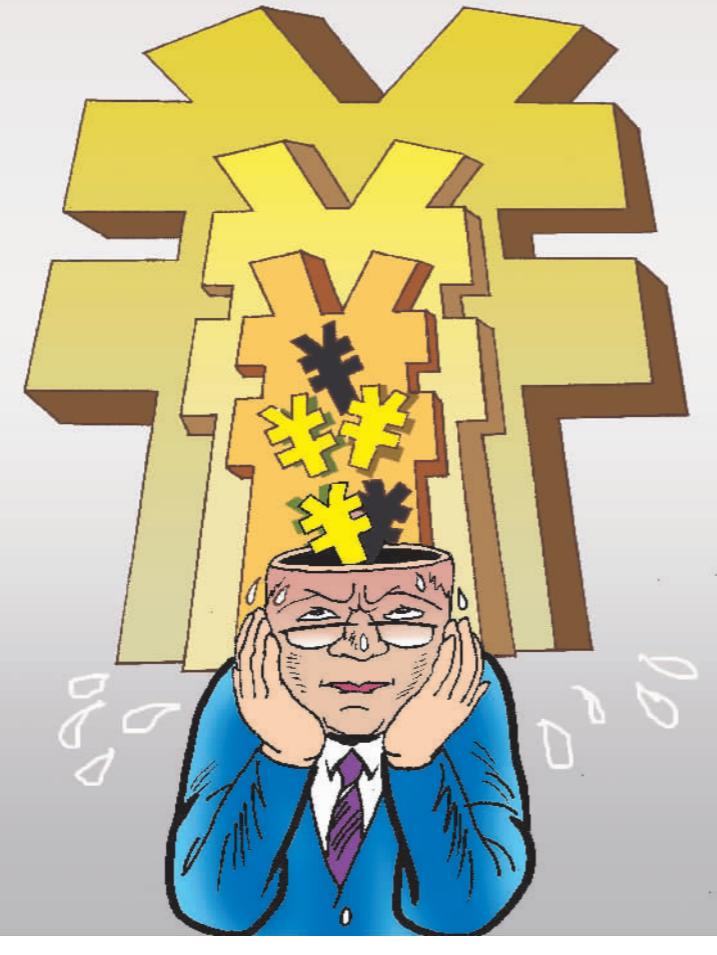
节,存在什么困难、又有哪些经验?针对查证网络传销资金链和控制涉案资金这两个查处网络传销案的难点,是否有破解之道?

打击传销,绝不能一阵风,不能上黑榜了就打一打、摘了帽就松口气或歇歇脚。治理上若出现松懈,后果往往十分严重。曾有这样的例子,有些城市2017年入选“无传销城市”,但尴尬的是,2018年就上了全国传销重点整治城市名单。这警示我们,麻痹大意心态很容易导致治理上的松懈甚至自欺欺人。

打击传销不可能一蹴而就,不妨借鉴全国扫黑除恶专项斗争的做法,“一年打击遏制、两年深挖根治、三年长效常治”,由表及里,有计划、有步骤地推进治理工作。今后,如何继续有效开展打击攻势、如何建章立制并不断完善,还有不少难题有待破解。

摘掉传销重点整治城市的帽子,只是一个城市维护本地社会安宁、守护群众利益的一条底线。吸取教训,不断提升城市治理水平,是广大百姓的期待,是对城市治理者的考验。

## G 图说



## “财富自由”有标准?

据媒体报道,近日,一则关于“2021年财富自由门槛”的消息在网上火了。相关发布者将入门级财富自由门槛设定为“一线城市1900万元,二线城市1200万元,三线城市600万元”。这一标准成为很多人茶余饭后的谈资:“自由这么贵,好好工作不香吗”……

如此“财富自由”的标准,对多数人来讲显然高不可攀,也极有可能引发人们对自身财富状况的焦虑。不同的地区、行业和人群之间,收入水平显然存在差异,而每个人对财富自由、美好生活的定义和理解也不尽相同。一份商业性质的数据为“财富自由”列标准、设门槛,不仅科学性、可信度极低,而且可能冲击人们的认知和价值观。人生的财富可以有很多种,为自己的人生设立各种目标为之奋斗,无可厚非,但千万别被一些贩卖焦虑的“榜单”左右,迷失了方向。

李法明/图 韩超/文

## 炒鞋,一边“支持国货”一边算计同胞

罗筱晓

据《中国证券报》报道,在某网购社区中,李宁一款限量篮球鞋,最高售价达到29999元,相比发售价涨了近17倍,最近购买记录近300条。更夸张的是,另一款鞋售价高达48889元,比发售价翻了31倍。此外,实体商场内的部分国产品牌旗舰店也出现了抢购、断货情况,以至于有消费者感慨:“国货也买不着、买不起了。”

几乎是一夜之间,消停了好一阵的“炒鞋”话题又回来了。这一次被炒的,是以李宁、安踏为代表的国产鞋。此轮炒鞋潮有一个重要的关联背景:一些跨国企业恶意抵制新疆棉花,广大消费者用脚投票,放弃购买相关品牌的服装和鞋子,转而支持国产品牌。一些炒鞋客却将此视为“商机”,通过囤货、提价等方式试图大赚一笔。当这样的市场行为失控,或是有人恶意从中操纵,就可能造成多

方面的伤害。

对消费者来说,如果因此无辜成了炒鞋客的“接盘侠”,无疑会面临金钱上的损失。在经济学上,有一个名词叫“郁金香效应”——17世纪,郁金香被引入西欧,由于稀缺而受人追捧,有人趁机大肆囤积导致郁金香售价一路飙升。就在人们以为价格还会上涨时,突然的抛售让郁金香市场崩溃,许多此前高价购入的人因此倾家荡产。

2019年,一些外国品牌的限量鞋曾引发一波疯狂的炒鞋潮,此外,普洱茶、白酒、比特币等也被“炒”过,这些不过是一朵又一朵的“郁金香”。随着商品价格与实际价值偏差越来越大,球鞋、茶叶、白酒仿佛成了“期货”,分期支付、先给钱后发货、集资团购等金融手段纷纷加入,但由于没有正规的市场监管,炒客们背负的风险越来越大。

为此,中国人民银行上海分行曾专门发布金融简报,提醒注意炒鞋可能存在的非法集资、金融诈骗、杠杆化等违法问题或金融

风险,一些炒鞋客“空手套白狼”的做法也被曝光。尽管如此,彼时的炒鞋热潮退去后,依然有年轻人因手上的鞋价格暴跌而负债,有人因受骗“鞋财两空”,也有人面临法律的制裁。

“郁金香”的美不在于售价。近年来,不少国产运动品牌在技术与设计创新上取得长足进步,凭实力成为国潮品牌。如今,有更多人关注国货是好事,但如果投机者通过非常手段把持货源,让国产鞋的价格高到畸形,无疑会打击消费者的积极性,最终让向好发展的整个行业遭受损失。如果炒国产鞋的风气刹不住,无论买不买鞋,人们的爱国情怀恐怕都会受到伤害。

爱国应该表现在行动上,而不能一边喊着口号一边算计自己的同胞。无论是炒鞋、炒酒还是炒茶,监管部门都应及时出手泼水降温,品牌方、经销商更不能坐视不管甚至推波助澜——来之不易的品牌形象和口碑需要共同维护。

## 一点福利,比画个“大饼”来得实在

是竭力收窄福利受益面,比如本该给全员实报实销的交通费,被冠以“考核”前提后仅给前10名报销,有的则是为不发福利找各种借口。

福利待遇是企业为激励员工,采用非现金形式发放的一种“报酬”。根据我国劳动法的规定,劳动者享有享受社会保险和福利的权利;用人单位应当创造条件,改善集体福利,提高劳动者的福利待遇。现实中,企业福利待遇的落实情况可谓参差不齐,且给多给少、以什么形式给,往往由企业说了算。

都说90后、00后爱跳槽,甚至有网络大V痛批“现在的年轻人没有以企为家、与企业共进退的情怀,哪行哪家给得多就蜂拥去哪里”。这可能是实情,但值得探究的是,年轻人为什么会缺少这种情怀?在要求年轻人有这种情怀时,企业应该做些什么?

我采访过不少年轻员工,他们当中愿意“以企为家”的重要原因之一,往往是一些福利——“年年三八节都发点洗发水、毛巾,疫情期间经济困难还给了电影票”“去年50元蛋糕券没发,今年都补上了”……小小福利,让员工幸福了不少。

事实上,深谙福利待遇“神奇力量”的企业不少。一些企业设计周年服务计划,评选长期服务奖,发放纪念品及奖金;一些企业逢年过节给员工父母发放红包、购买商业保险;一些企业对遭遇意外的员工提供援助金;还有一些企业为员工提供旅游、体检、心理和法律咨询及学历教育等服务……

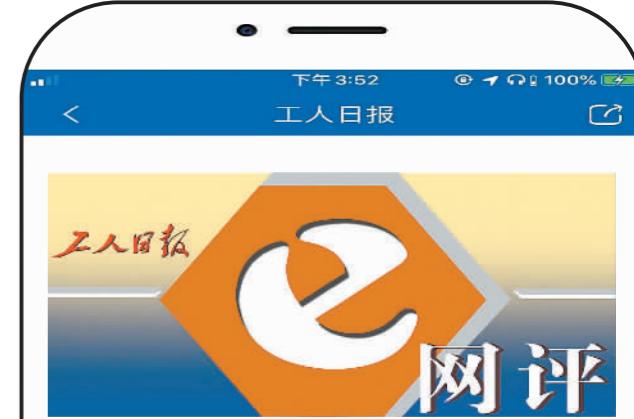
员工是企业生存发展的重要“生产力”之一,其对企业的归属感、向心力和忠诚度并不是可有可无的东西。从企业管理上说,福利用好了,可以提升员工凝聚力、积极性,让企

业的发展动力十足、后劲十足。反之,企业不讲诚信,承诺的福利不兑现、少兑现,还要求员工死心塌地,基本上是天方夜谭。

“人心散了,队伍就不好带了”。长此以往,企业发展所需的人才便可能严重不足,甚至可能陷入“招新-培训-跳槽,再招新-再培训-再跳槽”的恶性循环,这对企业、对各行各业的发展来说,都不是好事。明智的企业应该会算这样一笔账:一点福利在人力总支出中占比不高,换来的却可能是节省招聘和培训新人的支出、减少劳资纠纷及相应的赔偿、共建共享的和谐劳动关系和氛围。

针对福利可望不可即等现实情形,一方面,可以通过集体协商把福利待遇等内容明确写入劳动合同,这便于福利的保障和落实;另一方面,面对因此引发的劳动争议,相关部门应该积极作为,及时为劳动者撑腰。

我们期盼更多企业认识到福利待遇能够释放的能量、发挥的作用,用更务实、诚信、以人为本的态度,去设计相关的福利待遇,而不是要心机、算小账。对员工而言,物质满足和精神需求缺一不可,而福利既是物质上的激励,也是精神上的鼓舞。一点福利,远比画个“大饼”来得实在。



## 当偷拍无处不在, 谁是下一个被围观的猴子?

龚先生

日前,“夫妻住民宿遭偷拍8小时”的消息登上热搜。从网传视频中可见,被偷拍的民宿室内隐私状态完全暴露于镜头之下。保护隐私已是共识,偷拍却如“打不死的小强”,违法成本低是重要原因。此外,买家的看客心理也是偷拍黑产开疆拓土的一大驱动力。

根除黑产,远不止端掉几个窝点、抓获几个嫌疑人,需要全链条出击。我们必须反省和剖析偷拍屡打不绝的深层原因,探索诸如降低实施刑罚的门槛、增列刑罚惩戒的人员、提高违法犯罪代价等路径。

网友跟帖——

@罗素:抵制偷拍,呼唤重典。

@刘雪:每个人都可能成为偷拍的受害者。



阅读全文请扫码  
“工人日报 e 网评”

## 网络祭祀不能“乌烟瘴气”

杨李喆

据4月3日新华视点报道,近年来,网络祭祀成为清明节新气象。然而,由于缺乏必要规范和监管,一些乱象随之而起:有人恶搞给活人建墓,甚至借名人、烈士“吸金”等。

网络祭祀兴起并发展本是好事,但若胡来,显然偏离了其初衷及本意。活人遭恶搞被建网墓,普通人、虚构的电视剧角色被随意挂上“烈士”身份……这些现象凸显网络祭祀平台相关机制的不健全。比如,有的网络祭祀平台在网墓的注册过程中几乎没有审核,相关信息随意填写;一些祭祀平台为了鼓励用户充值,设置“香火”排行榜,祭拜品越多,纪念馆排名越高。

网络祭扫推动了绿色、文明的祭祀方式,也代表了未来的一种趋势,但必须确保其在规范、法治的轨道上发展。任其处于失管状态,甚至乱象丛生,不仅会冲击清明节肃穆的氛围,也难以满足人们的祭祀需求,还可能滋生侵害他人合法权益等现象。

相关网站和平台出现的种种乱象,很大程度上源于法规缺位。无论是现行殡葬管理条例,还是2018年9月民政部公布的关于此条例的修订草案征求意见稿,均没有涉及网络祭祀的内容。其他有关互联网信息服务管理办法等法规,也鲜有对网络祭祀进行专门规范,这一空白亟待填补。

同时,网络祭祀平台不能只顾赚钱而忽视管理责任,要加強审核,规避活人被死亡、被祭祀等现象;要及时处理投诉信息,避免给无辜者造成权益侵害;要正风向,坚决遏制相关封建迷信活动。

对于随意在网络祭祀平台侮辱他人、造谣生事、非法牟利等情况,相关部门应视不同情况,依法予以打击和惩处。

时代在变化,当云祭扫、网墓、逝者网上纪念馆等成为清明节新的风尚时,我们既要转变观念,践行环保、低碳的绿色殡葬理念,也要厘清网上祭祀的法律和道德边界。以更清明的氛围和姿态去追思缅怀逝者,才是推行网络祭祀的价值所在。

## G 媒体声音

### ◇纪念英烈正是一堂生动的党史教育课

纪念英烈历来是清明节的重要活动之一,今年的纪念氛围格外浓,相关活动也多。微博上,相关话题阅读量已近10亿次。

《新华每日电讯》评论说,缅怀英烈,我们可以学习他们为党和国家奉献的奋斗历程,汲取他们光荣不朽的精神力量,继承先烈们的红色谱系与光荣传统,将尊崇英烈高尚品德的情意化作奋斗前行的强大动能。我们致敬英雄,希望能有更多人知道他们保家卫国的故事,传承他们的爱国精神。我们有理由相信,纪念英烈、崇尚英雄会成为我们在新征程创造新奇迹过程中的一股精神力量。各行各业的人们,都会在学习中奋勇向前,成为这股精神的传承者、践行者。

### ◇“抱团”涨价不是共享经济的救命稻草

最近,共享单车、共享充电宝等领域涨价声一片。有关专家表示,共享经济不断涨价背离了初衷,变成了租赁经济。

《广州日报》评论说,赔本的买卖无法长久,低价不可能是常态。摆脱廉价模式、让价格回归正常区间,这是一种趋势,是市场调节的结果。当然,涨价不是不行,关键是要合理。有需求才有市场。一旦需求端发生变化,单方面涨价必然无以为继。共享经济仍属新动能,依然有着光明的前景。但越是增速快,越要不浮躁,越要修炼内功;越是被看好,越要把握共享经济的内在规律,切实把瓶颈问题解决好。

### ◇抄袭还是挪用?莫拿临摹做借口

近日,中国美协发布公告,对涉嫌抄袭的青海美协主席暂停中国美协会员会籍,此前其曾辩称作品引抄袭而是“学习临摹”。

《中国艺术报》评论说,临摹有其边界,若只模仿对方而绝口不提其作者,肯定不是临摹。对于艺术家来说,提升原创力有一条最实用、最有效的方法是走近生活,扎根人民、扎根生活。美术创作不仅需要深入生活,更需要开阔眼界,才能融会贯通,走出自己的路。以“仰慕”作为抄袭的借口,显然不成立。(弓长整理)