

“羊绒衫里没羊绒”，任何时候货真价实都是底线

本报评论员 吴迪

声称“100%山羊绒”的服装售价异常低廉,吸引了众多消费者购买。记者从不同直播间随机购买7件宣称100%山羊绒的针织服装送往权威机构检测,结果均显示一根羊绒没有。

老婆饼里肯定没有老婆,但羊绒衫里没有羊绒这事儿,公众肯定无法接受。事实上,此番曝光是此前报道的延续。去年底,有媒体先后揭露了部分品牌“羽绒服里没有羽绒”“羊绒衫里没有羊绒”等问题,随后,市场监管总局对虚标羊绒含量问题挂牌督办。媒体调查发现,直播带货乱象除了涉及部分服饰,还存在于食品、家居等领域。

相对于巨大的市场和诸多的市场主体而言,这些乱象肯定是少数,但“含量为零”竟敢宣称100%,这种做法实在太让人震惊了。一些商家何以胆大至此?

对消费者来说,一方面是专业壁垒——人们难以辨别羊绒真伪、羽绒与飞丝的区别,这给主播胡诌带来了可乘之机;另一方面是维权不畅——多数消费者即便对购买的商品质量有所怀疑,也往往不会大费周章地去维权,下次不买就是了,这一定程度上导致诸如

价格欺诈、虚假宣传等更加有恃无恐。报道显示,有消费者买了直播间再三保证是“真皮”的沙发后,经历一波三折的检测后发现是人造革,在平台及监管部门的介入调解下,耗时两个多月才维权成功——多数消费者恐怕都没有时间和精力如此折腾。

对有些直播间及主播来说,“挂羊头卖狗肉”式宣介已是惯用手段——有从业者表示,商品各类标识都是假的,“想做什么标就能做什么标”“羊绒含量想写多少都可以”……而平台的履责往往滞后。比如,对消费者发起的维权介入不及时、力度不足;对入驻直播间的审核门槛过低,有的直播间几乎处于“三无”状态,随时可以“消失”或者“换个马甲”逃避责任。

对职能部门来说,线上监管触角有待进一步延伸,同时要覆盖更多时段。此前就有媒体曝光,一些主播专挑监管部门下班和平台人工巡检力量薄弱的后半夜开展擦边直播或推销。这给有关方面提了个醒,互联网是24小时的,相关的监管不应“留白”。

直播间的秩序、产品的质量,关乎直播电商的未来。在“酒香也怕巷子深”的网购时

代,“吆喝”可能是必须的,但不能信口开河、满嘴跑火车。以次充好、以假充真,极尽忽悠之能事,会让消费者逐渐失去对电商的信赖,也会侵蚀直播电商的基石、伤害地理标志产品的美誉等。任何时候、任何平台,货真价实都是不变的市场法则,也是商家能够保持竞争力、实现永续发展的根本。

2020年11月,市场监管总局发布《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》,明确要求各地市场监管部门依法查处产品质量违法、广告违法和侵犯消费者合法权益等8项直播带货中常见的违法行为。广告法、《明码标价和禁止价格欺诈规定》等法律法规也对虚假宣传、价格违法等情形进行了明确规制。面对直播间和主播的夸夸其谈、信誓旦旦,监管要提质增效,法律规定、市场规则的威力要进一步显现。

直播带货前景光明,但发展的路子不能跑偏。期待在各方共同努力下,相关市场乱象、行业生态能够得到有效整顿和重塑,产业链、供应链、销售端等都能越来越规范、有序,共建共享网购时代的红利。



直播间的秩序、产品的质量,关乎直播电商的未来。在“酒香也怕巷子深”的网购时代,“吆喝”可能是必须的,但不能信口开河、满嘴跑火车。以次充好、以假充真,极尽忽悠之能事,会让消费者逐渐失去对电商的信赖,也会侵蚀直播电商的基石、伤害地理标志产品的美誉等。

“100%山羊绒”里一根羊绒都没有——据2月16日央视新闻报道,羊绒是一种比较珍贵的动物纤维,因其产量稀少,产品价格通常较为昂贵。然而,记者在调查中发现,一些带货直播间

网红培训成被诉噩梦? 要“避坑”更要“填坑”

陈广江

据2月18日新华社报道,近期,北京市大兴区人民法院受理16起涉及演出经纪纠纷案件,被告均为年轻女性,其中15人为在校大学生,原告则是同一家传媒公司。该公司宣称可签约全球范围内演艺事务合约,不收取任何培训费用,专业团队量身打造素人“网红”……而看似光鲜亮丽的“造梦”计划背后,却是“违约”被起诉、被要求赔偿数十万元的“噩梦”。为有效维护大学生合法权益,法官与原告律师阐明相关事宜,最终该公司选择撤诉。

令人咋舌的案件,撕开了网红培训行业的遮羞布。当“素人变网红”的梦想被包装成免费培训、专业孵化的诱人承诺,年轻人踏入的却可能是精心设计的陷阱。这不仅是个人与企业的纠纷,更是新兴行业野蛮生长留下的阴影。对此,在教人“避坑”的同时,也要合力“填坑”。

网红经济的崛起,为年轻人打开了一扇通往名利场的门,然而门槛越低,暗坑越多。涉事传媒公司以“免费孵化”“无需直播”为饵,利用大学生社会经验不足、法律意识淡薄的弱点,在合同条款中埋下高额违约金、严苛工作时长等“地雷”。签约前满口“合同模板不作数”,签约后立刻翻脸“按条款执行”,所谓“造梦计划”也变成了披着合法外衣的精准围猎。

上述案件也折射出行业规范缺失、监管滞后等深层问题。如今网红培训行业鱼龙混杂,个别黑心机构以“零门槛、高回报”为噱头,实则通过虚增成本、设置违约陷阱牟利,而相关法律对“霸王条款”的界定模糊,加之受害者对“诱导签约”举证困难,维权过程举步维艰。

治理网红培训行业乱象,不但需要个人提升法律意识、审慎签约,而且需要相关部门加强对网红培训机构的审查和监管,严厉打击和处罚虚假宣传、诱导签约等违法行为,需要尽快完善相关法律法规,明确网红培训机构的法律责任和监管要求,为受害者提供有效的法律救济途径。对于已经出现的不法行为,更要严肃查处、绝不姑息,从而形成有力震慑,而非令不法机构仅以撤诉收场、毫发无损地溜走。

“有梦谁都了不起。”只有每个人都提高警惕学会“避坑”,相关部门及社会积极行动起来“填坑”,网红培训行业才能回归正轨,在助人圆梦的道路上发挥更多正向作用。



赵春青/图 陈曦/文

识破高仿账号“谁红就仿冒谁”的基本逻辑

丰收

据2月18日中新社报道,近日,《哪吒》系列电影导演饺子在多个短视频平台被假冒,有仿冒账号利用饺子导演的名气吸粉带货,引发关注。某平台负责人回应称,已累计回查处置400余个仿冒饺子导演(本名杨宇)的账号,对新增的仿冒行为仍在持续回查及拦截中。

高仿账号并非新现象,有的仿冒专家、明星账号,有的仿冒知名企业、政府部门、新闻媒体等。尽管有关部门和网络平台一直对此类现象进行整治,但尚未绝迹,一有机会便死灰复燃。如今随着《哪吒之魔童闹海》票房持续刷新,导演饺子成网络红人,多个高仿号随之出现,有的以“饺子”相关词汇命名,有的用哪吒或杨宇照片当头像,不少都自称是饺子导演小号,还挂着商品链接,吸引网友留言互动。

这些高仿号之所以仿冒导演饺子账号,皆是为了私利——收获流量、带货卖货、养号卖号等。如果高仿号真的能实现快速变现,那么相关“成功经验”很可能会激励更多后来者趋之若鹜、频频效仿。

高仿公众人物账号与假冒知名品牌性质是相似的,都是通过“走捷径”来实现私利,高仿号“蹭名人”流量的做法,可能更快能达到“冒名得利”的目的,特别是像饺子导演这样在某个时段热度骤升的公众人物,往往更容易被仿冒。

由此看来,公众人物越“红”,被“国仿”的可能性就越大,高仿号获利也就容易越快越多。无论是当下的网络红人,还是各大网络平台,都有必要充分意识到这一高仿号仿冒的基本逻辑。

红极一时的公众人物,在走红初期,不妨就未雨绸缪地对这一乱象进行针对性预防,避免个人名誉权等受损害,同时也要提醒粉

丝不要被误导。社交平台、短视频平台,也应当与时俱进提升自身对人物、机构、事件等走红网络的预判能力,及时启动专门的保护计划,对与相关主体沾边账号的注册或更名等行为加强审核、验明正身,从而及时将高仿号拦下,不给予招摇过市的机会。对已出现或查实的高仿号,网络平台和有关部门除依据平台规则和相关法律法规对其账号进行封禁外,还应对其已获取的利益进行追溯,并依据《互联网用户公众账号信息服务管理规定》等法规进行严肃处置。只有让高仿号实操人到头来“竹篮打水一场空”,才能对其他仿冒者形成足够震慑。被仿冒者也要主动对高仿账号说“不”,以仿冒行为侵害个人名誉权等为由,让侵权者付出应有代价。

高仿账号令人深恶痛绝,只有各方都擦亮眼睛、主动出击,让高仿账号“谁红就仿冒谁”的伎俩被识破,让这条路再难行通,仿冒号黑产才有望早日绝迹。

人才的新要求。

职业教育改革,改到实处是专业、课程。职业教育专业教学标准的公布,只是近年来职业教育领域教育教学人才培养改革的一个缩影,除此之外,还有一系列改革动作有目共睹。比如,2024年,高职院校新增的6068个专业点迎来首批学生,5052个“旧”专业点停止招生;《职业教育专业目录》更新,共增设40个新专业;2024年年底,914门课程被认定为2023年职业教育国家在线精品课程。一系列改革对于提升职业教育的针对性、实效性、灵活性和适应性具有积极意义,产业技术变革与教学改革同频共振的良性机制逐步形成。

当然,有了“好标准”还需有“好落实”。专业教学标准实施最终要落到职业院校人才培养过程中。期待接下来职业院校能结合地方实际和产业发展需求用好新标准,创造性地编制人才培养方案,真正实现专业建设与产业发展“并跑”,课堂教学与职场实践无缝衔接,为年轻人提供多样化的成才路径、更广阔的人生选择。

融媒作品选粹

太离谱！员工心得字数少就罚款

员工心得字数不符罚款？

“董事长们”不要太任性！

近日,某上市公司发布文件称,员工要紧紧围绕年终大会“董事长总结讲话”撰写学习心得体会。经公司检查发现,部分员工不按规定字数提交心得,要按照每字5元的标准进行处罚。这种做法除了涉嫌违反法规政策之外,更有可能让员工产生逆反心理,在结果上南辕北辙。

(本报记者 贺少成 李逸萌 雷宇翔)

►扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《工视点:员工心得字数不符罚款?“董事长们”不要太任性!》



“学徒”就合该没有工资吗？



现实生活中,一些用人单位通过招收“学徒”培训后上岗就业的形式招聘员工,但并未与其订立书面劳动合同。那么,学徒与用人单位是否构成劳动关系?一起来看看本期案例。

(本报记者 周倩 李逸萌 窦菲涛)

►扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《劳动者权益小课堂!“先当学徒后当工”学徒就合该没有工资吗?》



新360行之国风糖艺师



在山东省青岛市李沧区,有一位能让普通的糖发生神奇蜕变艺术家,他就是国风糖艺师崔久祥。在他手中,糖不仅仅是一种食物,更成了传承和展现国风文化的独特媒介。

如今,崔久祥计划将国风糖艺申报非遗项目。他深知,糖塑不仅是一门手艺,更是一种文化的传递。

(本报记者 吴凡 刘金梦)

►扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《以糖为笔绘国风!三工视频·新360行之国风糖艺师》



我为冰雪健儿“磨”冰刀



乔峰是长春百凝盾体育用品有限公司磨片班组的骨干,主要负责精磨。

2月7日至14日,第九届亚冬会在哈尔滨举办,不少运动员使用的冰刀就产自百凝盾公司。乔峰说:“近年来,冰雪装备企业迎来黄金发展期,作为行业一分子,我感到特别有奔头,也希望更多的运动健儿能穿上我们生产的冰刀驰骋赛场,摘金夺银!”

(本报记者 彭冰 柳姗姗)

►扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《我为冰雪健儿“磨”冰刀》



文字整理 于芊芊

公布专业教学新标准,让职教人才培养更有的放矢

于忠宁

据《光明日报》报道,近日,教育部发布758项新修(制)订的职业教育专业教学标准,覆盖新版《职业教育专业目录》1434个专业总数的52.9%,占全国职业教育专业布点总数的82.1%,其中,中职标准223项、高职专科标准471项、职业本科标准64项。

随着新技术、新职业、新业态不断涌现,社会各方对职业教育的期盼越来越高。为更好适应时代发展新形势、行业企业新需求和职业教育发展新要求,从国家层面研究和制定职业教育专业教学标准,将其用于指导和规范技能人才培养方案的开发与实施,可谓

恰逢其时、十分必要。

以新版《职业教育专业目录》为依据,立足新技术、新产业、新人才,新标准覆盖了中职、高职专科以及高职本科量大面广的专业,规范了职业院校从办学准入、教学实施,到学生毕业资格准出的全过程,提升了职业教育的规范性和系统性,为职业院校人才培养提供了专业指南。

新标准的一大特点是首次对中职、高职专科、职业本科的专业教学进行了一体化设计,并把不同阶段的同类或相近专业进行了贯通与优化设计,在教学目标、教学内容等各个方面都形成了有机整体——人才培养定位有机衔接,培养规格逐层递进,课程设置逐级加深,能力素质要求逐步提高,初步绘制了技能人

才、高技能人才和高端技能人才三个不同阶段的职业能力进阶“图谱”及成长培养路径,有利于职业教育中高低衔接的专业培养体系的建设,保障产业需求侧与人才供给侧要素的充分对接,提升职业教育专业人才培养的适应性。

产教融合是推进现代职业教育高质量发展的生命线。这次对职业教育专业教学标准的修订历时3年多,全面对接构建职普融通、产教融合的职业教育体系。新标准紧密对接新产业、新业态、新模式、新技术下行业企业用人标准、职业岗位新要求,优化课程设置,重点建设先进制造业、现代农业、生产性服务业、民生紧缺领域相关专业的教学标准,努力促进职业教育专业建设与行业需求紧密衔接,满足现代化产业体系建设对高素质技能