利剑高悬，让“换马甲”的黑恶犯罪无处遁形

本报评论员 吴迪

社评 中国新闻名专栏

黑恶势力的形态在变，但违法犯罪的本质不变，法治的底线不容触碰。扫黑除恶专项斗争没有终点，保持常治长效，让法治利剑始终高悬，才能守护好每一个经营者的合法权益，维护好公平有序的市场环境，让人民群众在法治阳光下收获实实在在的安全感。

据8月28日澎湃新闻报道，当日，吉林省长春市公安局发布通告称，该局依法打掉一个涉嫌黑恶性质犯罪组织，该组织头目系拥有数百万粉丝的以“打假”为主题的网络自媒体主播。自2023年以来，其纠集多人以曝光商品瑕疵名义维权打假，对全国百余户商家实施敲诈勒索、寻衅滋事等违法犯罪行为。同日，北京、天津、上海、河北等多地法院集中一审公开宣判12件黑恶犯罪案件，依法严厉打击利用网络平台和“软暴力”手段有组织地实施非法放贷、非法催收、劳务碰瓷等黑恶犯罪组织。

从2018年起，全国范围曾开展为期三年的扫黑除恶专项斗争，一大批盘踞一方、欺压群众的黑恶势力被依法铲除，人民群众的安全感明显提升。在不少人的印象中，黑恶势力多为穷凶极恶、动辄舞刀弄棒的“地头蛇”“土霸王”，而近年来，涉黑涉恶犯罪活动越来越依托网络平台展开。比如，所谓“打假”主播以曝光商品瑕疵为名，对商家实施敲诈勒索；利用互联网招工平台，假借务工之名混入建筑工地，以“劳务碰瓷”手段强索路费、误工费；通过网络辱骂、发送侮辱性照片等“软暴力”方式向受害者催收非法债务等。

今年7月31日，中央政法委召开会议部署为期一年的深化扫黑除恶专项斗争。这是对此前常态化扫黑除恶斗争成果的巩固，更是党中央审时度势作出的重大决策部署。其中，“网络新型黑恶”是打击重点，包括有组织实施有偿网暴、批量恶意差评；套路贷、裸聊敲诈、杀猪盘；抱团恶意举报商家、自媒体，利用网络“软暴力”施压牟利等。上述新闻中的所谓“打假”博主恰在此列。

这类非传统黑恶势力及其犯罪活动有一系列显著特征。比如，披着“打假”“维权”的外衣，或者夹杂真实打假成分实施敲诈勒索，迷惑性、隐蔽性强；依托网络平台作案，跨地域、链条长、取证难，受害者较为分散；多以“软暴力”施压，不发生直接暴力冲突，却能持续侵害他人权益。

现实中，这类新型涉黑涉恶问题的危害不容小觑，它们不仅会侵害商户合法权益，扰乱公平竞争的市场秩序，还会挤占正常维权资源，一定程度透支人们对正当消费监督的信任。扫黑除恶工作面临新的问题与挑战，需要与时俱进。

具体而言，黑恶犯罪正在从“网下”到“网上”、从“硬暴力”到“软暴力”、从传统领域蔓延到新兴行业，需要相关部门加强协作打好法治组合拳，完善行刑衔接，全链条严惩；平台要落实好主体责任，完善对打假维权类内容的审核甄别机制，利用数据识别预警异常行为。同时要严格依法办事、实事求是，“是黑恶一个不漏、不是黑恶一个不凑”，不误伤正常维权。

黑恶势力的形态在变，但违法犯罪的本质不变，法治的底线不容触碰。此次严惩网红博主敲诈勒索等行为，释放出明确信号：无论是线下传统涉黑涉恶犯罪活动，还是线上“软暴力”等新型黑恶犯罪新情况，有关方面都将持续升级监管和打击手段，让“换马甲”的黑恶行为无处遁形。

扫黑除恶专项斗争没有终点，保持常治长效，让法治利剑始终高悬，才能守护好每一个经营者的合法权益，维护好公平有序的市场环境，让人民群众在法治阳光下收获实实在在的安全感——这是我们共同的期待。

批量“劝退”应届生，企业“劝退”的是市场的信任

龚先生

近日，江苏一企业以离职或“打螺丝”二选一的方式批量“劝退”新入职应届毕业生引发关注。

涉事企业“套路”不可谓不深，且多处涉嫌违法违规。对被“劝退”的应届生来说，职业生涯刚起步就遇此“算计”，不仅错过了更多招聘机会，还在心理上遭遇不小冲击。

如果哪家企业把应届毕业生当作随时可用、可弃的棋子，短期看很精明，但失去的将是整个市场的信任。相反，那些善待员工的用人单位，做的绝不是“亏本买卖”——在起起伏伏的市场上，凝聚力和向心力永远是企业生存发展的基石。

网友跟帖——

@Lan：互联网有记忆，揣着套路的企业走不远。

@清风：“用完即弃”的做法让人寒心。

阅读全文请扫码“工人日报e网评”

面试未果送辛苦费，尊重人才是企业最好的名片

樊树林

近日，重庆一则暖心职场事件引发网友热议。从业十年的广告营销从业者张先生参加某企业面试，按要求提交了整套项目方案，因思路与项目发展方向不符，面试未被录取。令人意外的是，当晚他收到公司主动转账的1000元辛苦费。公司留言表示感谢他的认真付出，这笔钱作为车马费与面试茶水费，以此肯定求职者的时间和精力投入。（见8月28日《中国青年报》）

提交求职方案后再无下文，是很多求职者经常遇见的无奈情形。相比之下，张先生面试被拒却收到企业1000元辛苦费，令人心头一暖。1000元辛苦费或许不能和求职者做方案付出的时间与精力画等号，但体现了企业对求职者的尊重和认可，是用人单位良好企业文化的缩影。

《战国策》中有个“千金买马骨”的故事，说的是燕昭王受到千金买马骨故事的启发，吸纳名士纷至沓来，最终大败齐国。其实企业善待求职者，让落选者也能感受到尊重，这显然对更多潜在人才具有很大的吸引力。

千金易得，诚意难求。拿出实打实的尊重与重视，自然能汇聚人心，这已经成为一些企业的人才观。不久前，湖南长沙同样有落选求职者收到了相关企业的慰问信和60元红包，“我们为你准备了一份小小的车马补贴，60元不多，或许刚好够一趟往返的车程、一杯暖手的热饮，或是一本顺手带走的书”。求职者表示：“前段时间的奔波，在这一刻被治愈。”

类似暖闻一再引发热议与点赞，体现了人们对职场文化与生态的共同期待——薪酬福利固然是留住人才的硬件条件之一，但待人以诚的企业文化才是人才产生情感归属感、凝聚向心力、形成竞争力的关键所在。

企业参与市场竞争，归根结底是基于人才的竞争——激发人才的创造力，企业才有竞争力。实践一再表明，心系劳动者的企业，会在尊重每一份劳动价值、敬畏每一次辛苦付出的过程中赢得人心、收获信任，用人才优势为企业筑牢创新优势和发展优势的底座。

尊重人才是企业最好的名片。在现代企业竞争中，如何肯定人的价值，是一场无声却有力的博弈。

G 图说

“抢 跑”？

“听说拼音很难，孩子需不需要提前学？”“同事家的娃已经会100以内加减法了，我们是不是落后了？”据近日《北京日报》报道，新学年到来，社交平台上“不‘抢跑’就落后”的说法总能引发家长热烈讨论，让人陷入焦虑。

一些家长见不少孩子提前学完课本知识，担心自家孩子跟不上节奏，如此心情不可谓不真实。然而，幼小衔接真正要准备的或许不是识字算数，而是专注力、自理能力与规则意识。双减政策落地多年，教育部门早已明确要求小学坚持零起点教学，值得欣慰的是，如今一些小学在严格落实零起点教学的同时，还通过多种途径做好入学适应引导、帮助孩子逐步建立对校园的信任与归属感。一些家长不妨放下攀比心态，尊重成长规律，别急着抢一时的“起跑”速度，守护好孩子的成长节奏——教育不是“百米冲刺”，而是漫长的“马拉松”。

李法明/图 韩韫超/文

工厂游如何打破“走廊+展板+讲解员”模式？

徐建辉

参观智能生产线、购买产品和文创……作为工业旅游的一种重要形式，工厂游打开了现代工厂和文旅潮流之间的大门。从“灯塔工厂”的机械臂车间，到乳企现代智慧健康谷的光影空间，再到飞机、科普与健康智造等特色线路，全国多地工业旅游正在依托数字智造打造出全新的文旅赛道。（见8月30日《经济日报》）

工业旅游的风越吹越劲，热闹之余却常常陷入“叫好难叫座”的尴尬。游客乘兴而来，隔着玻璃走一圈，听几句术语，拍完合影便匆匆离去，既没记住什么有价值的内容，也没买到什么有意义的文创，很难说“下次还来”。如何把“工业”与“旅游”真正揉在一起，让游客找到可玩、可感、可回味的体验？这是工厂游必须跨过的一道坎。

破局之道，首先在于“翻译”二字。工厂里多是机器轰鸣、铜头铁臂的陌生景象，以及工艺流程、设备参数、质量指标等对外行人而言如同天书的内容。深入人心的工业旅游，要把专业语言转译为大众能共情的叙事。比如，车企把机械臂车间变成“小小工程师”的课堂，健康食品企业让生产线自己“开口说话”，它们做对的不是“把门打开”，而是“把故事讲好”——看得懂，才谈得上喜欢；有共鸣，才可能产生理解。

其次，工业旅游“出圈”，还需在沉浸式体验上做文章。传统的“参观—听讲—离场”模式是单向的信息灌输，新一批工业旅游的探索正在把旁观者变成参与者：在C919国产大飞机模拟驾驶舱里拉一次操纵杆，在火星探测体验区里操控一次月球车……这种深度参与带来的记忆锚点或许会历久弥新，当游客从“看热闹”变成“玩门道”，停留时间自然拉长，消费意愿自然提升，品牌印象自然加深。

此外，工业旅游还需打破同质化，从单个项目的“孤军奋战”升级为产业场景的相互串联，让智造、科普、消费在一条线路上彼此赋能。比如，有的地方把飞机总装线与太空中心串珠成链，让“大国重器”从展会的阶段性热度走向全年可见的日常景观；某乳企将12个主题场馆嵌入38平方公里的产业新城，让一杯奶的旅程成为城市名片。这种“以点带线、以线带面”的生态化打法，正在产生强大的文旅吸引力。

工业旅游的本质，是以人文的眼光重新打量制造业——让钢筋铁骨有了温度，让智造逻辑有了故事，让产业实力有了可触摸的质感。这份“翻译”与“重构”的功夫，才是工业旅游从“叫好”走向“叫座”的密码。

当越来越多的工厂学会用自己的语言讲故事，当越来越多的游客在工业场景里找到乐趣与共鸣，工业旅游便不再是产业链的“点缀”，而有望成为一座城市、一个产业与人们对话的窗口。窗口亮了，产业的故事便有了更长久的回声。

从小众职业走红看就业新赛道的拓宽

王志顺

据8月29日光明网报道，近日，两则青年深耕小众赛道、实现创业突围的热点案例引发热议。湖北武汉一高校毕业生陈某某开设新中式馒头小店，不足20平方米的门店推出50余种口味、多款卡通造型馒头，单日营业额可达6000元，产品远销国内多个城市。广东深圳青年张某某结合童年记忆，自创抓痒舒缓手法，开设两家抓痒门店，主打放松神经、促进循环、助眠解压，全程安静无闲聊，两家门店营收稳定。

长期以来，生活服务类职业被一些人贴上不体面、不稳定的标签，成为部分青年求职或创业时的“冷板凳”。新闻中提及的创业实践，证明了就业赛道从无优劣之分，立足民生需求、踏实深耕细分领域，同样能够创造一定的经济价值与社会价值。

两位创业者的突围，皆源于低谷中的坚持与差异化的创新探索。小众业态成功出圈，背后是市场需求细分与青年择业观念变化——大众消费不再局限于基础物质满足，转而追求情绪价值、健康品质与个性化体验，由此催生了情绪疗愈、精致小众等全新消费赛道。与此同时，青年的就业创业观念愈发开放包容，不再盲从世俗的体面标准，敢于以创新思维挖掘冷门赛道的发展潜力，用实干与匠心开辟差异化竞争路径。

然而，热度之下，小众新兴职业的可持续发展问题同样不容忽视。目前，一些小众业态处于起步阶段，高度依赖创业者个人口碑或网络“种草帖”支撑，缺乏体系化竞争力，小、散、昙花一现，服务标准、品控规范不一，服务边界模糊等，均是目前存在的短板与痛点，难以实现长期稳定发展。对此，如何推动小众职业摆脱噱头标签，走向专业化、常态化发展的健康车道，值得探讨。

小众职业赛道蓬勃兴起是就业市场创新的生动体现，为破解青年就业内卷、丰富多元就业格局带来新的参考与可能。这类成功案例应当带给更多青年启发：挣脱择业偏见、立足生活刚需、找准自身定位、勇于创新实干。相信随着小众职业不断迭代完善规范，有望持续拓宽青年就业路径，激活创业活力，助力就业创业走向更加多元的未来。

兼职收入计入误工费？让侵权赔偿更公平

李英锋

近年来，网约配送、网约驾驶等新就业形态蓬勃发展，劳动者利用业余时间兼职增收的情况日益普遍。兼职劳动者遭遇意外受伤后，“副业收入受损能不能赔、该怎么赔”，成了很多人关心的现实问题。近日，北京二中院审结了一起机动车交通事故责任纠纷案件，对兼职收入是否应计入误工费这一问题作出了明确回应。（见8月27日《新京报》）

新就业形态的发展为人们提供了宽松友好的灵活就业环境，不少劳动者选择在主职工作的“八小时”之外从事一项甚至多项副业。当兼职劳动者被侵权，人身损害赔偿往往陷入纠纷，这是因为兼职收入的定性问题以及误工费的覆盖范围等常受质疑。就此而言，兼职收入能否计入误工费，关乎兼职劳动者的切身利益。

北京二中院审结的这起机动车交通事故责任纠纷案件，认定了劳动者在业余时间从事外卖骑手兼职所获得的收入属于合理的兼职收入，属于误工费的赔偿范围。通过以案说法、以案明理，厘清了兼职收入计入误工费的合理范围和边界，给兼职劳动者吃下了定心丸。

实际上，合法合理的兼职收入和主职收入一样，都是合法有效的收入。民法典规定，侵害他人造成人身损害的，应当赔偿医疗费、护理费、交通费、营养费、住院伙食补助费等为治疗和康复支出的合理费用，以及因误工减少的收入。《最高人民法院关于审理人身损害赔偿案件适用法律若干问题的解释》则明确，误工费根据受害人的误工时间和收入状况确定。法律把误工费纳入人身损害赔偿的范围，主要目的是填补受害人因侵权行为导致的实际收入损失。合法合理的兼职收入属于正当劳动所得，兼职劳动者因他人侵权行为受到人身损害，在一段时间内不能再从事副业兼职，收入减少甚或归零，这部分损失于法于情于理都应该获得赔偿。

当然，不是所有副业兼职收入都应该被计入误工费，副业兼职收入计入误工费需满足一定的条件。首先是合法性，不法兼职收入、来路不明的兼职收入，比如赌博收入、当网络“水军”刷单炒信的收入等，都不能计入误工费。第二是合理性，即兼职收入有合理的时间、环境保障，有可行性，与主职不冲突。倘若劳动者在主职工作的“八小时”之内“摸鱼”，由此获得的兼职收入就不是合理收入，不应被计入误工费。第三是兼职规律性条件，即劳动者的兼职收入具有一定的持续性、稳定性，并非一次性收入、偶发收入、零散收入。此外还有因果条件——兼职劳动者因他人侵权受到人身损害后，兼职收入确实减少了或没有了。

需要强调的是，在具体的人身损害赔偿案件中，有关误工费的索赔诉求都以劳动者因误工减少的收入事实为基础。这就意味着，兼职劳动者必须收集留存能够证明兼职行为的一系列证据，如用工协议、注册记录、派单接单信息、直播痕迹以及银行收入流水、受伤前后的收入对比情况等。

在兼职已成常态的语境中，一些人身损害赔偿案件可能会涉及“兼职收入能否计入误工费”的问题。合法合理的兼职收入计入误工费，这一判决让侵权赔偿更公平，有利于厘清争议、达成共识，为新就业形态的有序发展以及涵养法治文明添砖加瓦。

G 媒体声音

◇研学游不该“重游轻研”

文旅部日前曝光了14起研学游违法违规典型案例，涉及虚假宣传、违规兜售等乱象，暴露出核心病灶——重游轻研。

《经济日报》评论说，“重游轻研”的症结在于行程规划本末倒置、对“体验感”过度追捧、时间分配严重失衡等。从行业看，打磨课程费时费力，设计旅游路线则轻车熟路；从效果看，孩子的知识增量无法量化，以目的地为卖点的宣传更利于招揽顾客。扭转“重游轻研”问题，监管部门应建立以学习成果为导向的评价规范，家长更亟须完成一次认知升级，将“学什么、怎么学、谁来教”作为首要决策依据。

◇“悟空立交”照见交通强国

近日，“立交桥里藏着一张猴脸”在网上火了，这是重庆青龙咀立交，是基建与山水地貌的奇妙交融。

《光明日报》评论说，除了“悟空立交”，穿楼而过的轻轨、依山盘旋的高架、跨江凌空的大桥，一个个颠覆想象的交通场景，是中国基建因地制宜、顺势而为的真实写照。道路通，则百业兴、全局活。纵横交错的交通脉络，不仅是中国交通强国建设的硬核答卷，更是中国砥砺前行、开放发展的生动注脚，承载着民生幸福，也通向更广阔的未来。

◇“纵享丝滑”的低俗营销错在哪

某品牌七夕节的一则营销文案假借女性口吻讲述“趁男友不在跟暧昧者要巧克力”的故事，引发舆论批评。

《南方日报》评论说，知名品牌用低俗内容挑动情绪对立、挑战公序良俗，本质是两种错位的营销逻辑在作祟。一是“黑红也是红”的流量思维，个别品牌企图以低俗内容博人眼球，提升品牌曝光度。二是“利益至上”的投机思维。此类“毒广告”“毒文案”频现，必须从源头根治，倡导正确的价值观念。节日营销的核心是情感共鸣，而非曲意逢迎；品牌发展的支撑是价值认同，而非流量炒作。（陈曦 整理）