



“助考中介”是一条“黑色产业链”



“帮公共选修课考试，包满绩(绩点，多所高校对学生评价的方式)，时间地点价格私聊”“帮忙找题目，有意者私聊”……近日，来自重庆某高校的大学刘芳(化名)向记者反映，一些群聊中有“助考中介”的身影出现。(1月2日《法治日报》)

所谓“助考服务”，就是由“助考中介”分别对接“枪手”和考生，“枪手”通过各种手段帮助考生作弊，保证考生可以获得高分。记者调查发现，“助考中介”不仅出现在大学期末考试中，甚至还出现在英语四六级考试、企业招聘考试中。“助考中介”使用行业黑话，号称在考前、考中都可以进行服务，成为“隐秘的角落”。

有“助考中介”称，初高中物理化学考试、大学期末考试都能做，费用在100元至1000元不等，具体会根据学校和科目划分不同价格。这些“助考中介”大多宣称自己是在校学生，比如有中介自我介绍称，“本人是985高校的研究生，大学学习成绩非常好，可以帮你‘控分包过’。”这些“助考中介”的业务范围非常广，还延伸到了企业招聘考试。

显然，“助考中介”的“包过”，说白了是作弊，分别对接“枪手”和考生，说到底是一条“黑色产业链”，明显涉嫌违法。“如果助考者本人也是高校生，根据《普通高等学校学生管理规定》第五十二条的规定以及学校规章制度，学校可以对该学生给予开除学籍的处分。”“若助考行为涉及‘法律规定的国家考

试’，则该行为会构成‘代替考试罪’，依法需要承担刑事责任。”

无论是学校考试还是企业招聘考试中作弊，都扰乱了正常的考试、招聘秩序，破坏了公平竞争的环境。如今法治社会，岂容得下如此公然的作弊作假。如果交钱后可以“包过”，年轻人还用得着去提升自己的知识文化水平吗？企事业单位招进的“人才”又有多少“含金量”？招聘本是为企事业单位提供坚实的人才和人力支撑，而靠作弊被录用的，恐怕不过是“金玉其外，败絮其中”，这企事业单位的“新人”又还有什么希望？

这样的“包过”，居然有那么多的“枪手”和考生趋之若鹜，真让人痛心。必须斩断这条“黑色产业链”。
钱夙伟

市场星报

出版单位 安徽市场星报社
地址 合肥市黄山路599号
时代数码港24楼



新闻热线 62620110
广告垂询 62815807
发行热线 62813115
总编办 62636366
采编中心 62623752
新闻传真 62615582



市场星报电子版
www.scxb.com.cn
安徽财经网
www.ahcaijing.com
Email: admin@scxb.com.cn



零售价 1元/份
全年定价 240元
法律顾问 安徽美林律师事务所
杨静 律师
承印单位 新安传媒有限公司
印务公司
地址 合肥市望江西路505号
电话 0551-65333666

星报传媒 全媒体矩阵



市场星报官方微信



《安徽画报》微信



掌中安徽APP



市场星报官方微博

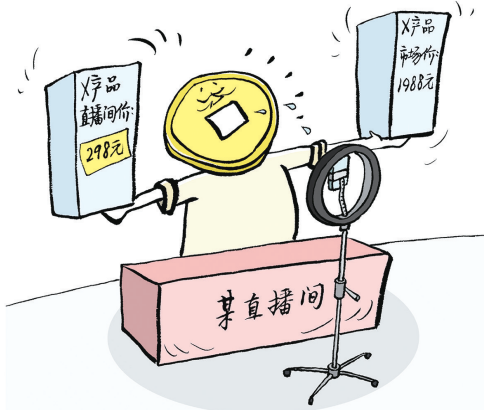


强化监管才能遏制直播间的“假福利真套路”

原价1988元的“五粮液”，直播间只卖298元；798元两瓶的贵州酱工秘酱，专属福利价299元，还送一套十二生肖酒具……近日，记者发现，一些主播将所有商品原价和直播专属价对比越来越夸张，而在主播的极力渲染和比价刺激下，不少观众会激情下单，很多商品也有一个不错的销量。(1月2日《法治日报》)

直播带货方兴未艾，带货主播们不但一口一个“家人们”，还反复强调他们给大家争取到了直播间专属福利，也就是能够以大幅度低于商品原价的价格，把商品卖给“家人们”。很多网友发现，如果按照带货主播的说法，他们卖给消费者的价格，可能低到商品原价的一折都不到。面对如此优惠，很多消费者纷纷下单购买，以为自己捡到了大便宜。

然而等收到商品以后，很多消费者会发现，原来自己作为带货主播的“家人”，也会被套路。首先是一些商品货不对板，涉嫌假冒伪劣；其次是价格根本不如主播宣传的那么



直播间“福利” 王铎/漫画

便宜，即便不在主播的直播间购买，自己也能够以更便宜的价格买到同样的商品，说白了就是自己被主播给忽悠了。

记者深入调查发现，很多带货主播的所

谓福利，不过是打着送福利的名义，在肆意收割消费者的韭菜。一些主播为了证明自己所售卖商品的便宜，最常用的手段就是比价，而这样的比价，往往以产品在其他渠道销售的页面截图为凭据，但这种截图的真实性有待核实。主播们赌的就是绝大多数消费者并不会自己去进行比价，这就导致直播中的各种福利商品，在其他平台或线下都可以按照近似价格购买。

忽悠的手段很高明，但这样的操作，实际上已经构成了价格欺诈，已经有公司为此受到了市场监管部门的处罚。

对于带货直播间“假福利真套路”的现象，唯有加强监管才行。市场监管部门应加大整治市场乱标价的监管力度，对于不法商家的违法行为应及时处罚。同时平台对治理平台生态负有法律义务，应当对商家的各种价格欺诈行为加以管控，及时查处、惩戒，比如扣除信用分、禁止在该平台销售商品，充分保护消费者权益。
苑广阔



“丑萌”消费为个性买单

钢丝球花束、绿头鱼头套、“卖崽”的青蛙……这些与常规审美不太一样的“丑东西”，正受到年轻人的追捧。(1月1日《中国青年报》)

最近几年，层出不穷的“丑设计”“丑东西”在互联网的快速传播下，引得不少青年人“围观”“种草”。前有甘肃省博物馆“龇牙咧嘴”的“铜奔马”，靠着“看起来就不太聪明”的样子，上架一年多销量破10万；现有吐着舌头的青蛙勺子，凭借让人“难以下咽”的造型，一举夺得“第四届淘宝丑东西大赛”的“头丑”，甚至“丑爆”店铺内其他产品。伴随网友的大量下单，店家不得不加班加点“挖土捏勺”。

这些“丑东西”何以成为爆款？年轻人“不怕丑”的审美态度，或是一个重要原因。先看网络大环境。当前，在社交媒体上展现“尴尬”已成为一种乐趣，“遇到事情不要慌，先来发个朋友圈”成为

不少人的发帖“口头禅”。当更多人加入到以“囧”、以“丑”取乐的队伍中来，这些“丑东西”就成了部分年轻人追逐潮流、化作“显眼包”的社交货币。

再看微观主体。如今，越来越多年轻人热衷个性化的表达，与其美得普通，不如“丑”得特别。在这些形状各异、造型百态的“丑东西”中，不少年轻人能够“丑中找萌”，通过搞笑解读，愉悦自己。比如，有人将“青蛙勺”定义为“减肥神勺”，以此控制食量，还有网友戏称“要用这些丑东西给未来的考古界一点震撼”。也有人认为，这些形状各异、造型百态的“丑东西”，是设计者“有趣的灵魂”的投射，不少人愿意给这份“放飞自我”买单。

站在消费者的角度，乐见更多商家加入“丑萌”消费的“许愿池”，为更多网友的个性化需求“上新”。

刘硕《广州日报》



建立这三个视角，助你从容过好2024

你想以什么样的心态过好全新的2024年？不妨建立往高处看、往深处看、往平处看三个视角。1.困难时，往高处看。如果困难找上门来，千万不要被它吓倒。立得高一点，看得远一点，你会发现困难不过是一团浮云，终究遮不了前方朗朗的日月。2.求索时，往深处看。工作和学习，均需有钉子的精神，专注一个位置，往深处去钻。浅显表象从来易得，丰富内涵必须深究。3.争执时，往平处看。胸怀昭示未来，格局主导结局。大格局的人自带一个“过滤器”，将诸多纷扰、恩怨、争执净化，留下从容与丰盛。
@新华社



学会感恩，工作就顺了

时运盛衰难测，唯感恩可立一世。有句话说得好：贵人，是靠自己吸引来的。没有人愿意帮助一个不知回报的人。懂得感恩，才是工作中的最佳心态。一个能饮水思源，时刻想着回馈他人的人，自然能得到他人的赏识和青睐。工作中，我们难免会遇到各种矛盾和冲突。一味埋怨怪罪，只会让结果越来越糟。能心怀感激，去发现他人的优秀面，才能化劣势为优势，化负能为动能，在职场中如鱼得水。

心怀感恩，工作中的所有难题困惑，都会化作你自我进阶的养分。每天抽出一段时间，为自己目前所拥有的一切而感恩。
@人民日报