

编者按：

每有引人关注的社会事件、法律问题发生，律师往往能在第一时间给出提示、提供服务。我们为读者采集律师对这些身边事的法律解析，让您不用出家门就可享受“律师服务”。

低门槛高收入的网络招聘靠谱么

律师：一旦上当受骗及时通过正规渠道维权

据《三湘都市报》报道，“经验不限、学历不限，月薪 5000 至 8000 元”“日薪 80 至 150 元、工资日结”……如今一些宣称“低门槛、高收入”的职位让不少求职者动心。记者调查发现，由于部分平台在认证审核环节存在漏洞，招聘乱象依旧频发，求职者稍有不慎便可能落入圈套，遭受经济损失。

遭遇：

招聘变培训

长沙市民小杨在“58 同城”招聘网站上简单填写个人信息。不久，接到一家美甲机构工作人员电话，称有份月薪 5000 元至 8000 元的工作，须参加为期 3 个月的培训，培训费用由自己承担。

这样的条件令小杨心动，她办理“入职”手续，并签订贷款协议，总计贷款 19800 元，每月还款 1200 元，分 12 期，培训周期为 3 个月。

培训期满后，机构向小杨推荐了一份工作，但招聘单位需要再次缴纳学费，参加店内培训才可上岗。小杨又去别的地方应聘，均要求重新参加培训。

“工作没找到先背一身债。”小杨告诉记者，培训机构宣称学完分配工作，用工资还贷款，“实际学习时间短，根本学不到什么，找的工作也与学习内容不符，现在还款压力大。”

事实上，求职先交钱的现象并不鲜见。记者在中国裁判文书网以“虚假招聘”为关键词进行搜索，共检索出 898 篇文书。

其中，有在网上获取求职者信息后主动联系对方，谎称是企业人事直招，并虚构“高薪”“体面”的工作岗位，承诺报销差旅费，诱导求职者应聘。面试过程中，所谓的“招聘者”又打着资料费、办证费、服装费等收费项目的旗号，向求职者索要钱财。

此外，犯罪分子也盯上了网络招聘渠道。长沙市民张女士在“58 同城”上找工作，被人骗去“刷



资料图片

单”，被骗走 8 万元。

据长沙开福警方通报，刷单返利类诈骗的受害人以 19 岁至 40 岁的中青年居多，他们有较强的好奇心和勤劳而获的心理，幻想获得高额报酬，正中诈骗团伙圈套。

调查：

平台审核不严

在招聘平台上发布职位，审核难吗？记者以招聘方的身份进行实测。按照要求，招聘企业需要认证营业执照。记者从网上随机下载一张某公司的营业执照，上传至平台，并填写公司基本信息。

申请提交不到两分钟，平台显示“认证未通过”，称平台监测到上传的证件已被上传、认证多次，疑似存在风险，暂时无法继续完成普通认证。

在长沙从事网站招聘服务的刘先生向记者透露，目前，多数平台只审核发布信息主体的真实性，即个人实名认证，企业上传营业执照，“只要没有敏感词汇就能发布，至于招聘信息真假难以分辨。”

对比各大招聘网站，记者发现，平台在审查方面松紧不一。部分平台除了核验营业执照上的信息外，还会要

求获取用户的位置信息，辅助判断是否存在位置异常等作弊行为。

律师：

求职提高警惕

“与线下招聘相比，网络招聘的确更加便利，但也存在诸多风险，需要格外谨慎。”湖南法健律师事务所律师杨纲建议，网络招聘平台不能把信息“一挂了之”，而应进行严格把关。

根据《网络招聘服务管理规定》，从事网络招聘服务的人力资源服务机构应对用人单位提供的招聘简章、营业执照或者有关部门批准设立的文件、招聘信息发布经办人员的身份证明、用人单位的委托证明进行真实性、合法性审查。

未依法履行信息审查义务的，由人力资源和社会保障行政部门责令改正；拒不改正，无违法所得的，处 1 万元以下的罚款；有违法所得的，没收违法所得，并处 1 万元以上 3 万元以下的罚款。律师提醒，求职者要对那些“低门槛、高收入”的职位提高警惕，切忌盲目轻信。一旦上当受骗，及时通过正规渠道维护自身合法权益。

(杨洁观)

药品遭遇捆绑销售哄抬价格

律师：违法行为会受到处罚

据“四川在线”报道，成都一市民近日前往药店购买连花清瘟，被捆绑销售其他 5 种药品，花费 160 多元，该市民向成都市市场监督管理局进行了投诉。经调查取证，发现该药店还涉嫌抬高售价，市场监管部门现场责令该药店停业整改，并将会进一步调查。

同样的事情也发生在天津市，日前天津市市场监督管理委员会根据群众举报线索，立案查处老百姓大药房连锁（天津）有限公司河西店捆绑销售连花清瘟胶囊哄抬价格违法案件，对当事人下达警告及罚款 50 万元的行政处罚告知。

市场部门开展调查

近段时间以来，连花清瘟、N95 口罩、抗原试剂盒等医药用品的需求激增，一些商家为赚取高额利润实行捆绑销售，甚至哄抬价格，囤积居奇。这样的行为是否违法，可能受到哪些处罚？带着这些问题记者采访了四川亚峰律师事务所主任、律师吴昊。

吴昊指出，相关经营者利用疫情捆绑销售、哄抬价格、囤积居奇等行为，涉嫌违反《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国价格法》《中华人民共和国反垄断法》以及《明码标价和禁止价格欺诈规定》等法律法规，均涉嫌违法。

不论是《中华人民共和国消费者权益保护法》的第九条“消费者享有自主选择商品或者服务的权利”、第十条“消费者享有公平交易的权利”，还是《中华人民共和国价格法》的第十四条“经营者不得有下列不正当价格行为……（三）捏造、散布涨价信息，哄抬价格，推动商品价格过高上涨的”，都明文规定了这些行为的非法性，必须予以坚决抵制、严厉打击。

“法律明确赋予消费者自主选择权和公平交易权，经营者的

捆绑销售行为，明显限制了消费者这两项权利。此外，具备市场支配地位的经营者如果进行不合理的搭售，便属于滥用市场支配地位的违法行为，涉嫌违反反垄断法。”

吴昊还提醒说，近日市场监管总局发布《关于涉疫物资价格和竞争秩序提醒告诫书》，从规范价格行为、维护公平竞争等方面，对涉疫物资生产经营者划出“九不得”红线。

告诫书明确要求生产经营者不得违反诚实信用和公平合理原则、不得违反明码标价规定、不得哄抬价格、不得价格欺诈、不得串通涨价、不得价格歧视、不得虚假宣传、不得假冒混淆、不得商业诋毁。

“其中特别强调‘不得强制搭售商品，变相大幅度提高价格’，并鼓励社会各界举报违法违规线索，推动社会共治。”

价格违法将受处罚

吴昊表示，根据《价格法》和《价格违法行为行政处罚规定》等法律法规规定，经营者违反明码标价规定的，责令改正，没收违法所得，可以并处 5000 元以下的罚款；有价格欺诈行为的，最高可处 50 万元罚款；

对捏造、散布涨价信息，哄抬价格，囤积居奇，推动商品价格过快、过高上涨行为的，最高可处 300 万元的罚款；

对相互串通，操纵市场价格造成商品价格较大幅度上涨的，最高可处 500 万元的罚款。情节严重的，责令停业整顿或者吊销营业执照；严重扰乱市场秩序，构成犯罪的，依法追究刑事责任。

记者了解到，近期市场监管部门正在对成都市药店开展全覆盖监督检查。若遇到药店捆绑销售、哄抬价格等行为，消费者可拨打 12345 进行投诉举报。

(兰楠)

傍名牌商品在直播间大行其道

据《法治日报》报道，随着直播带货的火热，“傍名牌”“仿名牌”商品在各大电商、短视频平台的直播间中大行其道，商品涉及酒水、家居用品、手表、护肤品、化妆品等众多品类。

直播间“傍名牌”“仿名牌”行为是否涉嫌违法，又该如何治理？

家住天津河东的李红（化名）近日在某直播间看到有商家在“撤柜清仓，基本一折”，直播间封面使用的是“宜家家居”的 LOGO。李红进入直播间想淘些好货，却发现该商家售卖的电子秤、中国结、福字装饰等商品，她在宜家实体店都没有见过，便询问主播“商品是否为正品”。

和李红一样对此产生怀疑的还有不少观众：“怎么证明你们是宜家的”“冒牌货”……各种质疑弹幕滚动着。“你们爱买不买，没必

要问来问去。”主播回怼道。

除了家居、手表、手机，记者发现，通过“傍名牌”走捷径来引流的现象在护肤品、化妆品行业也十分普遍。

中国政法大学民商经济法学院副教授、中国法学会商法学研究会副秘书长朱晓娟介绍，直播带货“傍名牌”违反了多项法律法规。

“傍名牌就是将不知名的品牌或产品，通过模仿知名品牌的外观或形状等形式，让消费者误以为其是知名品牌或与知名品牌存在某种关联，从而达到吸引消费者购买、提高销量的目的。这种行为明显构成对消费者的误导与欺骗，侵犯被仿品牌合法权益，并且仿品质量难以保障，违反广告法、消费者权益保护法、反不正当竞争法、《网络直播营销管理办法（试行）》等相关规定。”朱晓娟说。

北京瀛和律师事务所律师肖云

成告诉记者，如果主播销售的带货商品中直接使用了与知名品牌注册商标相同或近似的商标，还可能构成我国现行商标法第五十七条所规定的商标侵权行为。

朱晓娟认为，出现上述问题的核心原因是商家的逐利性，利用直播带货新型形式，隐性嫁接相关违法的操作，进而实现获利要求。

记者在直播间看到，还有一些主播会将直播间封面设成某知名品牌，或者宣传页、宣传语和某品牌有关的，但点进去发现卖的东西却不是这个牌子。

对此，朱晓娟说，这种宣传一般不构成欺骗或欺诈，可能构成误导消费者。

“消费者自身也需要有辨别意识，在点进去发现卖的产品与宣传的不一致时，就应该理性消费，拒绝购买。如果消费者没有尽到必要的注意义务，在直播间购物发现问

题后往往不能以受到欺骗为由退回商品，尤其是能够明显看出不一致的情况。如果商家进行了无理由退换货的承诺，则除非属于法律除适用的情况，随时可以退回。”朱晓娟说。

多位受访专家认为，直播平台需要担负一定的监管责任。

“在现有直播带货场景下，直播平台主要分为网络信息服务提供者、广告发布者和电子商务平台三种类型。对于不同类型平台，其承担的责任有所区别。”肖云成说，如果直播带货平台为商家或网络直播者提供付费导流等服务，对网络直播营销活动进行宣传、推广，构成商业广告的，应按照广告法规定履行广告发布者或广告经营者的责任和义务。如果直播平台仅仅只是对网络直播带货活动提供直播间，或者只是客观地呈现，则可以认定为其属于互联网广告经营者，而如

果其对直播间进行引流的，则应认定直播平台在此类情况下属于宣传“直播间”的广告发布者。如果直播带货平台为交易各方提供了交易撮合、信息发布的服务，并形成供交易各方独立开展交易活动的平台，则其可能为电子商务平台，应当承担核验登记与信息报送、提示义务和电子商务交易安全保障义务。

在朱晓娟看来，平台应当发挥“守门人”作用，制定并公开网络直播营销管理规则、平台公约；通过签订协议等方式履行对直播营销内容、商品和服务的真实性、合法性审核义务。还要制作直播营销商品和服务负面目录，列明法律法规规定的禁止生产销售、禁止网络交易、禁止商业推销宣传以及不适宜以直播形式营销的商品和服务类别。同时不得为直播间运营者、直播营销人员虚假或者引人误解的商业宣传提供帮助、便利条件。

(韩丹东 张守坤 关楚娟)