

# “冒名顶替”入刑还需罪责刑相适应

□舒圣祥

一些地方出现的教育招考冒名顶替事件引起全社会关注。10月13日提请全国人大常委会会议审议的刑法修正案(十一)草案二审稿对此作出规定:盗用、冒用他人身份,顶替他人取得的高等学历教育入学资格、公务员录用资格、就业安置待遇的,处三年以下有期徒刑、拘役或者管制,并处罚金。组织、指使他人实施前款行为的,依照前款的规定从重处罚。

冒名顶替上大学,十几年来就有案例被曝光,我们原以为只是偶发个案,现在却不得不承认,这很可能就是个“地下产业”。据报道,山东省已查出242人冒名顶替他人身份入学,共涉及14所高校,其中包括中国海洋大学这样的985高校。

冒名顶替上学案件中,被冒名的几乎都是贫苦人家的孩子。寒门出贵子本来就难,好不容易考上大学,还被他人冒名顶替剥夺入学机会,因此被毁掉的,很可能是他们的一生。冒名顶替之可恶,可以说更甚于高考舞弊,其违法成本之低,却与其社会危害极不匹配。即便东窗

事发,大多只是取消冒名顶替者学历了事,被冒名顶替者不仅鲜有得到赔偿,受害者更不会被追究刑责。

只要立法短板不补齐,违法成本不提高,冒名顶替的可能就会一直存在。冒名顶替上大学,早该入刑了。此番冒名顶替上大学拟入刑,与去年以来曝出的多起冒名顶替上学新闻事件关系紧密,是新闻推动个案调查、个案推动法治进步的典型例证。正如代替考试罪入刑,对考试舞弊乱象遏制作用巨大,冒名顶替上大学入刑,也必然有利于遏制某些地方可谓猖獗的“截和”他人高考成绩、改变他人命运轨迹的可耻行径。

虽然媒体报道大多只强调冒名顶替上大学拟入刑,但拟入刑的冒名顶替行为,其实包括三种:冒名顶替他人取得高校入学资格、公务员录用资格以及就业安置待遇。在立法技术层面,这不是单纯的“冒名顶替入学罪”,而应该是“冒名顶替罪”。冒名顶替上大学,侵害的法益主要是他人的受教育权,而冒名顶替取得公务员录用资格与就业安置待遇,侵害的法益则是他人的工作

权和待遇权,比如冒名顶替吃空饷等。

除了冒名顶替取得公务员录用资格,事业单位工作机会被冒名顶替,以及国企工作机会被冒名顶替的案例,之前都曾曝光过,是否应只局限于公务员录用资格?冒用他人身份,实施的侵害他人权益行为,其实还有很多,是否也有在此法条下增加入刑的可能?此外,相比高等学历教育入学资格、公务员录用资格含义十分明确,“就业安置待遇”却含义相对比较模糊,似有进一步明确和细化的必要。

没有人可以为了一己私利,拿别人的命运当垫脚石,偷拿别人的东西尚且是犯罪,偷走别人的受教育权、工作权和待遇权更该严惩。对于最高三年的法定刑期,不少人认为偏低。冒名顶替上大学也好,偷走就业机会也罢,事实上同样侵犯了他人的财产权益。有没有必要根据受害者经济损失大小等相关情节,在基准刑之上增设处罚更为严厉的“情节严重”与“情节特别严重”情形,以便更好符合罪责刑相适应原则?这些问题都值得认真考虑。



## “零容忍”

为遏制农村乱占耕地建房行为,江西省自然资源厅、江西省农业农村厅出台实施意见,对2020年7月3日之后出现的新增乱占耕地建房行为实行“零容忍”,该拆除的拆除,该没收的没收,该复耕的限期恢复耕种条件。新华社发 商海春 作

## “薅员工羊毛” 折射企业管理失范

□丰收

摊派销售任务、强迫全员带货“冲业绩”、卖不出去或被扣钱……近来,“薅员工羊毛”的现象屡见不鲜。这种强迫员工从事本职工作以外劳动的做法,成为一些行业和企业的潜规则。对此,专业人士认为,类似做法违反了劳动法规定,员工有权拒绝。

如果说某些只有几名员工或者十几名员工的小微企业让全员营销,人们或许还能理解,毕竟小微企业员工少,岗位相对模糊,生存压力较大。但是,某些大型房企、银行,某些知名电商平台等也搞强制全员营销,应该说暴露不少问题。比如说,这是企业管理不规范的一种折射。

真正按照现代企业制度科学管理的企业,显然不会强制全员营销。因为这种做法侵害了劳动者权益,涉嫌违反劳动法。原因是非营销人员的劳动合同中一般不包括销售岗。重视劳动者权益和遵守法律规定,才是管理规范的现代企业。“薅员工羊毛”的不是真正规范的企业。

可能有人会说,企业强制全员营销是经营压力过大背景下的无奈之举,全员营销可以在不增加企业销售成本的同时,能够利用现有职工资源提升销售业绩,帮助企业渡过难关。但此举暴露企业陷入困境或者焦虑,会影响某些合作伙伴的信赖,也会让竞争对手发现软肋。再比如,强迫全员营销暴露企业过于强势,影响人

才进入。又如,全员营销虽提升业绩,但影响其他工作。

现代企业制度的核心是“规范”。而企业强迫全员营销恰恰是不规范,这既体现在没有遵守劳动法律规定,也体现在岗位分工变得模糊,还体现在“重营销而不重其他工作”等方面。尤其是,强迫全员营销的背后是企业制度形同虚设或者企业制度不完善,自然谈不上规范化。

对于这种带有霸道色彩的现象,首先,企业“掌门人”要意识到这不是管理创新,而是管理随意、粗暴。面对销售压力,企业应该从市场判断、销售政策、营销团队、激励机制等方面反思问题,寻求解药。希望强制全员营销的企业“掌门人”真正认识到这种做法的弊端。

同时,企业工会和员工对于侵犯员工合法权益的行为也要说“不”。从现实情况看,部分非营销岗位的员工被迫承担销售任务,虽不情愿但却忍气吞声,因为需要保住“饭碗”。而某些企业工会并不是职工的“娘家”,而是企业当家人“同盟”。希望企业工会变成职工代言人。

另外,有专家建议,应明确用人单位强迫员工额外劳动的范围界限,健全劳动保障监察的机制,完善对举报人的保护规则,也值得有关部门认真考虑。总之,应该对强制全员营销对症下药,改变职工弱势地位、权益缺乏保障的现状,切实促使企业真正制定、实施现代企业制度。

## 开发商“虚构”地铁站 哪儿来的勇气?

□土土垚

房产开发商“拼”起来,真是谁都比不上。近日,有媒体报道称,为了卖房,某开发商竟造了个假地铁站牌。

这个地铁站牌被竖立在济南的一家楼盘营销中心门前,不光设计上与济南地铁1、3号线站牌极为相似,还详细标注了A出入口和沿线各站点,当然,最重要的是,站点名称旁还清晰标注了该楼盘的名称。除设立地铁站牌外,该项目在售楼处沙盘的区位图上还明显地标注了这条地铁线路。唯一的问题在于,这条传说中的地铁根本不存在啊。

济南轨道交通集团的工作人员表示,该楼盘宣传的济南地铁8号线仍然在等待国家批复。也就是说,这条地铁能不能建都是个问题;即使能建,线路走向、站点位置等都是未知数。现在就谈站点,无异于空中楼阁。

真是城里套路深啊……连主管部门都不知道地铁要不要建,开发商就先把站点给“定”了,这是谁给勇气?肯定不是梁静茹。

谁都知道,买房最重要的因素,一是地段,二是地段,三还是地段。而地铁线路走向和站点,则在某种意义上决定了“地段”的形成。一旦确定将在某区域建设地铁站,附近房价飙升是大概率事件。而对于开发商来说,一个未来的地铁站,就是楼盘最好的广告,所以,管他有没有先在纸上“造”一个再说。

商家“王婆卖瓜自卖自夸”,本来是正常的市场营销行为。但是,所有的营销手段,都应该建立在真实的基础上。否则,就涉嫌虚假营销甚至欺诈。这家开发商不但“虚构”了一个地铁站,还大张旗鼓地把地铁站牌建起来,难道是觉得“梦想总是要有的,万一实现了呢”?还是想借着信息不对称,忽悠一个是一个?这样的“神操作”,实在让人难以理解。

然而,正如睿智的网友所说的,一顿操作猛如虎,最后往往像个二百五。当地住建局发现后,第一时间责令该项目进行整改。站牌竖立不到30个小时,就被拆除完毕。住建局工作人员还表

示,拿地铁、学校作为噱头来宣传,炒作成分比较大,属违规操作,一定会有相关处罚措施。

其实,以规划中的地铁、学校等作为卖点的楼盘并不少见,最后没有落实而引起纠纷的案例也不在少数。为此,很多地方都出台了规定,叫停这类营销行为。比如济南市就下发过《关于进一步规范商品房销售广告和宣传活动的通知》,明确不得利用规划或在建中的学校、地铁作为楼盘卖点宣传。

然而,再明确的规定都无法阻止一些开发商打擦边球甚至铤而走险的心。在虚假宣传这条路上,简直就是没有做不到,只有想不到。

问题在于,即使不考虑消费者购房被“坑”的伤害,这些企业难道不考虑自己的商誉吗?难道不担心谎言被揭穿以后面临的处罚吗?难道不害怕品牌被毁消费者用脚投票吗?

你真心再问一次:是谁给你公然撒谎的勇气?这样的企业,光拆除假地铁站牌还没用,更要把支持他们作假的勇气“拆”掉。