

求职遇到“直签保录”“高薪内推”? 别轻信!

新华网消息 一段时间以来,“直签保录”“高薪内推”等骗局严重侵害求职者合法权益。

今年以来,人力资源社会保障部面向社会公开征集人力资源服务领域涉嫌违法违规线索,集中查处了一批“黑职介”,虚假招聘,“直签保录”“高薪内推”,“招转培”“培训贷”,违规收费等违法违规案件。典型案例通报如下:

■非法职业中介——

重庆某电子商务有限公司在未取得人力资源服务许可的情况下,擅自通过某网络平台公司账号“某某便民”为用人单位发布招聘信息,收取服务费用。对该公司未取得人力资源服务许可证从事网络招聘服务的行为,属地人社部门依法作出行政处罚决定,没收违法所得并处罚款。

山东青岛某信息咨询有限公司法定代表人通过某网络平台转发其他用人单位招聘信息引流,以招聘服务名义收取反映人咨询费35万元。对未经许可从事职业中介活动的违法行为,属地人社部门已按程序予以行政处罚,并将涉嫌诈骗犯罪线索通报公安部门。

■“直签保录”“高薪内推”——

吉林某人力资源有限公司以安排吉林市某集团有限公司文职内勤岗位(文字综合)为由,与反映人签订职业介绍协议,

收取信息咨询服务费20万元,存在发布虚假招聘信息、以招聘为名牟取不正当利益等违法行为,且涉及金额巨大,涉嫌诈骗犯罪。属地人社部门将案件材料通报公安、市场监管部门依法处理,并将依法吊销该公司人力资源服务许可证。

江苏徐州某信息服务有限公司在未取得人力资源服务许可证的情况下,通过某网络平台账号“铁路行业就业推荐”发布包括“某地铁车辆维保检修员”等招聘信息。该公司与反映人签订《就业协议书》,承诺推荐其入职某地铁公司,约定就业服务费5.8万元并缴纳定金1.8万元。后反映人因未成功入职要求退款,该公司以各种理由推诿。属地人社部门依法责令其停止从事职业中介活动,做出行政处罚,将该公司涉嫌虚假宣传等材料通报市场监督管理部门、公安机关依法处理。

陕西某人力资源有限公司以承诺办理西安市公办学校教师编制岗位为名,先后向多人收取13万元至20万元不等的中介服务费,后未能兑现入职承诺且拒绝退费。对此,属地人社部门已对该公司依法作出行政处罚,并将涉嫌诈骗线索通报公安部门。

■“招转培”“培训贷”——

江苏盐城某教育科技有限公司未取得人力资源服务许可证,长期通过某网络

平台发布视频、帖文,推荐兼职岗位并以话术诱导求职者参加培训,收取培训费用,培训后推荐求职者在某某兼职等三家公司网站平台领取兼职工作任务,求职者要求解除培训协议申请退费时,则通过短信、律师函、法院诉讼等形式催收违约金,涉嫌虚假宣传、超范围经营、诱导消费等。属地人社部门依法责令其停止从事职业中介活动,将涉嫌虚假宣传、超范围经营和诱导消费等情况通报公安机关及市场监管部门依法处理,督导网络平台下架相关招聘信息并暂停公司账号发布功能。

山东青岛某文化服务有限公司在某网络招聘平台发布化妆师助理招聘信息,有人来面试则声称其没有工作经验,需要培训两个月。其后求职者与青岛某科技有限公司签订协议参加培训。经查,某文化服务有限公司并无化妆师岗位,其发布招聘化妆师助理信息且诱导求职者参加培训,存在提供虚假招聘信息、发布虚假招聘广告等违反法律法规规定的情形。某科技有限公司存在未经许可擅自组织开展职业技能培训、擅自从事职业中介活动行为。属地人社部门责令上述公司限期改正,关闭职业中介、停止办学、退还所收费用。

四川某品牌管理有限公司以招聘新媒体运营相关岗位为名,诱导求职者报名后称其无行业经验,需参加为期44天的培训,培训费用19800元,求职者通过第

三方平台办理分期付款。对该公司在未取得职业技能培训许可的情况下,以招聘名义诱导求职者参与培训牟取不正当利益行为,属地人社部门依法立案调查,责令该公司停止培训活动、退还所收费用。

■违规收费——

河南某健康管理有限公司在与员工签订的劳动合同中,存在以“垫付培训费”为由约定克扣员工工资的条款,违反了《中华人民共和国劳动合同法》关于不得扣押劳动者证件、财物及不得要求劳动者提供担保或以其他名义收取财物的相关规定。针对调查发现的问题,属地人社部门责令其立即纠正劳动合同中的违法违规内容,废除有关“垫付培训费”为由克扣工资的条款,要求不再发生类似行为。

上海某劳务派遣有限公司与上海某客运有限公司签订劳务派遣协议并派遣驾驶员11人,但逐月扣除部分工资作为风险押金,违反了《中华人民共和国劳动合同法》关于不得扣押劳动者证件、财物及不得要求劳动者提供担保或以其他名义收取财物的相关规定。对此,经属地人社部门督促,该公司退还收取的风险押金4.9万元。

人力资源社会保障部提醒求职者提高警惕,严防求职陷阱,如权益受到侵害,请及时向当地人力资源社会保障部门举报反映。

减肥药、美白丸、护眼“神水”……“网红药”靠谱吗?

新华网消息 无需节食运动的减肥药、一吃就白的美白丸、可矫正视力的眼药水……近年来,不少“网红药”风靡市场。直播间内的“限时抢购”、社交平台上的“种草攻略”、朋友圈里的“熟人背书”,吸引网民跟风购买。

这些“网红药”靠谱吗?热销背后有啥猫腻?记者进行了调查。



■多种“神药”在网络泛滥

为了减到“完美体重”,成都市民游女士近期大量服用在社交平台上走红的某款减肥药,但却出现营养不良、低血糖等不良反应,晕倒过好几次。

近年来,类似“网红药”滥用引发不良后果的案例屡见不鲜。记者在社交平台、电商平台等搜索发现,从减肥药到鼻喷药,从眼药水到“治癌秘方”,打着各种名头的“网红药”在网上热销。然而仔细观察配图中的药品包装,有的生产厂家、名称等信息不全,有的号称是“进口药”却没有药品批准文号。

业内人士指出,这些“网红药”有的是有一定功效的保健品,但被炒作成治病“神药”;还有的是未经国内临床验证及批准进口的“海淘”药,安全性存疑。这些药一旦被滥用,可能危害生命健康。

不仅如此,一些处方药经过营销包装后,也摇身一变成“网红药”。

“考试前吃了一颗,感觉脑子也很清晰,就是事后有点嗜睡。”记者在社交媒体上看到,不少帖文推荐一种所谓的“考试冷静药”。但业内人士指出,这种美其名曰能缓解紧张焦虑的“考试冷静药”,实际上是治疗心血管疾病的处方药。

近年来受到减肥群体关注的司美格

鲁肽,最初被用于治疗2型糖尿病,但因其显著的减重效果,迅速被冠上“减肥神药”的名号走红网络。“司美格鲁肽属于处方药,并非适合所有人群减重,也不能随意加大剂量。”四川大学华西医院临床药理学部(药剂科)主任药师苏娜说,患者如果自行购买使用,可能引发严重毒副作用。

患者购买处方药本应有严格限制,但据许多网友反映,处方药可以在一些网店轻易买到。

“在网上药店填下个人信息,随便写几个症状就行,几分钟就开出处方来了。”一位网友发帖写道。记者在某电商平台也尝试购买一款“网红”流感处方药,按照平台“互联网医院”的提示填写病情后,平台并未要求出示病历等证明信息便开出处方来,前后历时仅2分钟。

■揭秘三大营销手法

“网红药”是如何炮制出来的?

——夸张营销文案营造“神药”形象。

“三天根治颈椎病”“不用手术搞定慢性病”“祖传秘方无副作用”……“网红药”的宣传往往刻意迎合患者的焦虑心理,精心设计的文案很容易让人心动。“一些缺乏科学认知的患者,尤其是老年人、癌症治疗相对难度大的患

者,更容易相信‘网红药’的宣传。”一位受访医生说。

还有一些“网红药”则刻意包装出神秘形象,利用“熟人背书”等进行营销。

曾经罹患结肠癌的成都市民袁先生,也在病急乱投医之下误信过熟人推荐的“网红药”。“这些药主要依靠社交平台、朋友圈的口碑相传,听上去更可信。”他说。

“现在不少患者出现健康问题,第一反应就是去网上搜治疗方法,很容易被误导。”成都市第一人民医院肿瘤科主任医师段萍表示,各类商业机构出于营销目的发布的“伪科普”充斥网络,一定程度上挤占了真科普的空间。

——利用直播间、短视频等平台大肆传播销售。

今年以来,多地市场监管部门公布了一批违法广告典型案例,其中多起涉及网络贩卖虚假“神药”。这些案例中,消费者轻则钱财受损,重则耽误治疗加重病情,甚至丧失生命。

在北京海淀市场监督管理部门披露的一起案件中,多个大V主播销售的“魔芋魔法草本果蔬压片糖果”被检出含有违禁成分“布噻嗪”。不法分子利用直播带货“播完即删”的隐蔽性,采取每场直播后立即下架链接、正规食品与问题食品混售、规避关键词等手段逃避监管。

受访专家表示,随着传统媒体对药品类广告的监管愈加严格,“神药”广告呈现出向社交平台、短视频平台等转移的趋势,并与直播带货相结合,成为“网红药”泛滥的重灾区。

——造数据、雇水军营造销售火爆假象。

记者了解到,一些网络平台上的消费评价已形成一条造假产业链。一些商家与刷单团伙合作,虚假下单并发布好评,伪造销量数据和好评率误导消费者。还有商家雇佣专业写手和网络水军,在社交平台以不同账号发布大量“网红药品测评”,营造好评如潮的假象。

有网友在社交媒体上吐槽,看了“种草”帖的推荐后,“激情下单”某款宣称能够改善睡眠的“网红药”,服用后却发现效果与推荐相差甚远,疑似“三无产品”。

如此,在网络大V倾力带货、熟人间口碑相传、平台用户好评如潮的营销攻势下,一款“网红药”就炮制成功了。

■补齐监管短板 加强医疗科普

受访专家表示,“网红药”泛滥问题,凸显网络空间的药品监管存在薄弱环节。应切实落实药品管理法、消费者权益保护法、广告法等相关规定,不断完善药品监管体系,持续规范医疗科普工作。

近期,市场监管总局针对通过“伪科学养生课”等形式诱导营销、将普通商品包装成医治百病的“神药”等私域直播领域突出问题,在全国部署开展专项整治。截至10月,共立案30件,其中私域直播平台6件、直播商家24件,已处罚没金额293万元,拟处罚没金额约663万元。

专家表示,下一步应继续丰富药品监管手段,打出治理“组合拳”。监管部门应加强源头治理,加强执法检查力度;网络平台应升级技术手段,强化内容审核管理。进一步明确销售者、购买者、网络平台各自的主体责任,加强数据互联互通,切实堵住网售处方药的漏洞。对于直播带货“播完即删”的监管难点,建议启用电子取证等技术实现全链条追溯。

受访医生还建议,加强医疗科普“正规军”建设,出台更多激励措施推动更多医护人员参与科普,避免无良机构把医疗科普当作牟利工具误导公众。

“用药安全容不得‘江湖悠悠’,医疗科普不能是‘流量生意’。”湖南省卫生健康委健康促进处处长王可为表示,除了从事科普的医护人员要加强行业自律,网络平台也要完善相关自媒体账号的资质认证,对于违规带货、发布虚假广告等行为,要依法依规从重处罚。