



期末考招聘考，号称花钱就能得高分

记者调查助考乱象



□ 本报记者 赵丽
□ 本报见习记者 丁一

“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生刘芳(化名)向《法治日报》记者反映，一些群聊中有“助考中介”的身影出现。

“花钱就能买满绩，这对认真学习、参加考试的学生太不公平了!”刘芳说，一些学校的公共选修课考试，往往采取开卷等方式进行，不会查验身份信息，催生了“助考服务”。

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”。

受访专家认为，代替他人或者让他人代替自己参加法律规定的国家考试，会涉嫌构成代替考试罪。若“助考中介”涉及的是大学期末考试、企业招聘考试等，可能会涉嫌违反治安管理处罚法，或涉嫌非法利用信息网络罪等其他犯罪。网络运营者有义务对“助考中介”的商业信息进行事先审查，通过关键词搜索和定位技术屏蔽此类信息，受理用户投诉后应及时处理。

助考中介“控分包过”

据刘芳介绍，绩点分为4分制和5分制，不同学校绩点换算标准或有不同。不少有出国读研打算的同学，会在大三下学期之前将绩点“刷”高。如果自己成绩太差，有人干脆请人“助考”。

记者在社交平台上联系了几名“助考中介”，对方称，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，大学学习非常好，可以帮你‘控分包过’”。

“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。”北京海天律师事务所律师高级合伙人岳强告诉记者，即便在日常期末考试、平时测验中找人替考，被替考者也可能面临开除学籍处分，不仅会导致无法继续学业，相关记录也会呈现在档案中，对其日后就业产生极为不利的影响。

“高校属于事业单位，代替他人参加学校期末考试，可能涉嫌违反治安管理处罚法第二十三条规定的‘扰乱机关、团体、企业、事业单位秩序，致使工作、生产、营业、医疗、教学、科研不能正常进行，尚未造成严重损失’的情形，若高校报案，替考者可能面临警告、罚款甚至五日以上十日以下的拘留。即使高校未报案，也可能通报替考者所在单位，由单位给予处分。”岳强说。

“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。”北京大成律师事务所律师高级合伙人苗全军说。

除了期末考试，有“助考中介”称还可以助力英语四六级等国家考试。当记者向其中一名中介咨询四六级考试时，对方称可以线下操作，600元一次。

记者发现，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。

“××电网、××银行……需要笔试、面试全部备考资料的滴!直接发!”这是记者在某社交平台上搜索“银行笔试”的关键词后，看到的一条广告。

记者调查发现，由于不少企事业单位的笔试多为线上进行，有商家便在网络平台发布“高分包过”“考试援助”广告，诱导考生购买相关业务。此外，还会在主页备注“互关私信”，诱导考生“上钩”。

“如果员工通过作弊入职，属于以欺诈方式使企业在陷入错误认知的情况下与其签订合同，按照劳动合同法相

关规定，企业可以与其解除劳动合同。”京华律师事务所律师刘校说。

为躲审查用暗语沟通

为躲避平台审查，“助考中介”有着自己的行业黑话，使用上述“暗语”向对方私聊“咨询助力”后，客服就会提供进一步联系的社交媒体号。通过进一步联系，上述商家表示“国企央企、银行、券商、互联网企业的线上考试都可以助力，价格因企业和考试时间会有所不同”。

据介绍，银行线上考试助考价格一般在1500元至2000元，烟草系统价格则在2000元以上。记者观察其中一名“助考中介”的朋友圈发现，自2023年12月以来，其一共发布了18家招聘单位的“上车”信息，内容大都是“××都可约”“××要上车的抓紧了”。

记者调查发现，目前市面上“助考服务”的作弊类型主要有三种。一是考前透题，卖家称会在考前一晚准时发送原题和答案，绝对保证高分通过。二是考中助力，由机构安排专人进入考场拍摄试卷，等候在作弊群中的“枪手”会在开考后同步把题目和答案发给考生，如果是线上笔试，则由考生自己拍摄试卷发给商家。三是线上远程助力，商家会提供特定的插件，通过屏幕共享帮助考生答题。

据一位银行工作人员介绍，很多招聘单位为了考试公平和防止作弊，都会在网络远程考试中设置监控后台，目的就是为监控是否有屏幕共享软件。有的考试还会要求考生设置双机位，确保能够看到考生本人、书桌书面和大部分考试环境。

对于这样的监管手段，一名中介向记者保证：“事业单位我们都做过!都有后台监控，没用的，要是这点都解决不了我们还做啥?”

记者进一步询问中介得知，每个考试平台的规则不一样，因此不同考试平台所用的远程操作软件也各不相同，这些软件都是助考机构花钱请软件公司做的，只有购买“助考服务”的考生才可以获得下载渠道。除了用特定软件躲避后台监管外，商家也会“教授”考生双机位作弊的技巧，包括如何调整电脑高度、第二视角的摄像头角度、作弊手机的位置等。

整治乱象需多方合力

针对考试作弊，我国法律有着明确的规定。刑法第二百八十四条之一规定，在法律规定的国家考试中，组织作弊的，处三年以下有期徒刑或者拘役，并处或者单处罚金；情节严重的，处三年以上七年以下有期徒刑，并处罚金。

尽管企业招聘考试通常并不属于“法律规定的国家考试”，但最高人民法院、最高人民检察院《关于办理组织考试作弊等刑事案件适用法律若干问题的解释》第十条指出，在法律规定的国家考试以外的其他考试中，组织作弊，

为他人组织作弊提供作弊器材或者其他帮助，或者非法出售、提供试题、答案，符合非法获取国家秘密罪、非法生产、销售窃听、窃照专用器材罪、非法使用窃听、窃照专用器材罪、非法利用信息网络罪、扰乱无线电通讯管理秩序罪等犯罪构成要件的，依法追究刑事责任。

一些“助考中介”已落入法网。2023年10月11日，北京市海淀区人民法院依法对被告人张某某等人组织考试作弊案作出一审宣判。法院经审理查明，张某某等人在2021年、2022年全国硕士研究生招生考试前和考试中，在考点附近安置信号发射装置、制作及发送答案，帮助考生作弊。最终，法院以组织考试作弊罪分别判处张某某等9名被告人有期徒刑5年6个月至2年不等，并处5万元至2万元不等罚金。

在苗全军看来，面对试图“走捷径”的考生，招聘方通常会多次强调杜绝任何作弊行为，但是线上考试环境相对宽松，求职者作弊成功机会大，成本较低，通过入职考试有可能获得不菲的收益，所以很多人甘愿冒险，这种情形一旦查实，将被取消成绩、取消录用资格。如果招聘方取得证据并报警，根据治安管理处罚法第二十三条的规定，考生还将因扰乱考试秩序面临罚款，甚至拘留的处罚。

针对“助考中介”乱象，受访专家建议，招聘企业、平台和有关部门应加强监管，技术等多角度共同发力，整治替考、助考舞弊行为。

对于“助考中介”所在的平台是否应该承担相应责任，刘校认为，根据《互联网信息服务管理办法》规定，互联网信息服务提供者不得制作、复制、发布、传播含有法律、行政法规禁止的其他内容。互联网信息服务提供者发现其网站传输的信息明显属于本办法第十五条所列内容之一的，应当立即停止传输，保存有关记录，并向国家有关机关报告。因此，如果商家借助网络平台实施违法犯罪行为，但平台未履行其应尽的义务，就可能需要承担相应责任。

“根据电子商务法、网络安全法等相关规定，对于‘招聘中介’‘大学生期末考试助考’这类违法信息，网络运营者有义务进行事先审查，应当通过关键词搜索和定位技术屏蔽此类信息或受理用户投诉及时删除清理。一旦发现用户发布了此类信息，应当立即采取删除信息、防止扩散的措施，同时向有关部门报告。”苗全军说。

“组织考试的单位或学校应当通过技术手段防范‘助考中介’，不断提升和更新相关技术，开发更高安全系数的监管方式。”刘校说。

北京云亭律师事务所律师刘敬建议，要想遏制“助考中介”，一方面，需要线下招聘模式的回归，加强考场电子产品设备的监督和管理，加强考生身份的核实。另一方面，平台也要承担起相应的责任，提高商家准入门槛，加强资质内容审查监管，杜绝“助考类”信息在平台的传播。

在西南政法大学新闻传播学院教授蔡斐看来，整治“助考中介”，归根到底是要从源头对考试主体加强诚信教育。“只有从需求侧抑制住助考、替考的冲动，才不会有网络上的舞弊服务。”

□ 本报记者 陈磊 张守坤

原价1980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；市场上卖1388元的大红袍茶叶，直播间下单，到手4盒茶礼和整套高端茶具只要268元……

近日，《法治日报》记者观察直播间发现，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。

主播口中的“家人们”是否真得到了福利?在第三方投诉平台，记者发现比价宣传下，有大量问题存在：到手的商品货不对板，价格根本不如宣传的那么便宜，产品质量一言难尽……

超高原价超低折扣

经常网购的上海市民常洁(化名)告诉记者，她发现现在很多直播带货非常不靠谱：“现在直播间标注的商品原价还有什么意义?反正不管多贵，最后都给你超低价，有些到手价甚至一折都不到。我怀疑这些价格就是随便标的，为了让消费者觉得占便宜然后去买。”

但也有人对此并不认同：只要主播能保证商品是真的，价格又确实优惠了，为什么不占这个便宜呢?

相较于主播给出的原价，直播间专享价、直播福利价是真优惠吗?

“单瓶扫码价598元一瓶，你拿到手之后可以去任何线下门店鉴定，保证是真的。现在我们直播间专享价，一箱6瓶，只要597元!对，你没有听错，官方指导价3588元一箱，现在597元包邮还送一套精美酒具。”

2023年11月，家住天津市河东区的张柳(化名)看到这条直播后，立马下了一单。“这可是名牌酒，而且商家承诺源头工厂发货，肯定没有假，这真是真的捡到便宜了。”张柳说。

令张柳没想到的是，酒收到后他就发现了问题：“中午喝了一小杯，感觉口感不对，一看包装和之前看的名牌酒包装不一样，产品类型是植物类露酒，是用白酒加了水、绿豆、竹荪、荷叶等调制而成，和白酒不是一回事，说白了就是兑酒，根本不值什么钱。”

张柳说，主播一直说这是大牌，是原厂原箱拿的，实际上就是明目张胆骗消费者，所谓的名牌只是大牌酒厂下面的一个授权公司，一再打擦边球，将其和名牌酒绑定，让消费者误以为买到了名牌酒。“后来我又刷到另一品牌白酒，原价3528元一箱，到手价299元一箱，但我再也不敢贪便宜了。”张柳说。

2023年第15个“双11”，比价成为促销的重头戏，各个直播间和团购群里，与电商平台、旗舰店、专柜进行比价也成为重要的引流手段。

有消费者在某网红主播的直播间看到，主播销售某品牌洗发水时，出示的某电商平台销售同款商品的页面截图为49元，但这张图的上半部分被折向后方，出于好奇，她去电商平台搜索了该产品，发现完整截图上显示产品的促销信息“拍2减50，带走1KG”“第2件券后¥9”的字样。

同样在该网红的直播间，售价为669元的周六福五福龙足金手串，主播称在同平台其他主播直播间售价为1039元，并出示了销售页面截图，但有消费者随后在同平台周六福官方旗舰店发现其售价为759元。

最近，某明星直播间的羽绒服价格争议引发了社会广泛关注。一位消费者在该明星的直播间购买了原价2899元的鸭鸭羽绒服，实际支付了449元。然而，这款羽绒服在“双11”期间只需228元。

记者调查发现，类似的比价为行为，往往以产品在其他渠道销售的页面截图为凭据，但截图的真实性却有待核实。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，还有部分商品没有在线下商超售卖，商品正价很难确定。

有网友调侃：“按原价一折卖、三折卖，恐怕进价都不会那么便宜，如果福利真这么大，我从直播间进货再去卖不就发财了?”

价格虚高涉嫌违法

2022年5月，浙江省杭州市富阳区市场监督管理局城西所执法人员在日常网络巡查中发现，某电子商务公司在电商平台直播和短视频中宣传的销售价明显低于原价，且未发现原价销售记录，随即执法人员上门调查。

“爱自己是终身浪漫的开始，高级定制款裙子我之前卖199元，现在改价49元上链接。”面对执法人员展示的销售内容，商家无法提供该产品按原价199元的销售记录。

在现场检查后，执法人员发现该电子商务公司偷偷修改了在某短视频平台上店铺的原价，企图蒙混过关，但面对依法索取的电子证据材料，该公司无法抵赖。经执法人员查明，该电子商务公司在短视频平台直播涉及的商品未以划线价成交过，检查中该平台店铺多种商品无法提供原价销售记录，构成价格欺诈行为，违法所得超过5000元。

北京市市场监管局发现，2023年“双11”期间，北京福气连连文化传媒公司主播在直播期间，以北京吃客之家电子商务有限公司在某平台同款商品的页面展示价作为被比较价格进行

「直播间『福利』有多少是靠谱的?」

「原价」三千多元的白酒不到六百元就能拿下

宣传。另查，两家公司商定在不同平台上架同一商品，并标示相差悬殊的价格，供直播带货比价使用。该行为构成价格欺诈，两家公司为共同违法主体。北京市市场监管局依法责令当事人改正违法行为，给予警告，并处罚款30万元。

在生活中，消费者经常能遇到商品打折销售的情景，降价促销和价格欺诈二者之间的界限在哪里?

北京天驰君泰律师事务所高级合伙人、北京市律协消费者权益专业委员会副主任饶伟介绍，降价促销是在商品价格与价值相符的基础上，为了刺激消费进而做出的通过降低价格，扩大销量的行为，商家采取降价促销的目的是“薄利多销”，这是一种正常的经营方式。而价格欺诈行为是在对商品进行价值定义时就没有遵循公平原则，价格明显虚高，通过打诨误导消费者消费的行为。二者的根本区别在于商品的价格是否符合商品价值以及销售行为是否侵犯消费者对商品价值的知情权。

饶伟说：“网络交易平台经营者应当依法配合市场监督管理部门开展价格监督管理工作，发现场所内和平台内经营者有违反本规定行为的，应当依法采取必要处置措施，保存有关信息记录，依法承担相应义务和责任。如果平台经营者明知或者应知销售者或者服务者利用其平台侵害消费者合法权益，未采取必要措施的，依法与该销售者或者服务者承担连带责任，也应对价格欺诈行为负责。”

值得注意的是，与原价相比，不能认为打折力度过大就说明商家一定存在问题。

对外经贸大学法学院教授苏号朋告诉记者，打折销售在日常生活中比较常见，最夸张的就是珠宝行业，定价几十万元、几百元，可能几万元、几千元就卖出去了。但如果从法律的角度来说，这种行为并不违法。

“价格领域主要看两个法律文件——《明码标价和禁止价格欺诈规定》和《价格法》，价格法主要是规定了价格的形成机制：政府定价、政府指导价和市场调节价。绝大多数价格都属于市场调节价。直播间商品的标价大多是由经营者根据市场情况自行定价，属于市场调节价，不管他怎么定，定多少价格，只要不违反价格法所确定的价格形成机制，都应尊重。在具体的销售行为中，一个价格是否要打折，打多少折，也是由经营者自行确定的，如果标价很高，打折力度很大，实际售价很低，这种市场行为法律不予干涉，监管部门也不宜进行强制性干涉。”苏号朋说。

在中国价格协会副会长、中国人民大学公共管理学院教授许光建看来，这种行为虽然不违法，但和定价相比，消费者对价格的变化敏感度很高，商家通过高折扣来吸引消费者，实际上是一种营销行为，属于过度营销。

“现在一些商品的标价太高，打折力度很大，会让消费者不适应，影响消费者对商品价格的认知与判断。商家应当正确理解明码标价制度，充分传递价格信息，尊重消费者的知情权，消费者有权利知道商品的实际价格信息，商家应尽可能减少商品定价方面的信息不对称问题。在预期范围内把商品的完整价格信息以及价格相关的信息呈现给消费者，让消费者去选择。”许光建说。

监管力度有待加强

2022年6月，国家广电总局、文化和旅游部共同发布的《网络主播行为规范》明确规定，网络主播在提供网络表演及视听节目服务过程中，不得出现“夸张宣传诱导消费者、通过虚假承诺诱导消费者”行为。

一些短视频平台也对主播价格宣传行为进行了规范，明确要求直播不得虚构比较价格。为此，有平台多次开展打击价格虚高的专项行动，仅2023年就有超5000名电商因价格弄虚作假受到处罚。但从记者调查情况来看，价格虚假问题仍然严重，并且主要集中在酒水、茶叶、玉石等方面。

有平台已经出台相关规定，严格限制直播间商品比价，直播间或视频展示被比较价格的证明凭证，平台只支持商品吊牌价、官网零售价、商品定价、厂商建议零售价。通过“商品参考价”功能发布参考价，商家需前置上传定价凭证，由平台进行审核。创作者不得使用无依据或无从比较的价格，作为折价减价的计算基准或被比较价格。

苏号朋认为，对于网络交易中的价格乱象，还是应当回归到价格法的相关要求上，落实公平原则，保障消费者的公平交易权，为此价格要合理，表现形式上要明码标价，而不是各种价格在直播间“乱飞”。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。

在饶伟看来，价格欺诈等行为长期存在，还和违法违规成本太低，对一些网红主播起不到震慑作用有关。

“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。消费者应当理性消费，在看到所谓直播间低价时，不要轻易下单，可以多平台对比后再作考虑，还应增强维权意识，对于价格欺诈行为抱有零容忍态度，及时向消费者权益保护协会举报，必要时通过司法途径维护自身合法权益。”饶伟说。

漫画/高岳