



## 民警把假发卖到非洲、大学教授为国家保住27个亿…… 那些“国门”护航人不为人知的故事

本报首席记者 陈佳妮  
通讯员 苏宪飞 陈谊 傅宏波 张忠心

16日,浙江省首届最美“国门”护航人发布仪式在杭举行,共有1家集体和10名个人获得荣誉。

作为涉外领域先进典型选树活动,最美“国门”护航人是浙江省典型选树品牌“最美浙江人”系列之一。翻阅获评名单,既有三十年巡防海岸线的船长、长期奋战在打击偷渡一线的公安民警,也有服务外籍人才的业务专家、常年驻守国门口岸一线的忠诚卫士,更有看似“不搭界”的大学教授等不同行业的人。

听完他们的故事,我们或许会感慨,“原来这也是在守护‘国门’!”

### 船长30多年救回600人

“我们的一项重要职责,就是为海上船只保驾护航。”32年来,浙江海事局的汪三涵始终与海为伴。

宁波舟山港被称为“世界第一大港”,其中“一带一路”航线突破100条,航道安全畅通尤为重要。自2013年出任“海巡22”轮船长后,汪三涵带领全船在宁波舟山港核心区域24小时定点值守,遇到了数不清的“求救”,“有船员突发伤病,有船舶擦碰、搁浅、失去动力等险情,也有钓鱼的人被困海上”。

2021年4月4日,一艘江苏籍渔船在舟山外海沉没,20人遇险,“海巡22”轮受

命前往搜救。9级风力,怒海翻涌,就连汪三涵这样的老船员都难忍呕吐。可即便如此,没有一个人退缩。5天4夜的连续搜救,他们救起了17人。

“我们千百次搜救中的每一次,都是别人生命中的百分百。”30多年来,汪三涵救回了600多条鲜活的生命,“船舶是钢铁做的,我们希望让它变得‘有温度’。”

守卫“国门”,守的不止是悬梯、是三尺验证台、是执勤哨位,广大护航人还给出了自己的答案——杭州出入境边防检查站执勤一队副队长马义超,从警10年,先后查获偷渡案件30余起,查处违法违规人员520余人次;钱江海关驻邮局办事处科长马国栋,作为海关高级签证植物检疫官,累计检出外来有害生物2600余批次、外来物种

1000余批次。

### 民警把假发卖到非洲

把假发卖到非洲,听起来似乎和民警一点都搭不上边,可杭州市公安局出入境管理局民警赵凯就干成了。

“你们知道非洲女人每年80%的收入,用来买什么吗?”2020年左右,赵凯和杭州跨境电商综试办工作人员与一名非洲留学生沟通时,对方设问道,“是中国的假发!”

一个大胆的想法在赵凯脑海中浮现。当年,公安出入境部门为了适应经济新形势,专门针对在华留学生出台一项政策:符合条件的应届外籍留学生,可以申请私人事务类居留许可(加注“创业”)。(下转2版)



### 欢迎回家

16日下午,浙江公羊救援队先遣队7名人员乘坐的航班抵达杭州萧山国际机场。此前,1名救援队员与搜救犬Lucky已从广东入境。作为出征土耳其进行救援的中国首支社会救援力量,公羊救援队8名救援人员携带搜救犬和救援设备,5天内搜救坍塌建筑物178幢,救援幸存者9人、罹难者15人。

本报记者 胡宗昊 王志浩 通讯员 林梦诗 陈佳伟

(详细报道见2版)

### 时评

## 净化网络购物环境尤需重拳出击

常恭

日前,浙江省余姚市人民法院通报了一起“刷单”入刑案件。2名被告人雇佣9人成立工作室,开展网络“刷单”业务。他们组织刷单的商品销售金额高达13.51亿元,非法获利合计2100万余元。最终,他们因涉嫌虚假广告罪被判入刑。

以虚假广告罪惩治“刷单”组织者虽然在司法实践中并不多见,但也有充分的法律和事实依据。我国刑法第二百二十二条规定,广告主、广告经营者、广告发布者违反国家规定,利用广告对商品或者服务作虚假宣传,情节严重的,处二年以下有期徒刑或者拘役,并处或者单处罚金。我国广告法以及相关司法解释也明确了,商业广告“广告应当真实、合法”“广告不得欺骗、误导消费者”,“利用广告对商品或者服务作虚假宣传,违法所得数额在十万元以上的即可立案追诉”。

具体到本案,关键在于如何认定虚假“好评”是不是虚假广告。一般来说,“好评”是消费者基于自身体验对商品或服务作出的主观性评价,其功能正是从消费者的角度对商品或者服务进行展示,“好”的属性更意味着以消费者身份为背书的美誉度。“刷单”的底层逻辑是按照商家的需求,在网购平台展示并不存在的“好评”,再加之网购平台面向不特定多数消费者的开放属性,这种按照商家意图投放虚假“好评”的行为当然符合商业广告的实质定义。本案也就自然可以形成以虚假广告罪追究刑事责任的完整链条。

如今,网购已经成为绝大多数消费者的首选甚至唯一选择,“好评”的多与少,直接影响了消费者的购买欲望。因此,“刷单”危害不容忽视。

一方面,“刷单”破坏了网络营商环境。网购之所以能够快速普遍化,正是因其借助网络平台的公开属性,搭建了以消费者体验为底层逻辑的运转规则,将过

去口耳相传的消费体验数据化、公开化,给更多消费者以代入感,进而促成交易。这一商业逻辑健康运转的基础是消费体验的真实性,即虽然不能苛求评价客观中立,但必须是真实发生的。然而,以并不存在的交易刷好评,以经营者的需求量身定制所谓个性化的体验,悖离了诚实信用的基本原则,给众多消费者赖以作出消费决定的重要参考注水、掺假,既是显而易见的违法行为,也是不言自明的侵权行为,更是必须引起高度重视的破坏行为。易言之,大量的虚假好评冲击了正常的网络交易秩序,“刷单”经营者大获其利必然引来竞相效仿,从而对守法经营者造成“劣币驱逐良币”的严重后果。

另一方面,“刷单”刷出了不好的社会风气。“刷单”看似是小事、小节,但其参与者之众,决定了其行为贻害之深。以余姚的这起案子为例,据法院披露,本案的两名“刷单”组织者掌握着万余名“刷客”

的信息。如此庞大的群体每天按照指令虚假购物、提交好评,赚取佣金,对显而易见的不诚信行为习以为常,这对正常道德秩序将会造成何等冲击?更有甚者,在某些地区,“刷单”已经形成黑灰产业链条,公司化运行,群体化参与。规模化的集体造假行为,如果不大力整治,必然会引发败坏人心、突破底线的长尾效应。

由此可见,本案更为重要的价值在于,在恪守罪刑法定的前提下,依据事实与法律,断然激活刑法“冷门”条款,以对“刷单”行为的刑法打击,为构建精治共治法治社会治理格局提供了更为广阔的实践路径。当然,铲除“刷单”之害,还需树牢系统思维,纠其实质,打其“七寸”,如从严追究商家的行政责任、民事责任,开展常态化普法宣传让“刷客”们深知其害,等等。

简言之,一条“好评”牵涉到对底线的坚守,愿此案能为不诚信者戒,为世道人心念!