



## “门槛”不止爱马仕，该反思的也不仅“伪名媛”



华夏全媒体  
主管主办  
华夏日报社出版  
国际标准刊号  
ISSN2521-0289

### 编委会

李克炎 江单 张华  
勇 黄浩 李增勇  
龚德贤 张邦毛 齐  
明利

顾问 | 方智平 姜义  
华

社长 | 李克炎  
总编辑 | 江单  
常务副总编辑 | 邱  
亮

执行总编辑 | 张华  
勇

执行社长 | 黄浩  
副总编辑 | 李增勇  
龚德贤

视觉总监 | 古风

采访中心  
主任 | 董哲

编辑中心  
主任 | 罗阳

经济新闻中心主任 | 常昊

区域新闻中心  
主任 | 潘利求

评论新闻中心  
主任 | 贺强

国际新闻中心  
主任 | 黄浩(兼)

新闻影像中心  
主任 | 巢砥平

驻境外记者  
驻澳门记者 | 王强

驻台北记者 | 李冰洁

驻东京记者 | 向建国

驻新加坡记者 | 毛周

驻新德里记者 | 黄朝

驻阿拉木图记者 | 周璐

驻耶路撒冷记者 | 贺友

驻纽约记者 | 罗韵诗

驻开罗记者 | 吴志刚

近日，公众号“李中二”的作者发文，讲述自己花500块会费，进了一个高配版拼多多微信群的经历。在这个交流群里，号称“魔都名媛”的会员们以多人成团、人均不过几百块的方式拼单消费。

从《三十而已》到“名媛拼单群”，从爱马仕限量版到拼单群的一条丝袜，花自身承受不了的代价去敲所谓上流社会的门一直被诟病。很多网友说：“真想不通这些人怎么想的！”不管是买还是租，爱马仕都离普通人太远了。那么，也许我换一种表述，

更容易被普通人共情。

作为一个普通学生，我一个月的生活费大概一千块钱左右，大一的时候进了一个社团。进去之后发现什么活动都要穿西装和高跟鞋。所有人都穿，怎么办呢？买吧，不买也得借不是？刚买完西装，社团要聚餐，所有人都去的活动不去显得不合群嘛。那就不去。再后来，要送毕业的学姐礼物，部门的小伙伴一起吃个饭，甚至是秋天的第一杯奶茶……我明显感受到了财力上的不可负担，却在那个环境里还是买了单。

社团不也是一个圈子吗？可是你看，不需要爱马仕，普通人的门槛也许只是一套西装、一次聚餐、一杯奶茶……他们同样超出我的经济能力之外，而我也不得不为它们买单。为的，不也是融入一个圈子吗？这样的经历，每天都在重复上演，你说你读不懂顾佳，你痛批假名媛，那么，那些隐藏在普通人之中的每一个“我”呢？

“名媛拼单群”只是把我们每个普通人的经历极端化了而已。这样为了跨越所谓的阶层或者说融入一个圈子

所做的事情又何止她们呢？拼一条昂贵的丝袜和借舍友的高跟鞋的区别，不过是前者花费的代价更大、想要进入的圈子更高罢了。

然而，一场面试的核心是能力和学识还是一套西装，一个组织的情感维系是一场又一场的饭局还是共同的目标和追求，好人缘的标准是喝不完的“秋天第一杯奶茶”还是每个与朋友真心相交的瞬间，婚恋市场里受欢迎的是房子车子学历还是真心和责任感……一定程度上，“门槛”影响了想要跨越“门槛”的人去向哪

个方向努力，但在另一个角度上，如果“门槛”暂时无法改变，我们也可以换个方向实现自己的人生价值。

我们每一个人也许都是一个“门槛”设置者和另一个“门槛”的跨越者，如果面对“名媛拼单群”我们只是一嘲了之，谁又能确定未来的某一天我们不会成为另一种“伪名媛”呢？所以，别只顾嘲讽，“门槛”从来不止爱马仕，我们每个人都应该为“名媛拼单群”的存在去反思。

■ 鄢如玉

## 强制营销薅员工“羊毛”，权利不能弱势化

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。(10月12日《工人日报》)

类似的一幕并不鲜见，在很多行业已成为一种“不成文的规则”，比如在房地产、银行、保险等行业相对普遍，所有从业人员都承担着一定任务的销售任务，完成者可以领全额工资或奖金，完不成者就会受到处罚甚至被开除。在传统媒体式微之际，全员“卖报纸”成为一张悲情牌，及至家电、

保健品销售行业也参与其中，将全员带货“冲业绩”发挥到极致时，摊派销售任务薅员工“羊毛”的做法，已泛滥到了失控的地步。

全员销售，确有“命运共同体”的关联性，也有一荣俱荣、一损俱损的基本逻辑。不过，这种销售任务的完成，除了专门的营销部门外，其他人员就只能凭兴趣和能力去实现，行业和企业下达的销售任务，也只能是“指导性”而不能带有“摊派性”，更不能用扣钱、降级或辞退等办法给予强制化。若如此，于情于理都很难行得通。

于情来说，术业有专攻，每个人在能力上存在很大的差异，

这是专业细分所决定的，比如在同一家企业，有人从事销售业务，有人从事广告营销，有人从事后勤管理，有人从事行政事务等，让非销售部门的人员从事销售事务，受专业能力和资源禀赋等因素的影响，很难达到销售专业部门和人员所具有的层次。一些员工为了完成销售任务，要么就只能拼关系找后台，要么就只能自我消化，并催生出刷屏等新乱象。

于理来说，企业与员工签订的劳动合同，其中明确的雇佣条件包括岗位、待遇组成等，对所从事岗位的内容进行了较为明确的限定，对所达到的工作目标和要求，也有相应的界定，如果企业要求员工完成

非限定的工作任务，甚至给予扣钱等相应的处罚，代表企业违反了双方约定的劳动合同条款，会承担相应的法律责任。

对于强制营销薅员工“羊毛”的做法，法律保护原则，也有相应的权利救济途径，何以仍在一些行业和企业大行其道？这暴露出劳动权利的弱势，也说明权利保护的机制还有待加强。而要实现权利保护的补强，需要从多个方面入手，首先劳动者要有较强的权利意识和自我保护能力，而不是对侵权行为的一再默许和纵容，遇到权利被侵占的时候，敢于利用各种手段维护自己的正当权利。

其次，工会组织要发挥“娘家人”的作用，

遇到如此集体性侵权行为的发生，要与企业管理方进行角力与博弈，极力维护员工的利益。再次，各级政府主管部门和权利保护组织要充分履职尽责，既要针对共性问题开展专项整治，久久为功消除顽疾破除潜规则，又要针对个案问题畅通渠道和加快调处效率，实现有诉必查、有错必纠、快查快处激活员工维权能动性。

除此外，新闻媒体和社会组织等要发挥监督作用，动员全社会广泛参与和督促，共同发力解决强制营销薅员工“羊毛”的行为，让劳动权利真正变得坚挺起来。

■ 堂吉伟德

## “家长约架”，更受伤的是孩子

“狼三狼四依不买账，那明天校门口见！”“不是看不起你，你不来的话考虑后果。”两名小学生爸爸，疑因为孩子在学校发生小打小闹，竟在家长微信群中“放狠话约架”。(10月10日《华商报》)

上海的这两个家庭，因为孩子在校发生不愉快的事情，双方家长吵着吵着，打起架来，其中一人头破血流进医院，而警方已介入，这起事件，引发一阵议论纷纷，也值得我们反思。

大度一点，我们应该这样想，孩子的天性，

“好动”！特别是男生，相互之间，喜欢打打闹闹，有时候，你摸我一下头，我踢你一下屁股，就像动物之间嬉戏一样，司空见惯。当然，作为老师、家长，还是要经常教育学子“不骂人，不打人”，要遵纪守法。事实上，即使是同学之间，偶尔有些打闹而伤和气，也不值得大惊小怪，就像报道里说的，“两名孩子都是男生，这个年龄段孩子活泼好动，互相之间打闹一下，引发了一点小摩擦，在家长发生冲突之前，两个孩子的小矛盾已化解

且和好了”。

父母当然是爱孩子的，总是怕自家的孩子在外受到委屈，但即使你家孩子说“我被同学打了”，作为家长，正确的态度，首先可以作一些调查，弄清楚事情的来龙去脉，如果是自家的孩子过错在先，那就得教育孩子“严于律己”；退一步说，如果真是别人家的孩子有错在先，而动手打了你家的孩子，可以要求班主任乃至校方进行处理，如果校方处理不公，还可以请警方出面调处，应该相信“公道自在人

心”，应该相信“有理走遍天下”。

很遗憾，报道里这两位家长，面对矛盾和纠纷，选择的是“下下策”——约架！

成长中的小学生可塑性很大，可以说“近朱者赤，近墨者黑”。为了孩子之间鸡毛蒜皮的小摩擦而打得头破血流，家长作为孩子的第一任老师，这是怎么给孩子“传道”？这给孩子树立了什么样的榜样？要知道，你们的孩子才上小学，今后人生的路上，人与人之间，遇到的矛盾和纠纷还多

着呢。假如孩子也像他们的爸爸这样一遇小小的不快就来个“约架”而“大打出手”，那岂不把社会秩序搞乱了？

社会上很多人，一辈子没有跟别人打过架，不是人家没有遇到过矛盾和纠纷，而是人家讲文明，讲法治；反观之，一些人，嘴边常挂“老子”，动不动就打架，“针尖对麦芒”，看似“英雄”，实是“狗熊”，“家长约架”，伤人伤己，更伤孩子。

■ 张传发