

# 解决犯罪低龄化 惩戒与防范并行

■快评■

## 别掉进诊疗项目泛化滥用的陷阱

10月13日,《中华人民共和国刑法修正案(十一)》(草案)二审稿提请十三届全国人大常委会第二十二次会议审议,拟在特定情形下,经特别程序,对法定最低刑事责任年龄作个别下调,已满12周岁不满14周岁的人,犯故意杀人、故意伤害罪,致人死亡,情节恶劣的,经最高人民检察院核准,应当负刑事责任。这个消息引起了舆论的广泛关注,不少网友表达了支持的态度,认为确实应当按照情节严重性来判刑,相关犯罪人员不能拿年龄小当“护身符”,但也有网友表达出一些担忧,认为这并不能有效解决犯罪低龄化的问题。

近年来,社会上出现多起轰动舆论的青少年恶性犯罪案件,由于现行法律关于刑事责任年龄的相关规定,导致侵害人屡屡因为年龄不足14岁而逃脱法律的制裁,引发民众的不满情绪。这次下调未成年人法定最低

刑事责任年龄,一方面是回应舆论的关切,另一方面也有深刻的现实背景因素。

犯罪低龄化问题已经成为困扰整个社会、学校和家庭的难题。一些低龄犯罪分子就是因为知道自己未达刑事责任年龄,才有恃无恐地犯罪。随着社会物质文化水平的提高,未成年人普遍发育较早,心理早熟现象比较常见。并且,随着大众传媒的发展和网络时代的普及,未成年人接受信息的渠道越来越多样,“自我意识”的觉醒以及对事物进行独立思考 and 判断能力的建立都相对更早。同时,随着学校对未成年人的道德教育加强重视,未成年人的辨认能力和控制能力也会相应提前。法律最基本的作用是要维护社会秩序,《刑法》的制定要能体现出社会的公平和正义。如果具有辨认和控制能力的未成年人不会受到惩罚,那么社会的公平

和正义就无所体现。

因此,年龄不应该成为未成年人犯罪的“免罪牌”。从这一点来讲,未成年人的刑事责任年龄也应该做适当的调整。应该说,此次修正案的调整是符合当前社会发展和历史进程的。

但是,单纯的下调刑事责任年龄满足的只是对个例刑事判决的舆论期待,并不是一劳永逸的解决手段。面对未成年人违法犯罪低龄化的困局,也不能完全寄托于法律和社会机制托底的矫正工作,还要注重防范工作。比如,重视未成年普法教育,提高未成年人和其监护人的法律意识,这些具有“防患于未然”意义的工作,显然也很重要。正如最高人民检察院检察长、二级大检察官董建明在去年全国两会“部长通道”上所言,办理未成年人案件,专业化和社会化要紧密结合。另外,也有专家建议可考虑在未成年人违法犯罪行为成立后,将其带

入特定场所进行矫治。部分人大代表也在议案中提出了一些具体的践行路径。比如,建立未成年罪犯的学校,建立少年法院,建立比较完备的教育矫正体系,盘活现行法律规定的工读教育、收容教养等刑罚替代措施等等。这些建议的本质,就是在保护未成年人和防范未成年人犯罪危险之间,寻求一种相对平衡。

法律应当与时俱进,回应社会正当期待,既不能一味对低龄未成年犯罪分子采取重刑主义,也不能以年龄为挡箭牌纵容青少年犯罪。法律的权威和价值,并不完全体现在处罚上,消除犯罪发生的原因也是体现法律价值的重要部分,将家庭保护、社会保护、司法保护与法律责任相结合,多管齐下,坚持教育为主、惩戒为辅的原则才是更佳的选择,这需要家庭、学校和整个社会来参与。

(据《环球时报》)

江苏淮安一名22岁男子因身高不足1.8米感到自卑,在国外做了断骨增高手术后,导致双腿严重感染无法行走,或面临终身残疾,目前正在淮安接受治疗。据悉,“断骨增高手术”在网上十分火爆,尤其受到青少年的追捧。

点评:

“增高手术”正规名为“肢体延长术”,是一种特殊的矫正手术。有些患者因先天畸形、外伤、肿瘤、感染等原因导致骨缺损或肢体不等长,需要通过肢体延长术来加以矫正,但使用范围受到严格限制。原国家卫生部曾于2006年下发通知,要求严格管理肢体延长术,明确肢体延长术是一项骨科临床治疗技术,不属于医疗美容项目,医疗美容机构不得开展此项技术。

一些医美机构为了获利,却将只适用于极少数患者的“增高手术”包装成普遍适用的整形项目,加之各方面不到位,会对就医者身体健康造成很大危害。要想让诊疗项目用到合适的地方,就有必要严格限定诊疗项目的适用范围。治理这种现象,除了民众要提高健康素养和辨识能力、不被诊疗项目的美丽外包装所迷惑之外,更需高度重视诊疗项目在非医疗机构的滥用现象,完善规则、强化监管,将一些容易被利用的诊疗项目关进技术的笼子里,纳入严密监管的视野,更好地维护民众的身体健康。

## “公务用车”岂能想贴就贴

近日,江苏扬州一车主在车身上贴“公务用车”字样被罚。车主自称,为方便出入政府机关,自己在某网站购了“公务用车”标贴。有记者检索一些电商平台发现,确有不少卖家公开售卖“公务用车”标贴。

点评:

相信这位车主一定纳闷,群众是怎么发现他的车子是“李鬼”而举报他?可以说,这位车主根本不了解公务用车政策。按照相关规定,公务用车一般为国产车型,且价格一般不会超过十几万元。你见过哪家单位用20多万元的特斯拉当公务用车?出卖你的不是别人,正是你的车子。

私家车乱贴标贴,冒充公务用车,看似小事,实则不然。造假、欺骗事关个人诚信,兹事体大;蹭公务用车的福利,如方便进出机关、占用机关停车场等,属不当行为;以假乱真,造成不良影响,损害机关单位形象——不明真相的群众会误以为公务用车超标。若“李鬼”违规行驶、停放,还会让“李鬼”背锅。是故,“公务用车”标贴非儿戏,不能想贴就贴。

同样,“公务用车”标贴不能想卖就卖。对于此类标贴交易是否有相关规定不得而知,即使缺乏相关规定,做生意也有做生意的原则与底线,什么商品不该卖,什么钱不该赚,并不难判断。这种钱不能赚。

## “十元店”也要转型升级

近年来,“十元店”“一元店”遍地开花,靠着性价比吸引了不少消费者。不过,近日,有媒体调查发现,一些“十元店”“一元店”不仅商品同质化严重,而且品质也颇受诟病。

点评:

纵观“十元店”此类小商店的发展,可以清晰地看到两个字:升级。1.0版“十元店”售卖商品尽管便宜,但不少做工粗糙、质量欠佳。随着品牌连锁“十元店”的兴起,“十元店”迎来讲品质、重体验的“2.0时代”。2.0版“十元店”瞄准消费者“想花更少的钱买更好的产品”的心理,打出“高质量、低价格”的旗号来揽客。如今,顺应消费需求的变化,很多“十元店”依然在通过改善购物环境、优化产品设计和控制商品成本等推动升级。可以说,“十元店”的红火,与其瞄准了消费升级的趋势紧密相关。但“十元店”在升级“狂奔”的过程中亦伴随着“假打折”、商品良莠不齐、“山寨”等问题。

“十元店”要实现长足发展,不仅要踩对点,更要走对路。“十元店”需要正视以上问题,在价格上别总玩虚招,在品质上下更多功夫,在原创新上花更多心思,让“高质量、低价格”货真价实。

(综合《广州日报》《中国青年报》)

## 体测、裸眼设槛 这么拍脑袋不疼么

10月12日有媒体报道:山西省长治市将把裸眼视力和体重考核结果纳入中考总成绩的消息,引发社会关注。对此,长治市教育局相关负责人解释:“这两项考核,考生最后得分差距并不大,主要是起到一个导向作用,引导青少年自觉加强体育锻炼、保护视力,提高身体素质。”

多么熟悉的声音。就在上个月,有关部门出台的将体能达标作为选拔运动员的前提条件、不达标者不得参加东京奥运会的规定,因在真刀真枪的比赛中撞了南墙,落得个被公众诛笔伐的结局。谁能说有关部门设立体测标准以加强运动员体能的初衷不好呢?同理,谁又能说长治市有关部门“引导青少年自觉加强体育锻炼、保护视力,提高身体素质”的导向不对呢?但是,正是这种“好”和“对”,却不仅遭到了许多被体测和被导向者的质疑,更受到了与此相关者以及公众的质疑。

做出这种规定的决策者,频频在常识性问题上蹩脚百出,总是在现实面前被啪啪打脸,就是以为有“好”“对”开道,干什么、怎么干都是“好”“对”。这种被现实啪啪打脸的结局,实际上是之前决策时啪啪拍脑袋的结果。决策拍脑袋,实施就被拍脸。

决策的公开性和可讨论、可改变性,是保证决策可行的前提。此谓可讨论,不仅是讨论“好坏”“对错”,更要仔细地检视那些看起来是“好”和“对”的主意、想法和观念。由此,有关裸眼视力的规定,要等什么时候才开撤呢? (据光明网)

## 以“个人同意” 守护个人信息

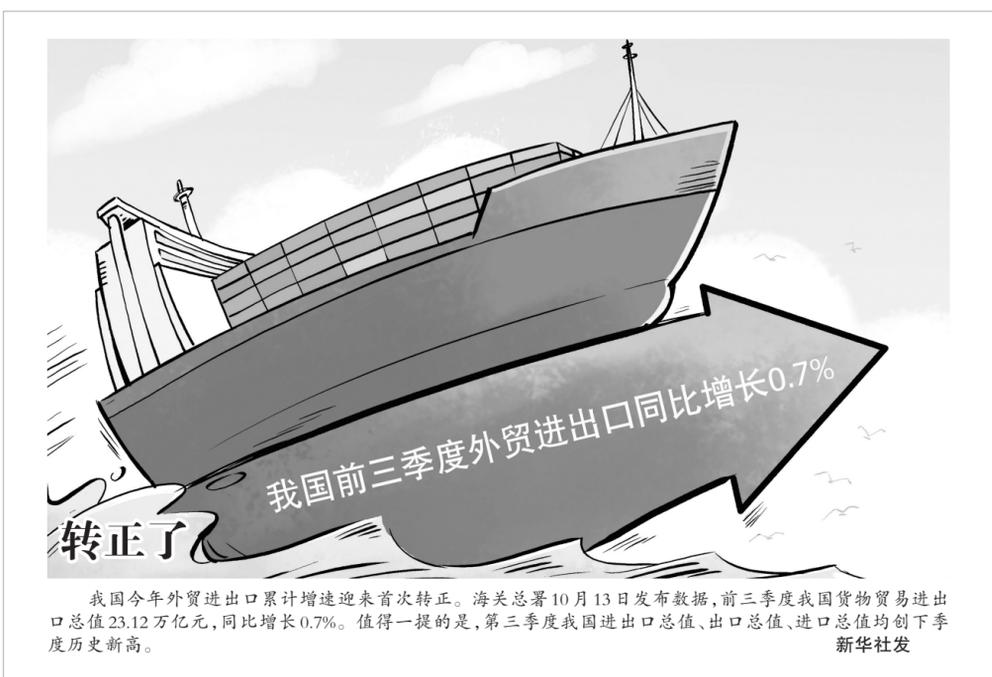
个人信息保护法草案11月13日提请十三届全国人大常委会初次审议。草案设专章明确敏感个人信息处理规则:基于个人同意处理敏感个人信息,个人信息处理者应当取得个人的单独同意。

对于绝大多数人而言,保守好个人信息的最稳妥做法是将信息牢牢攥在自己手里,但这并不现实。身处信息化时代,任何个体想要融入社会、参与社会生活,就必须提供个人信息作为“入场券”,以获得个人所享有的权利和服务。

可这张“入场券”似乎很难“用后作废”,而是会留存在信息采集方处。无论是信息采集方主观故意还是客观管理疏忽,个人信息的外泄风险都可能因此大幅提高。因此,在个人信息保护法中通过对敏感个人信息处理规则的建立,强调个人信息处理者应当取得个人的单独同意,是以法律来保护信息所有者的知情权。

一方面,从现实角度上看,这则规定能够约束个人信息处理者,减少个人信息被滥用乱用的可能;另一方面,从长远角度来说,如此规定更能让信息所有者提高自身的信息保护意识。这种意识的培养,并非只是说让每个人意识到要保护自身信息不被泄露,更重要的是通过个人“单独同意”,让更多人认识到哪些情况可能需要自身信息。

相信此番对于个人信息保护的法律法规的完善,能够进一步增强法律规范的系统性、针对性和可操作性,有利于从源头上保护好个人信息安全,同时推动相关的行业自律及健康发展。 (据《广州日报》)



## 让营养标签发挥“食品说明书”作用

国家卫生健康委食品司有关负责人透露,为更好满足消费者的营养和健康需求,我国将对《食品安全国家标准预包装食品营养标签通则》(简称《标签通则》)进行修订,目前已进入官方征求意见阶段。修订后的《标签通则》将强制企业标示与全民营养健康相关的成分。在自愿性标示中,鼓励企业对盐、糖和油的含量作出声明,使用“中国居民膳食宝塔图形”和“中国居民膳食指南”的核心信息等。

《标签通则》对食品生产企业具有很强的指导性,企业不仅要遵循《标签通则》来保障食品安全,而且还要尽量科学合理地搭配营养成分,使之既富有营养又有利于健康。

当前市面上的食品外包装上都印有营养成分含量表,遗憾的是,含量表上的内容对于民众都很抽象。比如以克和卡路里等单位标示的成分,虽然数据很准确,却很难给消费者留下直观印象,起不到普及知识和推广合理膳食的作用,尤其当涉及质量、体积、能量等单位换算时,食品营养标签的“食品说明书”作用更难发挥。

为了提高食品成分标示的亲民性,过去也有企业进行过有益尝试。比如,健康中国行动(2019-2030年)提倡人均每日食盐摄入量不高于5克,但5克究竟是多少?如何分配到

一日三餐的饮食当中,民众心里没底,更不知如何操作。为此,有企业推出“限盐勺”,将抽象的“多少克”,量化成具体的“几勺”,改动虽小,但指导作用却显著增强。

此次修订《标签通则》的一项重要任务,是规范企业标示食品营养成分的行为,通过提示脂肪、糖和钠等含量,提高消费者的营养健康意识,推动减盐、减油、减糖行动。期待修订后的《标签通则》能够对企业产生更强的约束力,提升企业在这方面的创新力度,通过更易懂和实用的营养标示和饮食指导,让民众吃得更安心、更健康。 (据《北京青年报》)

## 靠拼单撑起的“名媛” 不过是自带干粮的群演

“自诩南京西路刘亦菲,浦东新区古力娜扎,天天住在魔都的奢侈酒店,裹着宝格丽毛毯,喝着顶级下午茶,看着窗外黄浦江,感叹着20岁就经济独立的人生真是爽。”打开短视频平台、社交网站,经常被一些姑娘的精修美图震撼到。这些“白富美”似乎个个家里“有矿”,没想到脱掉“名媛”的外衣,才发现很多都是虚假的人设和骗局。

这两天,一篇名为《我潜伏上海“名媛”群,做了半个月的名媛观察者》的网帖上了热搜。文中,作者号称花500元“入群费”,潜入魔都名媛群,用群聊记录,揭开了“名媛”们的真面目。

在上海名媛聊邀请画上,明晃晃写着定位目标群体为上海本地名媛。群聊宗旨是小仙女们的奢侈品交流基地,与三观一致的群友约饭,打卡上海顶级下午茶。看起来云淡风轻,其则算计满满,群聊的真实目的在文末“图穷匕见”——“互推好品质男生,结交金融巨子,留学海归精英”。

原来“奢侈”也是可以拼出的。哪

有什么上海名媛,只有一切皆可拼的钓鱼党。

在名媛群,丽思卡尔顿酒店3000元一晚江景房,15个“名媛”一起拼,一人两百就够了,酒店浴袍也是15个人轮流穿着拍照,连一滴水都不带打湿的。一份下午茶6个“名媛”拼,一个人只要85元,就可以在朋友圈云淡风轻地摆出享用魔都顶级下午茶的美照。

当然,文中只有一些打了厚码的聊天截图,加上迎合公众情绪的文字,诸如“参加画展看上了戴金劳的弟弟”“DISS开奔驰宝马的,说他们小气事儿还多,一心想找法拉利”等等。这让人有理由对所谓“上海名媛群”的真实性存疑,也有人质疑这则文章故意制造心机女伪装名媛敛金的形象,骗取流量。

不过,近年来,人们在娱乐八卦和现实中,一些女生通过自己理单去五星酒店、花钱去头等舱、打高尔夫球,自费就读××商学院,借此打入上流圈,进而嫁入豪门,实现阶层跃升的例子,并不少见。

社会上给这些人打上了“捞女”的标签,认为在她们眼中,没有所谓的爱情,婚姻就是一桩交易,婚前娇饰最美好的一面,在社交平台进行自我营销,上演一出出教科书级别的“捞女上位记”。

只不过,所有的女孩都该明白,爱情和婚姻都不能活在欺骗里,鞋子再贵,是否舒服,也只有自己知道。那些虚荣心作祟,耍手段、使心机的姑娘,妄图走捷径,却很可能不留神掉进更大的坑。

因为假的真不了,真的假不了。无论是感情和婚姻关系,坚实的根基永远是互信互爱,谁也不可能和P出来的人朋友过一辈子。用批发量产的修图朋友圈、伪造的虚假人设或能蒙骗一时,却无法欺骗一世。

婚姻不是交易,与其去绞尽脑汁包装朋友圈,不如多提升自己,让精神世界丰盈,努力工作,开拓自己的事业,与真正适合的人携手走进只有一次的人生。须知,拼凑出的“名媛”人设,就算扮得再真,迟早会穿帮。

(据《新京报》)



刑法修正案(十一)草案二审稿10月13日提请全国人大常委会会议审议,草案对严重犯罪后“自洗钱”、有关兴奋剂违规行为等作出了明确规定。

新华社发

排列三	6 2 1 0		
排列五	6 2 1 0 3 1		
全国中奖情况			
玩法	奖级	中奖注数	每注金额
排列三	直选	8851注	1040元
排列五	直选	14597注	173元
排列五	直选	79注	10000元

出球顺序	03 09 34 04 05 09 07	
开奖结果	03 04 05 09 34 07 09	
全国中奖情况		
奖级	中奖注数	每注金额
一等奖	5注	1000000元
基本	0注	0元
追加	109注	118501元
二等奖	31注	94800元
基本	164注	10000元
追加	746注	3000元
三等奖	15575注	300元
基本	21297注	200元
追加	34331注	100元
四等奖	671376注	15元
基本	6811718注	5元
合计	0注	
本期奖池奖金:94245528.10元		