



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

社委会
方智平 江 单 李 青

编委会
江 单 李 青 张邦毛
董 哲 梅任重

专家委员会
李增勇 张华勇 龚德贤
黄 浩 朱文强

顾问 | 方智平 邓 飞
名誉社长 | 李克炎
社长、总编辑 | 江 单
常务副总编辑 | 李 青
副社长 | 钱正云 张存猛
副总编辑 | 周应文 董哲

采访中心
主任 | 董 哲 (兼)
编辑中心
主任 | 罗 阳
评论新闻中心
主任 | 张 颖
经济新闻中心
主任 | 黄道华
区域新闻中心
主任 | 潘利求
文旅新闻中心
主任 | 许平安
群众工作中心 (内参部)
主任 | 张学江
国际新闻中心
主任 | 黄 浩 (兼)
融媒体中心
主任 | 金 松
新闻影像中心
主任 | 罗明荣
经营中心
副总监 | 严明川
品牌战略中心
主任 | 骆 闻
先锋文化出版中心
总编辑 | 唐吉民
营商环境研究中心
主任 | 黄开堂
副刊编辑中心 / 《思想者》
编辑部
主任 | 艾华林
思想者电台
主编 | 郭园

驻境外记者
驻澳门记者 | 王 强
驻台北记者 | 黄昭蓉
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
驻加州记者 | 黄 浩
驻开罗记者 | 吴志刚
驻莫斯科记者 | 朱可夫
驻奥斯陆记者 | 向建军
驻伦敦记者 | 邓联辉
驻巴黎记者 | 卢伟平
驻巴西利亚记者 | 尹志强
驻堪培拉记者 | 欧阳子

在朋友圈吐槽前老板，无心泄愤也属侵权

“00 后”小刘 (化名) 从公司离职后，在微信朋友圈发布动态，称前老板老蔡 (化名) “四十岁的老登” “一股老人味”，还称老蔡 “企图乘机占地便宜” “锲而不舍展示魅力” “故意拖着工资搞心态” “逼迫离职” 等，并在文末配以带有嘲讽意味的语句 “祝你有个安详的晚年吧”。因认为小刘的行为侵犯自身名誉权，老蔡将其诉至浦东法院。(8 月 7 日光明日报)

离职后在朋友圈吐槽前老板，被不少年轻人视作无伤大雅的情绪释放。但上海浦东法院的这起名誉侵权案，直接戳破了大众的普遍误区：朋友圈的私下吐槽、无心抱怨、小众传播，都不是免责声明。一旦言论越界，即便没有害人之心，也要承担

侵权责任。

00 后员工小刘离职后，在朋友圈发布多条针对前老板老蔡的负面内容。她使用 “四十岁的老登” “一股老人味” 等贬低性词语，刻意矮化、嘲讽对方，同时指控老蔡借机占员工便宜、故意拖欠工资、恶意逼迫员工离职，最后以嘲讽语句收尾宣泄个人不满。

这些言论直指他人品行与职业操守，老蔡认为自身名誉受损，遂将小刘诉至法院，要求其删帖道歉，并赔偿各项损失五千余元。

庭审中，小刘的辩解极具代表性。她称自己没有刻意诋毁他人的主观恶意，只是单纯发泄职场情绪。同时她强调，这条朋友圈设置了仅前同事可见、三天可见，传播范围

十分有限，不会造成不良影响，不构成侵权。

但法律层面的判定，和普通人的直觉完全不同。传播范围有限，不代表没有传播。主观没有诋毁恶意，不代表客观没有造成伤害。侵权的认定，看的是行为和结果，不是个人的主观心态。

本案中，小刘的言论存在两处明显违法之处。其一，随意使用带有年龄歧视和人格贬损的网络词汇。“老登” 等热词在泛网络环境中看似玩梗，但精准指向特定个人、搭配嘲讽语境，就不再是调侃，而是赤裸裸的人身侮辱，超出了正常言论表达的合理范畴。

其二，多项负面指控均无任何证据支撑。小刘口中的职场骚扰、恶意欠薪、逼迫离职等行为，

都是能够彻底否定一个人职业声誉的严重负面评价，但她全程无法提供任何实质证据。无凭无据的负面指控，就是虚构事实，已然构成诽谤。

最需要纠正的，是私域权限的免责误区。很多人以为，分组可见、三天可见的朋友圈，属于私密空间，即便发言不当也无需担责。事实上，前同事是紧密的职场社交圈层，信息极易在小范围扩散、留存、二次传播。

权限设置只是缩小了传播人群，无法杜绝传播行为，更不能抵消言论侵权的客观事实。这些不当言论在同事圈层传播，直接降低了老蔡的社会评价和行业口碑，名誉损害真实且具体。

职场矛盾、离职纠纷，人人都会遇到。心里

有委屈、有不满，可以沟通、可以维权、可以理性倾诉，但不能用侮辱、造谣的方式泄愤。情绪宣泄不能以践踏他人人格、损毁他人名誉为代价。无心之失、随口吐槽，都不是突破法律边界的借口。

本案最终以调解结案，小刘承认言论不当，在朋友圈公开道歉并履行全部责任，双方达成和解。

这起案件的意义十分直白：朋友圈不是私人情绪的法外之地。无论传播范围大小、无论主观是否恶意，发言失当、事实失真，造成他人名誉受损，就必须为自己的言论负责。

■特约评论员 樊耀文

该给智能眼镜配上“法规眼眶”了

从日常生活中的即时记录，到机场、课堂、医院等多种场景下的专业辅助，智能眼镜勾勒出一幅“抬眼即知”的使用图景。然而，由于智能眼镜佩戴在面部，镜头更贴近使用者视线，拍摄行为也更容易被察觉。产品越接近普通眼镜，第一视角记录越自然，偷拍的风险也愈加不可忽视。

如今，抬眼就能记录生活、导航查信息、实时翻译的智能眼镜，凭借其便利迅速走进大众视野，成为不少人日常出门的随身装备。然而，藏在镜片背后的偷拍风险，也随之成了躲不开的公共难题。在

笔者看来，遏制智能眼镜的偷拍行为，必须给其配上“法规眼眶”，把所有风险都框进规则里。

众所周知，用手机、相机进行拍照录像，必须掏出来进行一番操作，且拿捏好拍摄角度，才能拍摄清晰。而智能眼镜则与之不同，它的镜头贴合人眼视角，外观极具迷惑性，使用者可以悄无声息地拍摄，旁人根本分不清对方是在看风景，还是已经按下了拍摄键。

按照国家出厂规范，此类产品拍摄时外侧指示灯必须亮起，拍照也会发出提示音，但这样的提醒实在太弱。

花几块钱从网上买个遮光贴，往指示灯上一贴，就能实现完全无提示的隐蔽拍摄。

更有商家提供拆灯改装服务，能直接拆掉拍摄指示灯，改装后再偷拍无声无光，旁人根本无从察觉。今年 6 月，就有乘客用改装后的智能眼镜偷拍空乘人员，还把画面公开发布到社区，引发了全网对智能眼镜隐私边界的大讨论。

技术本身没有对错，但滥用拍摄功能的行为，早已踩过了法律红线。《中华人民共和国民法典》明确规定，哪怕身处公共场所，未经他人允许偷拍肖像、

录制私密活动，都已经构成对肖像权和隐私权的侵犯，可现实中受害人维权格外艰难。不少偷拍者抱着“没人发现就没事”的侥幸，把公共场合当成肆意拍摄的自留地，游走在规则边缘的行为满足私欲，甚至售卖偷拍内容牟利。

目前，全国首个《智能眼镜行业标准草案》已经在推进中，对图像拍摄、录音功能都将作出明确规范。另一方面，工信部指导发布的《AI 眼镜可信视界自律公约》，也已经号召相关企业严守数据安全底线。

但是，行业自律之外，更要补上法律的补

丁：完善相关法规，明确智能眼镜拍摄的合法边界，细化偷拍行为的处罚标准，对售卖遮光贴、提供非法改装的灰色产业链，从源头进行全链条打击。

总之，技术创新永远不能以牺牲公众隐私为代价。给智能眼镜套上法规的“眼眶”，不是要扼死行业的发展空间；而是要在便利和安全之间找到平衡，让智能眼镜真正成为服务生活的工具，而不是侵犯隐私的“偷拍利器”。

■黄齐超

进口食品的“洋身份”不能靠“贴”

近日，东莞市市场监督管理局公布一则行政处罚信息，广东农优品食品有限公司生产的“欧维丽”西班牙进口橄榄油存在标签标示不规范、标签内容虚假等多项违法行为，企业被罚款 60.83 万元，并没收违法所得。

消费心理学中有一个概念叫“原产国效应”：消费者普遍认为来自特定国家的产品具有更高的品质，比如法国的红酒、瑞士的手表、西班牙的橄榄油。这种“原产国效应”本身是市场长期积累的信誉资本，但恰恰因为消费者对此深信不疑，它也成为不法商家最热衷利用

的“认知捷径”。

“欧维丽”正是精准地踩中了这条捷径：用“西班牙进口”“特级初榨”的标签，收割了消费者对“洋品牌”的信任溢价。而实际上，消费者花 225 元买到的，可能是成本极低的果渣油。

60 万的罚款，听起来不少。但算一笔细账：涉事企业生产了 300 瓶，销售价格 225.3 元 / 瓶，货值金额 67590 元，违法所得 18118.8 元。罚款是违法所得的 33 倍，看起来“重罚”了。

但问题在于：这 300 瓶橄榄油已经流向了 280 个消费者。60 万能弥补 280 个家庭被欺

骗的信任吗？能修复“欧维丽”这个品牌被透支的信誉吗？根据《中华人民共和国食品安全法》相关规定，60 万的罚款尚在法律规定的幅度之内，但这恰恰说明：对于靠造假牟利的企业来说，现有法律的处罚上限可能仍然“不够痛”。

更值得追问的是：这些产品究竟是如何通过层层检验流入市场的？标签造假绝非“技术失误”或“工作疏忽”，而是从配料设计、包装印刷到上市销售，每一环节都心知肚明的“主观故意”。当利益链条上的每一个参与者都对造假行为默许甚至

配合，所谓“检验”便形同虚设，所谓“标准”也就成了一纸空文。

事实上，此类乱象并非偶发个案，而是进口食品领域长期存在的积弊。洋品牌利用消费者对“进口”标签的天然信任，在配料表上玩弄文字游戏，以次充好、虚标成分，甚至将普通原料包装成“高端配方”以抬高溢价。这种行径不仅严重侵害消费者的知情权和健康权益，更在反复试探法律底线，让“洋身份”沦为欺诈的工具。

进口食品的“洋身份”不能靠“贴标签”贴出来，消费者的信任更不能被“假配料

表”一次次透支。监管需要的远不只是一张罚单，而是一套让造假者“不敢再犯”的制度体系：提高抽检频次与精准度，建立全链条追溯机制，将造假行为纳入企业信用档案并公开曝光；更要大幅提高违法成本，让每一次标签造假都付出真实的、不可承受的代价，让“一次造假、终身禁入”成为行业共识，让守法者受益、违法者寸步难行，才能真正守住食品安全的底线，也守住市场公平竞争的秩序。

■岳洋