

学习贯彻习近平法治思想

——案件新闻纵深——

年关岁末，“年终奖发没发、发了多少”成了职场人热议的话题。有人满心期待着这笔钱犒劳自己一年的辛苦，也有人因此陷入焦虑或失落，“说好的奖金突然缩水”“该发的钱迟迟不到”……类似的抱怨屡见不鲜。那年终奖究竟是“企业可随意调整的激励”，还是“劳动者应得的报酬”？发放该由“老板口头说了算”，还是“白纸黑字写清楚”？这一系列问题的背后，是劳资双方在权利与义务边界上的博弈，明晰这一边界，正是化解年终奖争议的关键所在。

年终奖，发与不发谁说了算？

□ 李洁 陶镜玄



漫画：蔺颖

业绩未达标，年终奖可以说扣就扣吗？

2022年10月，邵某受聘于德顺公司担任置业顾问。入职当天，双方签订了劳动合同。合同明确约定，邵某的劳动报酬由基本工资与房屋销售提成两部分构成，其中提成按照销售房屋成交金额的一定比例核算，按月结算发放。

这一约定让邵某干劲十足，他全身心投入到销售工作中，凭借专业能力和不懈努力，促成了多笔房屋交易，月度提成也相当可观。

然而，从2023年1月起，邵某发现公司的薪酬发放方式悄然发生了变化，每月核算的销售提成，公司仅实际发放了房屋销售提成的80%，并将剩余的20%进行了拆分：10%作为年终奖，另外10%则待房屋交付后发放。

2024年5月，邵某从德顺公司离

职。之后，他申请劳动仲裁，要求德顺公司支付其2023年1月至12月期间按10%比例预留的年底提成，共计2.7万元。劳动仲裁支持了他的请求。德顺公司不服，向法院提起诉讼，请求改判其无需支付邵某10%的年终奖。

德顺公司认为，公司在2022年施行了新的薪酬架构制度，规定了10%的提成作为年终奖发放。然而，当年公司的签约率未达到80%，因此决定不予发放年终奖。

法院认为，根据邵某提交的月度提成表和双方陈述来看，所谓的年终奖，实质上只是德顺公司每月从邵某的月度房屋销售提成中预留出来的。但该公司并未提供证据证明将这部分预留的提成作为年终奖进行考核时得到了邵某的同意。因此，法院认为德顺公司诉请无需支付邵某年终奖即10%的年底预留提成，缺乏事实依据，不予支持。最终，法院判决德顺公司向邵某

支付2023年年度的年终奖2.7万元。

签了离职协议，年终奖可以说“说没就没”吗？

2024年5月，曹某入职振胜公司，从事成本管理工作，双方签订了期限至2024年12月31日的劳动合同。合同中载明了年度绩效奖金为4.18万元，并对奖金的核算与发放规则作出了详细说明：核算周期为每年公历1月1日至12月31日，发放时间则定于当年农历年底前。对于当年11月1日前入职且工作至12月31日的员工，按实际工作月数来确定；而对于未工作至当年12月31日即离职的员工（无论主动或被动），则不予发放。

2024年12月15日，曹某提出离职申请。同年12月18日，双方签订终止劳动关系协议书，约定于2024年12月18日解除劳动关系，未结算薪酬6.26万元已经涵盖了振胜公司向曹某支付的全部费用，包括但不限于劳动报酬、加班工资、年终奖等。协议签订后，振胜公司支付了该笔款项。

之后，曹某从公司其他员工处得知2024年度年终奖已于2025年2月发放。于是，他认为双方签订的终止劳动关系协议书载明时间为2024年12月18日，统计了未结算的报酬，但那时年终奖还没计算出来。而且协议书的内容明显加重了其义务，同时减轻了公司的责任，有关年终奖的约定应属无效条款。

为了索要年终奖，曹某多次与振胜公司沟通，但公司均以双方已签订离职协议、款项已全部结清为由拒绝了其要求。于是，曹某向法院提起诉讼，请求判令振胜公司支付其年终奖4.18万元。

庭审中，振胜公司提交了双方签订的劳动合同、终止劳动关系协议书

以及付款凭证，主张协议是双方自愿签订，内容合法有效，公司已履行了全部付款义务，不应再额外支付年终奖。

法院审理后认为，双方签订的终止劳动关系协议书，未违反法律、行政法规的强制性规定；且曹某未举证证明存在欺诈、胁迫、重大误解或是显失公平的情形，该协议书应认定有效。振胜公司已按照协议约定履行了相应义务，最终驳回了曹某要求公司支付年终奖的诉请。

发了15年的红包没了，福利可以说“说变就变”吗？

2007年12月，李某入职翔宇公司的厨房工作，负责员工餐的制作和厨房卫生。自2008年起，双方每年签订一份为期1年的劳动合同，仅对基本工资、工作时间、工作内容等核

【案后余思】

每到岁末年初，“年终奖，发了吗？能发多少？”总是牵动着职场人的神经。有人因一笔丰厚的奖金感受到企业的温度，坚定了并肩前行的信念；有人却因约定落空、福利中断，陷入维权的疲惫与失望。这看似简单的关切，背后却是一场关于规则、权利和信任的博弈，折射出规则模糊与权责失衡的深层问题。

现实中，不少劳资纠纷的根源，在于规则的“模糊地带”与信任的“缺口”。有些用人单位在薪酬结构设计上预留了过大的“弹性空间”，将年终奖视为成本调控项，而非制度化薪酬的一部分。这或许短期内可让用人单位灵活把控开支，但从长期来看，其既破坏了内部薪酬分配的公平

心条款进行了约定，并未涉及任何关于年终奖的内容。

李某暖心的是，从入职后的第一年开始，每年农历年底，公司都会给他发放一个厚厚的现金红包。这一坚持了15年的年终红包，不仅是一笔额外的收入，更成了李某心中一份特殊的“年终仪式感”，让他感受到公司的人文关怀，也让他安心工作了15年。

然而，2022年下半年，翔宇公司因业务调整，决定搬迁经营地址。新地址距离李某的住处较远，且通勤不便，双方在续签劳动合同时，就工作地点、交通补贴等问题产生了分歧，最终没有成功续签，李某于当年年底正式离职。

离职后，李某一直盼着公司像往年一样发放年终奖，却迟迟没有消息。直到2023年春节过后，他才得知公司当年并未给他发放这笔红包。这让李某十分寒心，他认为自己在工作了

15年，每年都能领到红包，早已形成惯例，公司无理由因为未续签合同就单方面取消。

随后，李某申请了劳动仲裁，但对仲裁结果并不满意，于是提起了诉讼，要求翔宇公司支付其经济补偿金、2022年度年终奖以及未休年假工资等。

在法庭上，李某情绪激动地陈述了这延续了十多年的“惯例”，并提交了部分当年领取红包的签收记录和同事证言。法院审理后，支持了李某的经济补偿金、未休年假工资等主张。

但法院认为，李某与翔宇公司未有支付年终奖的约定，翔宇公司也无相应的规章制度，此前发放的现金红包仅为公司自主给予的福利，并非法律层面上的强制性义务，加之公司经营地址变动可能伴随着经营成本调整等状况，其有权根据实际情况决定是否发放及发放金额。最终驳回李某要求支付年终奖的诉请。

建立透明规则 体现人文关怀

性，也侵蚀员工对企业的信任基础，甚至埋下法律风险的隐患。

而从劳动者角度来看，维权之路的坎坷，往往源于自我保护意识的薄弱。不少人习惯于“口头问、心里记”，却怯于将约定白纸黑字加以落实，也疏于在日常工作中留存关键证据。一旦争议发生，往往因“证据不足”或“错过时效”而陷入被动，维权之路充满时间与心理的双重压力。

破解年终奖争议的困局，始于观念转变。用人单位应将年终奖的发放规则写进合同、考核标准等文件，将“约定即责任”刻进经营理念，这比事后解释更能凝聚人心。更重要的是，要建立更温情的离职关怀机制，针对主动离职、被动优化等不同场景，可结合员工在职贡献

给予合理的福利衔接，这份温情不仅能妥善处理劳资关系，更能为企业树立良好的雇主品牌，打动在职员工、吸引潜在人才。劳动者亦应主动确认约定、留存凭证，防患于未然。毕竟，用人单位靠劳动者业绩，劳动者靠用人单位回报。

年终奖的分量，从来不只是账面数字的多少，更是规则的尊严与信任的厚度。当用人单位以透明的规则、诚信的态度对待每一名劳动者的付出；当劳动者以理性的方式、充分的准备维护自身权益，才能推动劳动关系的规范化发展。当双方摒弃博弈思维，相向而行，这份“年末惊喜”才能真正承载激励价值与人文关怀，实现企业与员工的双向奔赴。

案里说民生

居家护理期间患者死亡，保姆与平台如何担责？

□ 高蒙蒙 贾冉



漫画：蔺颖

保姆居家护理期间患者死亡，家属能否要求保姆及家政服务平台承担赔偿责任？近日，江苏省淮安市淮安区人民法院审结一起家政服务合同纠纷案件，判决驳回家属要求保姆及平台赔偿的诉讼请求。

金某因脑干出血等疾病长期住院治疗。2024年5月8日，金某出院时仍处于昏迷状态。同月11日，金某家属陈某通过某家政服务平台聘请尹某作为住

家保姆，并在线签订家政服务合同，约定服务内容为“打扫卫生、照顾老人/病人”。次日，尹某首次上门服务，在为金某进行擦身和按摩身体后，金某于当天下午死亡。家属认为尹某未尽专业护理义务，平台推荐的服务人员不具备相应资质，遂诉至淮安区法院，要求尹某、平台共同赔偿死亡赔偿金、丧葬费等共计132.7万元，并退还服务费。

淮安区法院经审理认为，本案争

议焦点在于两被告是否应承担违约责任。首先，案涉家政服务合同明确约定服务范围仅限于生活照料，不包括医疗诊断、医疗护理等专业医疗行为。尹某提供的擦身、按摩服务均属于合同约定的生活照料范畴，现有证据不能证明其操作存在过错，也无法证明该行为与金某死亡之间存在法律上的因果关系。其次，平台作为信息中介，已履行对服务人员的资质审核义务，合同中对于服务内容和责任限制亦有明确

【法官说法】

厘清责任边界 明确各方义务

本案的裁判明确了“互联网+家政”模式下服务纠纷的责任认定规则，对规范行业经营、引导消费者理性选择具有参考意义。

合同约定是界定服务责任的基础。家政服务合同中的“照顾病人”通常指清洁、喂食、肢体按摩等日常生活协助，不包括生命体征监测、病情评估、急救等需专业资质的医疗行为。除非当事人另行明确约定护理标准或医疗职责，否则不应将专业医疗护理责任施加于普通家政服务人员。

家政服务平台应尽到充分的提示

提示，不存在虚假宣传或推荐不当的情形。再者，金某出院时病情危重，医院已明确告知转运及居家风险，家属亦签署风险自担承诺书，其将需要专业医疗护理的重症患者交由普通家政人员照料，自身负有审慎选择义务。

综上，法院认定尹某依约履行了生活照料义务，平台亦已尽到合同义务，故判决平台退还服务费7300元，驳回家属其他诉讼请求。家属不服提起上诉，二审法院维持原判。

观察与思考

新媒体账号外包运营 风险及治理路径

□ 孙云文

观察与思考

新媒体账号外包运营 风险及治理路径

在互联网流量红利趋缓的背景下，新媒体账号已成为个人择业创业、个性展示与流量变现的重要载体。为提升账号影响力或实现更高的经济收益，不少新媒体账号注册人将账号管理与内容运营外包给代理公司，由此衍生出一系列风险。

一是主体信息不透明，资质核验机制缺失。多数外包合作始于线上接触，注册人往往仅凭代理公司的自我推介、过往案例展示或口头承诺即达成合作意向，对其真实资质、信用状况、团队专业能力缺乏有效核验途径。部分代理公司甚至未进行规范的工商登记，一旦产生纠纷，维权对象难以确定。

二是合同约定宽泛化，权利义务配置失衡。双方虽签订有代理运营合同，但条款对服务质量标准、内容合规性要求、数据安全保障、收益分配细则及违约责任的约定较为笼统。尤其对于全权委托代理，注册人的账号控制权、内容终审权被实质性让渡，却未获得对等制衡机制，处于明显的弱势地位。

三是运营行为短期化，内容生态与法律风险并存。部分代理公司坚持“流量至上”，大量搬运、拼凑未经核实的信息，制造夸张的“标题党”内容，刻意掺入低俗内容以博取眼球。此类做法容易引发侵害他人名誉权、肖像权、著作权等纠纷，注册人成为第一责任主体，而代理公司可能依据免责条款逃避责任。

四是数据与资产安全失控，账号存在“脱管”风险。将账号管理权完全交付后，注册人对后台数据、用户信息、资金流水的掌控能力大大削弱。实践中，代理公司私自变更商户号、转移收益、违规获

取并使用个人信息等现象时有发生，既侵害注册人财产权益，也可能因违反个人信息保护法而招致行政处罚。

针对以上问题，笔者建议：

一是强化平台前端管控，推行“授权+备案”双核机制。一方面，新媒体账号平台应完善账号“权限管理”功能，提供精细化运营权限授权选项（如仅内容编辑、仅数据分析等），取代简单的账号密码交付。另一方面，探索建立“代运营关系备案公示”制度，要求代理公司通过平台官方渠道进行合作关系备案，公示代理公司基本信息。对于接受全权委托的账号，平台可考虑进行适当标记，加强对其内容的日常巡查，从源头上减少违规操作。

二是制定推广示范合同，引导权利义务公平配置。研究制定相关委托运营服务合同的示范文本，示范文本应着重细化代理公司的资质承诺、原创比例、合规标准等服务质量，注册人对付费推广、使用用户数据等重要事项的单独同意权，针对内容侵权、数据泄露等风险的追责与赔偿机制等方面的核心规定，从缔约环节预防纠纷。

三是明确代理公司法律责任，加强行业信用监管。明确代理公司在运营过程中因其行为导致注册人对外承担侵权责任或行政责任的，注册人有权依据委托合同或侵权责任关系向其全额追偿。将严重违约、多次引发侵权诉讼或受到行政处罚的代理公司列入“黑名单”，并通过平台或协会渠道进行风险提示。

四是提升注册人法治素养，倡导理性审慎合作。引导注册人树立“权责自负”的底线思维，在决定外包前，应主动核实代理公司主体信息与信用状况；在合作期间，应定期审查后台数据、内容走向与财务状况，发现内容涉嫌侵权或违规风险时，应及时提出纠正要求，必要时可行使单方解除权。

（作者单位：江苏省东台市人民法院）

付费即可查找他人定位信息？被告人行为构成诈骗罪！

杨晓东 杨晓丹

近日，河南省灵宝市人民法院审理了一起诈骗案，以诈骗罪判处被告人张某某有期徒刑九个月，并处罚金及追缴违法所得。

经审理查明，被告人张某某为获取非法利益，在某APP上发布可以帮助查询他人位置、轨迹等虚假信息。2025年2月，被害人张女

士在某APP上看到该虚假信息，因和男朋友分手而情绪冲动的她就联系了对方，却不想落入了诈骗陷阱。被告人张某某在接触被害人后，通过添加QQ及微信好友套取个人信息，制作虚假查询信息文件压缩包发送给被害人，骗取被害人7500元，后拉黑被害人。

灵宝法院审理后认为，被告人张某某以非法占有为目的，利用互联网发布虚假信息骗取他人财物，数额较大，其行为已构成诈骗罪。法院对其利用互联网发布虚假信息，对不特定多数人实施诈骗的情节，酌情从严惩处。根据其认罪悔罪表现、社会危害程度等，依法作出上述判决。

【法官提示】

公民个人位置信息受法律严格保护，非法获取、提供或出售都涉及违法犯罪。本案中，犯罪分子正是抓住了受害者心理弱点，成功实施了诈骗行为。

在此提醒大家：任何声称“非法定位”的服务均为诈骗，非法查询他人信息同样涉嫌违法；对“轻松解决难题”的广告保持警惕，对涉及金钱的“黑科技”多留个心眼，切不可病急乱投医，以免给诈骗分子可乘之机。