

察者看台

规范“网红带货”
可参照“明星代言”

李英锋

近日,在淘宝直播平台,有近千万粉丝的“带货一哥”李佳琦的直播“翻车”了。他在带货某款不粘锅时,鸡蛋在该锅中处处粘锅,场面十分尴尬,也有人因此质疑其带货的质量。该品牌旗舰店回应,不粘锅质检合格,对产品有自信。

“直播带货”已成多家电商平台标配,已成为一种最时髦的网络促销方式。不仅主播、网红们带货带得风生水起,屡创新高销售量佳绩,就连李湘、柳岩、王祖蓝等一众娱乐圈明星也纷纷走进直播间,带起了货。《2019年淘宝直播生态发展趋势报告》显示,随着越来越多的消费者通过淘宝直播达成购买,2018年加入淘宝直播的主播人数较此前一年劲增180%,每月带货规模超过100万的直播间超过400个。

今日谈

“中国好邻居”要有“好下文”

李云勇



日前,有一条如此的新闻报道——《“中国好邻居”的诚意之举是一面镜子》:四川绵阳这对夫妻在住宅装修之前给邻居送食用油、留道歉信,暖心举措让人倍感温馨,如此“宠邻居”也给正确处理邻里关系带来了十分有益的启示。

关于住宅装修,2019年的夏天笔者感受深刻,不足1岁的孩子,70多岁的爸妈等人深受楼下中午12点之后和双休日的装修之苦。笔者对装修前给邻居送食用油持保留态

热点漫评

“代经济”负面影响不能小觑

刘天放



“代喝奶茶、代吃火锅、代长胖,每单收费标准为‘食品价格+路费+10元’。”记者近日发现,在电商平台上出现了很多新的“代服务”方式,代吃、代喝、代订酒店、代遛狗……“代经济”层出不穷,人们对其却褒贬不一。有人认为,它是消费升级和无限

网红们充分利用粉丝聚焦效应,在商家和粉丝之间搭建销售桥梁,可以提升商家的销售效率。当然,如果网红们诚信带货、良性带货,也有助于消费者更全面更准确地了解相关商品或服务进而做出更好的选择。但是,目前的“网红带货”还处于一种野蛮生长的状态,泥沙俱下。不少网红在带货过程中,不同程度地存在夸大宣传、数据造假、未体验推荐甚至销售三无产品、不合格产品、变质产品等问题,损害了消费者的权益,也扰乱了网络促销秩序。

网红们通过“直播带货”推介商家的商品或服务,收取商家的广告费、返点等报酬,已经具备了“广告代言人”的法律特征。显然,“网红带货”与“明星代言”的行为性质是

一样的,所以,规范“网红带货”完全可以参照“明星代言”。《广告法》第三十八条明确了代言义务和底线——广告代言人在广告中对商品、服务作推荐、证明,应当依据事实,符合本法和有关法律、行政法规规定,并不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明。市场监管部门可以据此对“网红带货”行为进行整治,引导网红们增强自律意识、诚信意识,守住法律底线,规范带货行为。

同时,电商平台对“网红带货”也有一份管理责任。根据《电子商务法》第二十九条、第三十八条规定,电商平台对平台内经营者销售商品或提供服务时的侵害消费者合法权益行为,应当采取必要措施,并向有关主管部门报告,如果电商平台未采取必要措施,应承担连带责任。

装修好了搬家时能戒掉陋习,远离扰民的烟花爆竹吗?入住后会不会“关进小门成一统,管他春夏与秋冬”?必须积极参与制定邻里文明公约,参与社区事务,掌握相关信息,增强邻里了解,多多爱心互助。当好热心人,争做“好邻居”,“好邻居”才能名副其实。

以做“好邻居”为荣,是新时代的要求。中共中央、国务院近日印发的《新时代公民道德建设实施纲要》提出:“推动践行以文明礼貌、助人为乐、爱护公物、保护环境、遵纪守法为主要内容的社会公德,鼓励人们在社会上做一个好公民。”我们在社区能做一个“好邻居”,在社会就能做一个好公民。让我们不断努力,向“中国好邻居”进军,做好一篇篇“中国好邻居”的“好下文”,我们的社会就会更加美好。

分工的产物,是新的经济“风口”;也有人认为,它只会批量生产“懒人”,是资本浪潮下的又一个“泡沫”。

“代经济”是为“懒人”设计的模式,却也是资本不断将其推高的结果。如果说资本助推“代经济”是资本逐利本性的正常反应,那么,有大批人追随也就没有什么可以指责的。毕竟,“懒”也是人的本性,省时省力的事情总能吸引人。

然而,即使“代经济”看似正常,却也要对此保持警觉,对其负面影响不能小觑。虽然“代经济”有一定市场,但由于需求面不够广泛,当然也不可能成为主流消费模式,其发展很可能催生人们的偷懒意识,甚至有批量制造懒人的可能。尤其是

热点发声

“人脸识别”
也应遵循法律边界

2019年4月,浙江理工大学特聘副教授郭兵花费1360元,购买了杭州野生动物世界的年卡,入园时要同时验证卡和指纹。10月17日,园区向他发来短信,称“年卡系统已升级为人脸识别入园,原指纹识别已取消,即日起,未注册人脸识别的用户将无法正常入园”。郭兵将动物世界诉至法院,理由是园区强制收集个人面部特征,违反《消费者权益保护法》。2019年11月1日,杭州市富阳区法院受理此案。



1.任何单位和个人,非基于必要原则或为维护更重要的法益,不能收集并使用人脸等生物信息,而经营者更不该未经消费者同意而收集个人信息。具体到此事件中,杭州野生动物世界只是一个普通的经营者,不属于可以强制采集公民个人信息的执法机关。其根本没有任何理由和权利来采集并保存公民的个人信息。更何况,其采集这些信息后,如何妥善保存,是否被滥用于其他领域也是未知数。

也就是说,经营者单方面将“人脸识别”作为唯一的检票入园条件,实际上是变相地强行收集个人信息。而且,这种强行要求消费者只能“刷脸”方能入园的做法,严重侵犯消费者自主选择消费方式的权利。对此,市场监管部门及信息安全部门均有必要积极作为。划定“人脸识别”边界并夯实收集个人信息者法律责任,制止滥用“人脸识别”侵犯消费者正当权益的行为,避免出现不可控制的安全隐患。

——评论员 史洪举

2.人脸识别的普遍应用,无疑对信息保护提出了新的挑战。可是,就目前的信息保护和法规而言,能否为公众的脸部信息保护提供可靠的防火墙?个人信息的采取边界在哪?个人信息泛滥式采集和隐私保护的滞后性矛盾如何解决?这些问题应同步解决,便利的人脸识别才能让我们更舒心更安心。

杭州野生动物世界向该教授妥协,同意为一些不想“被刷脸”年卡用户保留传统验票方式,这当然是可赞之举。可是,它并不能代表该动物世界采集用户脸部信息的合法性和安全性,没有很好地消弭公众对个人隐私的担忧。安全先于便利,这起教授代表消费者起诉商家的“人脸识别第一案”,不是哗众取宠博取眼球,而是在纷繁芜杂的网络新时代,再次敲响个人信息保护的警钟,其积极意义不容小觑。

——评论员 黄齐超

说道说道

1.“小学生过了晚上9点就不用写作业。”近日,有地区针对学生减负问题公开征求意见。方案一经发布,便触发了不少家长的担忧:“用不了多久,孩子就得成学渣了!”

减负,不是削弱学校教学的分量,反而是对其“能量密度”的进一步倒逼。当学校教学的“营养”充足时,在课外时间才能更好放松身心,这才是减负的一体之两面。在这方面,相关政策得继续动真格,整治“超纲考”调整指挥棒是必要的,同时也要科学平衡学校与家长之间的责任分配。眼下,作业家长来改、学习家长督促、特长家长培养的现实背后,其实是一些教育责任从学校向家庭转移。而家长能力、精力有限,往往仓皇加压而又不得其法。因此,减负不能光在课堂时长、作业数量上做减法,更应该提高学校教学的质量,让孩子应学尽学,在此基础上加强学校与家庭的沟通,充分赢得家长的信任,从根上纾解“掉队”焦虑。

——评论员 郑宇飞

2.考公务员、考英语证书、考职业资格证书……如今,随着职业竞争日益激烈,越来越多已经工作数年的职场人士重拾校园节操,利用空闲时间让自己补充学习、加油充电。去哪儿“充电”?有的人选择“蹭”大学自习室,有的选择去咖啡厅,也有的选择24小时书店等场所。一些专供职场人士充电学习的付费自习室也应运而生。

从完善社会服务的角度看,满足学习者的自习需求,相关管理部门对付费自习室这一新生事物不妨更宽容些。只要其在消防、卫生等方面达标,不妨放开管理,乃至给予一定的支持,让更多职场人士有充电的空间,丰富精彩的人生。在公共资源方面也不妨加大开放力度,比如,盘活更多社区图书馆,适当延迟公共图书馆的开放时间,鼓励有条件的企事业单位开放学习功能区等。相信随着有更多的公共学习空间的出现,不仅能满足广大职场人士的充电需求,也有助于营造良好的学习风气,推进学习型社会的建设。

——评论员 刘琛