

→ 察者看台

直播带货里的假冒伪劣不能止步于退款

■王 航

5月23日,博主“科技小辛”发布手机测评视频,直指快手头部主播驴嫂平荣所卖手机为“山寨机”。5月26日,快手平台回应称,驴嫂平荣所卖手机确有质量问题,已实施退款不退货。

一句轻飘飘的“确有质量问题”,恐怕难以掩盖驴嫂平荣知假售假的嫌疑,而“退款不退货”的事后处置也显得罚过不相当。

经“科技小辛”检测发现,驴嫂平荣所卖的手机机型,官网上并没有,入网许可证是假的,宣称的8+128g的大内存是扩容的,3个摄像头中2个都是假的……从头到尾恐怕只有“收割的心”是真的。一部号称原价4999元,自掏腰包补贴降至899元的手机,若说主播不知道它是假的,怎么都不合情理吧。

事实上,这已经不是驴嫂平荣第一次直播带货引发争议。2020年12月,她因在直播间鼓吹松茸酒抗辐射、抗衰老被打假人王海质疑,平荣及其丈夫二驴在直播平台道歉并

保证改正,二驴甚至在视频中喊王海“爸爸”求放过。短短半年的时间,当日的保证言犹在耳,如今却又再次变本加厉地售卖假货,欺骗消费者,无怪乎网友们直呼——这样的主播还留着干嘛?

话糙理不糙,对于这种屡教不改且愈发变本加厉的主播,难道就任由他们一次次视法规为无物,知假售假之后退款处理,然后再继续诓骗消费者吗?难道对于他们就真的没有别的惩治办法了吗?非也!

市场监管总局出台的《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》明确指出,网络主播采用网络直播方式对商品作宣传,应当符合《反不正当竞争法》有关规定。对商品作虚假或者引人误解的商业宣传的,由监督检查部门责令停止违法行为,处二十万元以上一百万元以下的罚款;情节严重的,处一百万元以上二百万元以下的罚款。

而今年5月25日施行的《网络直播营销管理办法(试行)》也为网络直

播人员划定了“八条红线”,要求平台对违法违规主播采取关闭账号、列入黑名单、联合惩戒等措施,并明确指出应依据具体情况追究主播相应的民事责任、行政责任和刑事责任。

法律的生命力在于执行!既然相关红线已经划定,那么对于直播售假的监管行为就必须“循规蹈矩”。对于平台而言,理应至少先暂时封闭其账号,视调查情况再决定是否封禁注销账号,而不能任由售假主播继续疯狂敛钱;对于市场监管部门而言,更应该及时介入,该没收违法所得要及时没收,该罚款要严肃罚款。一旦查实主播知假售假,理应依法追究刑事责任,该判刑就判刑。

直播售假所引起的众怒,必须用合法合规的处理来平息,而直播带货回归正常轨道也必须由刚性执法来引导。无论是从维护消费者合法权益的角度来看,还是从促进直播行业健康发展的角度来讲,直播售假都不能止步于退款处理。这样“自罚三杯”的惩罚,无异于是对直播售假者的纵容!

→ 新闻漫话

商家“玩梗”不如产品过硬

■陈若松



近日,“捆足”臭豆腐商标因违反《中华人民共和国商标法》相关规定,被北京市高级人民法院宣判为无效。法院认为,济南国足豆腐餐饮将“捆足”商标主要使用在臭豆腐等商品上,存在贬损、讽刺的倾向,易产生消极的、负面的不良影响。

作为网红臭豆腐品牌,“捆足”

商标自诞生以来就颇受争议,早在2019年就被国家知识产权局判为无效。此后三年,济南国足豆腐餐饮以原告、第三人身份多次提起诉讼,但均以败诉告终。而此次北京高院的

宣判为终审判决,这意味着“捆足”商标将不能再使用。

几次完全一致的判决结果,说明“捆足”商标确实存在不小的问题。除了存在贬损、讽刺的倾向外,“捆”字本身也含暴力倾向,意为“用手掌打、打巴掌”,且商标整体亦未形成第二含义,易对公众产生消极、负面作用。

其实,济南国足豆腐餐饮调侃国足的目的不难推测,无非是通过“玩梗”、蹭热度,引起顾客注意,迅速打响名号。这种做法在当下相当普遍,本身无可厚非,但前提是不能有害于社会道德风尚或者有其他不良影响,更不能违反法律法规。而“捆足”臭豆腐对国足的调侃显然有些过了头,更不必说“捆”字本身就不适合用作商标名称。

这也再次提醒广大商家,虽然“玩梗”、调侃、蹭热度能换来一时的关注度,但也很容易触及法律红线和道德底线。一旦被判商标无效,白白浪费在商标上的投入不说,还可能受到罚款、责令整改等处罚,得不偿失。与其被有争议的商标牵绊,不如用优质的产品和服务去真正赢得顾客的信任和青睐。毕竟,留住顾客的是产品本身,而非一个有争议的招牌。

→ 有话就说

“反诈警犬”,创意满满

■宋 燕

为了让大家远离电信诈骗,连警犬也坐不住了。

近日,上海警方在一广场举行了一场反诈直播活动,现场三只可爱警犬变身反诈“宣传员”上线“营业”。路人只要扫码下载国家反诈中心App,就能够抚摸它们,还可以与民警合影。

既能学到如何反诈,又能撸到可爱的警犬,这波反诈宣传创意满满、趣味满满,硬核操作!

前有“反诈奶茶”,后有“反诈鸡蛋”,今又有“反诈警犬”出道。面对层出不穷的电信诈骗案件、花样百出的诈骗手段,全国各地的警察可谓绞尽脑汁、煞费苦心,推出了不少形式多样、脑洞大开的新招、奇招。

这些“博眼球”的做法目的只有一个,就是让更多人了解反诈知识、提升反诈意识、掌握防范技巧,保护好自身财产安全。

电信诈骗套路深,事先防范不入坑。近年来,我国打击电信诈骗的力度持续加大,治理电信诈骗的能力和水平不断提高,在事后打击的同时,更加注重事前防范。“天上不会掉馅饼,中奖退税是骗局。飞来大奖别惊喜,让你掏钱洞无底……”加强反诈知识的宣传,



让反诈意识深入人心。如果每一个人都能擦亮眼睛,及时识破骗子的招数和手段,电信诈骗将无处遁形。

全民反诈,必将天下无诈。

世相浅见

1. 一男孩听到自己被重点中学录取后喜极而泣,全班同学都为男孩鼓掌祝贺。最近网上流传的一条视频,引发广泛关注。视频中的画面很美好。孩子努力付出,收获喜悦,令人欣慰。可是,当画面背后的心酸被揭开,这份“喜极而泣”变得有些沉重。原来这个男孩在二年级时妈妈因为意外去世,爸爸也在车祸中受了重伤,不但要上学还要照顾妹妹。

点评:正如网友留言:热泪盈眶,唯有敬意。我们期待,这个男孩在磨难中成长,从磨难中奋起。追梦之路何其艰辛,孩子稚嫩的肩膀要扛下的还有很多。学费、生活费怎么解决,车祸重伤的父亲、年幼的妹妹谁来照顾,都是问题。我们的保障体系、教育系统、慈善机构,以及社会大众要充分发挥自己的职能和优势,让孩子少一些苦难,多一些温暖和呵护。

2. 六一儿童节来临之际,根据市场监管部门提供的投诉线索,市场监管执法人员围绕消费者投诉进行了调查,结果显示号称品牌儿童雪地靴,实际却是三无产品,网店称不退货就不给退款;儿童手推车稳定性差、儿童学习椅安全性能不合格……

点评:儿童用品是一个良心行业,需要具有更多道德情操,不少儿童用品企业也是以此自我要求的。良心必须要有,但保证儿童用品安全,不能简单道德化。儿童用品生产要有良心,但儿童用品安全不能仅靠良心保证。儿童用品安全需形成可控闭环,源头防好,中间卡好,末端守好,才有岁月静好。安全必须落到实处。只有消费安心,才能消费放心;只有放心消费,才会扩大消费。儿童用品是一个庞大的市场,把质量底线守住了,事关千家万户的高品质生活,事关千商万企的高质量发展。

3. 近年来,以历史为背景的影视改编剧如雨后春笋,不断涌现。有以古代为背景的《大秦赋》《大明风华》,也有以近现代史为背景的《我们的法兰西岁月》等。虽然评价各异,但不难看出,影视剧在向着传播历史文化的方向努力。特别是近期持续刷屏的《觉醒年代》,引发了公众对影视剧能否进一步提高历史学习热情的讨论。

点评:必须承认,影视剧可能会让原本就稍微了解这段历史的人更加记忆深刻,但对于更多的人来讲,可能压根就不给影视剧这个机会,让自己去了解这段历史。因此,历史的传播和教育不能仅仅依靠专业课本,也不能完全依靠影视文化。这需要各行各业不断地投入,不管是学校、剧作方,还是相关部门、社会各界,乃至家长都应该发力,用优质的内容潜移默化去影响人们的想法和评价。历史不是说教的,也不是生硬的,它会像水滴石穿一样慢慢渗透进每个人的心里。尽管《觉醒年代》已经结束了,但对历史的学习还在继续。

综合新华网、人民网

→ 今日论坛

健康童年需播下快乐种子

■刘天放

今天是孩子们翘首期盼的六一儿童节。家长们也一定早就为自己的孩子精心准备了礼物,让孩子带着愉悦的心情欢度节日。其实,家长每天都应该送给自己孩子一份礼物,这份礼物就是“快乐”。这份叫“快乐”的礼物不仅能让孩子在儿童节感受到,更要让孩子在平时体味到。

想拥有快乐是人的天性,它与生俱来,但并不是所有人都天然懂得如何拥有快乐,尤其是儿童。那么怎样培养快乐,首先就考验父母的智慧。面对纷繁复杂的生活,能够快乐起来绝非易事,而儿童又最容易受父母的影响。因此,如果父母因整天忙于工作或因生活压力大整日叫苦连天,那么,孩子也很容易消极悲观。

父母的陪伴和倾听,是使孩子快乐的一个重要方面。孩子都有自己的喜怒哀乐,也需要向他人倾诉,向别人宣泄,而需要倾诉和宣泄的对象首先是父母。哪怕父母工作再忙,也要抽出一点时间与孩子沟通。尤其是移动互联网时代,更需要父母腾出时间专心致志地陪孩子,与孩子交流,倾听孩子的心声。

孩子有孩子的特点,绝不能像对待成人一样对待孩子。有孩子的家庭就像多了一面镜子,能照出父母内心的一切。家长快乐,孩子就快乐;家长暴躁,孩子就暴躁……要想培养有健康人格的孩子,必须营造一个轻松和睦的家庭氛围。让孩子每天都生活在快乐中,这样的孩子才有可能收获一个健康的人生,也有可能成为国家未来的栋梁。