

→ 察者看台

别让“未成年人退款”成牟利工具

■李英锋

主播“鹤唐”人气不高,可最近直播时频频被充值,本以为是苦尽甘来,没承想却是掉入了“未成年人退款”陷阱。他的遭遇并非个例,直播平台有不少主播宣称自己收到过未成年人的退款申请。记者近日调查发现,未成年人退款背后,有些是成年人为了套取主播福利,伪装成未成年人的恶意退款,再把主播送出的礼物转手卖出谋利。还有一部分人盯上了未成年人退款的“商机”,表面上提供协助未成年人退款服务,暗地里却以“资料费”“预付款”等借口骗取钱财。

“未成年人退款”机制的功能是为参与直播打赏的未成年人挽回损失,保护未成年人的合法权益。然而,在直播平台上,一些人却假借未成年人的身份,利用“未成年人退款机制”恶意退款,薅起了主播的羊毛,还有一些人打起了求助退款的未成年人或其家长的歪主意,把协助退款做成了一门涉嫌违法犯罪的“生意”。这样一来,“未成年人退款机制”就“变色”了。

→ 新闻漫话

月饼“生产日期”岂能“乱标注”?

■廖卫芳

近日,宁波市余姚市场监管局低塘所在月饼专项检查中查获一家涉嫌虚假标注食品生产日期的烘焙坊,已被立案调查。

月饼作为一种节日食品,其安全性必须得到切实保障。月饼的“生产日期”绝不允许“乱标注”。

然而,近年来,每到中秋到来之际,各地监管部门就能查出不少的“问题月饼”。有的是“早产月饼”,明明是中秋节前一个多月前生产的,竟把时间标注到节前一两天生产;有的是“私房月饼”,属于家庭作坊式生产的月饼,不但没有食品生产资质,而且也没有卫生许可证。这些“问题月饼”一旦流入市场,势必危及广大人民群众的健康和安全。

→ 有话就说

盲盒升级“戳戳箱” 监管不能“慢一拍”

■周志宏

在网购平台上,文具盲盒的升级版“戳戳箱”颇为走俏。“戳戳箱”有多个大小不一的洞,里面暗藏着各类文具,文具均为随机搭配。商家打出“玩的就是心跳”“让学习不再枯燥”的广告语,而家长们似乎并不买单:“文具很劣质”“不值这个价钱”等评论收获不少赞同。

文具盲盒升级为“戳戳箱”,以“新面孔”引诱消费者,其实是“换汤不换药”,依旧是“玩具类文具”,是瞄准消费者钱袋子的“刺客”。

玩具就是玩具,文具就是文具,玩具化文具对孩子成长不利。家长首先要保持清醒头脑,要谨慎购买玩具化文具,不要盲目跟风购买新奇特文具;不要将玩具类文具作为

送给孩子的礼物或奖品;可以和孩子坦率地讨论对各种文具的看法,引导和管理孩子的消费行为;要理性消费,不要盲目攀比购买豪华、高价文具用品,特别是谨慎购买造型别致、带有装饰的玩具化文具。

购买文具用品时,消费者应尽量到正规场所,购买前仔细查看是否有商品名称、厂名厂址、规格、执行标准、合格标识等信息。同时,要引导孩子科学理性消费,面对市场上的新、奇、特文具用品,要摒弃盲目跟风、相互攀比等消费心理,要根据自身需要,选择适合自己的文具用品,养成勤俭节约的好习惯;学校要管理好学生的文具使用行为,引导学生在自主研究中认识到玩具类文具的隐患。

未成年人退款机制,踩踏了法律红线,让法律保护未成年人的功能打了折扣。所以,相关部门和直播平台有必要加强对“未成年人退款机制”被滥用问题的关注,采取有效措施。

直播平台应守土有责,依法严格执行实名注册制,统一审核标准,加强身份审查,提高用户门槛,堵住成年人随意切换身份以及未成年人冒用成年人名义的漏洞,彻底关闭未成年人用户的打赏功能。直播平台还应进一步畅通未成年人退款渠道,优化未成年人退款流程,引导未成年人及其家长规范完成退款操作。

监管部门应针对直播平台存在的相关问题,以约谈、查处、责令整改、曝光等方式进行干预,倒逼直播平台承担主体责任,规范运营管理行为,扎牢管理篱笆,堵住不法者利用“未成年人退款机制”牟利的漏洞,让“未成年人退款机制”回归正轨。实际上,一些人利用“未成年人退款机制”骗取主播或未成年人家庭的钱财,已经涉嫌诈骗犯罪,公检法部门应将这一问题纳入治理射程,依法重拳打击,净化网络环境。



笔者相信,只要监管部门监管到位、生产厂家守法、商家守信,那么,就能从根本上有效地遏制类似虚假标注月饼“生产日期”的违法行为,以给中秋佳节的月饼销售市场一个安全、放心的消费环境。



盲盒升级为“戳戳箱”,监管不能“慢一拍”。要创新手法,严密督查、跟踪监管,不能任由盲盒升级的“戳戳箱”糊弄消费者,不能任由玩具化文具“刺伤”消费者。

世相浅见

1.日前,2022年全国食品安全宣传周启动。今年宣传周的主题是“共创食安新发展 共享美好新生活”。随着我国进入新发展阶段,人民群众对食品的需求更加多元,食品安全也从数量安全、质量安全向营养、健康拓展。如何吃得更放心、更营养、更安全,是人们的新追求。

点评:生活条件改善了,人们对食品安全问题更加关注,敏感度也更高,有时可能只是局部地区的个案,或比例很小的不合格率,处理不好就会酿成系统性风险,影响人们对食品安全的信心。而食品安全是系统性工程,向上可以追溯到食用农产品、农药、种子等“三农”问题,向下可以延伸至食品生产、加工、包装、销售及餐饮服务等行业。守护“舌尖上的安全”,需要科学共治,共同努力,把好从农田到餐桌的每一道防线。

2.今年秋季学期开始,劳动课正式成为中小学独立课程,其中包含“烹饪与营养”。在刚刚过去的暑期,很多家长给孩子张罗学做饭,各类主打能“真煮”的儿童厨具持续走俏。风潮之下,不少家长担心此类厨具有安全隐患。专家表示,厨具尺寸可缩小,但安全不应“缩水”。

点评:儿童玩具变成真实的儿童厨具是不能允许的,违反了未成年人保护法和《玩具安全》规定,构成对未成年人的伤害。有关部门应加强市场监督管理,对生产销售类似真“儿童厨具”应该依法尽快叫停,严禁生产销售,对非法生产销售的要依法严厉查处。作为家长,培养孩子劳动意识,动手能力,教孩子学会厨艺当然是需要的,但只能是模拟,而不是真实做饭做菜。据有关人士介绍,1~2年级的孩子,只要参与到简单的家庭烹任劳动,例如择菜、洗菜等,就是合格的。家长们切勿盲目跟风,否则一旦发生事故,后悔不及。

3.近年来,文博历史类综艺不断推陈出新,打破固有模式,创造了“影像+解说”“真人演绎历史”、历史类题材纪录片、舞台剧等新形式,使得文博文化掀起再度热潮。随着《国家宝藏》《上新了,故宫》《如果国宝会说话》等新节目的出现,越来越多的观众因此关注和喜欢上博物馆文化。从口口相传到情景再现,历史,不再像过去一般“高高在上”。

点评:各种文博类节目数不胜数,而此类节目能够“出圈”,收获大众喜爱的关键还是在于其贴近生活性与新颖的创作方式。将遥远不可及的生活结合如今高速发展的社会生活今昔对比,新颖的创作方法更是年轻人的最爱;减少了去钻研枯燥历史的乏味,多加了一份探索的兴趣,短视频、直播、综艺的形式更符合当下年轻人的胃口。创新与历史其实并不矛盾,当历史遇上创新,或许会擦出不一样的火花。传承历史最好的方法是创新,从二维到3D、从书本到大屏幕,这些转变让历史都不再是“高高在上”,反而更平易近人。(综合新华网、人民网)

→ 今日论坛

线上演唱会如何驶入“快车道”

■全宗莉

9月3日晚间,刘德华线上演唱会《把我唱给你听》在万众期待中启幕,不到半小时在线观看人数破亿,此后一路飙升。3.5亿人狂追61岁刘德华,让国人在感慨“这才是真正的顶流”的同时,再次聚焦线上演唱会本身。

受新冠疫情影响,线上演唱会方兴未艾,但对平台和明星而言,尝到线上演唱会红利的,目前只限于头部艺人和老牌歌手。谁能让线上狂欢“风一直吹”,仍有不少问号有待拉直。

以情怀之风,吹开创新之花。纵观备受追捧的线上演唱会,不难总结出一个关键词:情怀。曾经的“天王”“天后”金嗓一开,金曲连连,歌手与歌迷如老友重逢,其中的深情缱绻非言语所能形容。然而,如果只是频吹怀旧风,观众难免审美疲劳。细究成功的线上演唱会,其中更是拥有很多创新的典范。

引领潮流唯新不破。中老年偶像集体回归和中青年歌迷“爷青回”的背后,是线上演唱会层出不穷的新形式、新玩法、新体验。网络消弭了物理隔阂,在另一维度拉近了人与人的距离。加上VR、AR、MR等种种“黑科技”加盟,线上演唱会一再带来耳目一新的视听盛宴。

日前,《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》发布。种种迹象昭示,线上演唱会生逢其时,市场孕育着蓬勃商机。不过,这一行业想叫好又叫座,还必须建立相对稳定的商业模式,一面借鉴传统演唱会品牌赞助、广告植入、VIP限定福利等手段,一面不断探索新模式,引入新玩法。下一步,要从“新风口”驶入“快车道”,线上演唱会必须以更优质、更大众的原创内容作为支撑,吸引到创作者、演唱者更加深度的参与介入。