

# 避坑越来越难? 安心消费呼唤监管亮出科技之剑

本报评论员 韩福超

敏感权限,轻易获得孩子的位置、人脸图像、录音等隐私信息;在问答平台、论坛等寻求帮助时,所看到的问题和答案多是由口碑营销公司冒充真实用户“自问自答”做出来的……在今年的央视3·15晚会上,包括上述内容在内的一些乱象被曝光。

每年央视3·15晚会,对消费者来说,堪称一份避坑指南,哪家企业被点名、哪类乱象被曝光,观众在深恶痛绝之余,也收获了精准的消费提示。今年晚会播出后,不少网友感慨,“感觉自己神不知鬼不觉就被套路了”“甭说小心提防了,好几个我连看都没看懂”“简直一踩一个坑”。

不同于假冒伪劣、以次充好等传统消费陷阱,近年来曝光的消费乱象出现不少变化,消费陷阱更加隐蔽,消费者避坑越来越难。

比如,今年3·15晚会上曝光口碑营销公司操纵搜索结果,竟可以做到海量“自问自答”以假乱真;“免费Wi-Fi”APP暗藏陷阱,消费者不仅根本连不上所谓免费Wi-Fi,还会导致隐私曝光;频频接到骚扰电话,只因用手机浏览网页就会泄露手机号……

商家设下的圈套令普通消费者难以察觉,意想不到,甚至有的陷阱已经超过不少人的经验和认知范围。

更多的科技加持、更加精细化的“设套”分工,使得一些消费陷阱设计很是“精密”。儿童电话手表操作系统版本的高低,直接关系到隐私泄露的口子大小;口碑营销公司的“万词霸屏”技术,可以实现用户凡上网搜索相关关键词,搜索结果都能被口碑公司左右;拨打骚扰电话的链条上出现诸多利益合谋者,有帮着搭建外呼系统、隐藏主叫号码、规避投诉和监管的,有帮着利用大数据精准抓取用户联系方式的。诸如此类的一系列特点和动向之下,让缺乏相关专业知识的消费者一一识别、精准避坑,真的很难。因此,需要监管部门与时俱进,提升监管的科技手段,精准打击欺诈乱象。

此外,某些消费陷阱正由潜规则变为明规则,而消费者多数时候只能无奈就范。如今年3·15晚会揭露的软件下载网站存在捆绑下载行为,早已不是什么秘密。在近日中消协发布的“2020-2021年度消协组织维护消费公平十大典型案例”中,诸如智能电视开

机广告不可关闭、燃气公司强制搭售燃气险,消费者也再熟悉不过。但是这些问题却成了消费维权领域多年来一直难以治愈的顽疾。拿出能“一剑封喉”的技术手段切断这些制造乱象者的财路,需要监管下更大的功夫。

每年3·15前后曝光的消费领域乱象之所以引来大量关注,就在于相关问题和案例的典型性,其始作俑者并不局限于一家店铺、一个企业,其呈现出的特点和趋势在倒逼监管触角进一步延伸、监管手段进一步升级,尤其是提升监管手段的科技含量。

“公平守正 安心消费”是今年央视3·15晚会的主题,其实也是时下广大消费者的心声。当消费陷阱日益隐蔽,当某些消费行为被嵌入“高科技陷阱”,不仅消费者防不胜防、权益受到折损,更会严重危及市场经济秩序的诚信根基。

打造更高质量的消费环境,公平不应是幻想,安心不该成奢求。期待消费维权领域能有更多新突破、新作为、新成效,助力消费信心的提振及消费潜力的挖掘,为市场秩序的健康有序提供更坚实的保障。

## 社评 中国新闻名专栏

当消费陷阱日益隐蔽,当某些消费行为被嵌入“高科技陷阱”,不仅消费者防不胜防、权益受到折损,更会严重危及市场经济秩序的诚信根基。拿出能“一剑封喉”的技术手段切断这些制造乱象者的财路,需要监管下更大的功夫。打造更高质量的消费环境,公平不应是幻想,安心不该成奢求。

到网站下载软件后,电脑里莫名多出几款不需要的软件,还有不请自来的弹窗广告,电脑也变得有些卡顿;装有低版本操作系统的儿童手表,里面的APP无需用户授权就开启多种

## 信口开河的直播带货很难不“翻车”

史洪举

“我和茅台董事长认识十几年了,昨晚我把他灌醉了,让他签合同给我定价权”。近日,一场酒水直播带货中,某知名演员在屏幕前卖力推销茅台虎年生肖酒。茅台方面回应,此宣传不属实。(见3月15日《每日经济新闻》)

上述明星的一些说辞更像是开玩笑,问题是,有些话不能乱说,尤其是在直播间这种促成交易、提高销量的场合。

近年来,直播带货如日中天,一些明星也加入其中,有的确实给消费者带来实惠,但也不乏问题,如以次充好、虚假宣传等。无论是明星还是网红主播,带货不仅仅是卖货,还应当对消费者权益负责。

根据有关法律规定,带货主播应对其所推荐的商品质量承担相应法律责任。虽然明星直播带货与电视广告代言有所区别,但不能因此否定其推荐商品所发挥的作用和应承担的责任,其带货的行为符合商家宣传商品并因此获利等要件,本质上仍属代言人或推荐人。

我国广告法明确规定,广告代言人是其在广告中以自己名义或者形象对商品、服务作推荐、证明的人。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。关系消费者生命健康的商品或者服务的虚假广告,造成消费者损害的,广告代言人应当与广告主承担连带责任。

也就是说,如果直播带货的明星所推荐的商品或服务存在质量问题或虚假宣传,那么就应承担相应的法律责任。

在互联网经济下,一些顶流网红和明星影响较大,带货较多,获利丰厚,可一旦产品存在瑕疵或质量问题,其所面临的赔偿责任等也将相应增大。所以,这并非一件毫无风险的事情,明星群体应当懂得爱惜自己的羽毛,本着对消费者负责,对自身名誉和形象负责的态度,尽到相应的注意义务和把关职责,不要夸大其词或信口开河。

直播带货要立足消费公平,某种角度上说,直播带货保障消费者权益合法权益的同时,其实也在为自身赢得利益空间和发展平台。如果忽略、漠视消费者权益,为了收益无所不说、无所不做,“翻车”或许是迟早的事。



## 图说

### “捉迷藏”?

据《北京青年报》报道,不少老年人是线下实体店消费的“主力”,但他们在购买食品类商品时,往往被部分包装上难以辨认的食品标签难住——有的生产日期既难找又难认,有的配料成分字体袖珍且与包装色相近,部分捆绑起来的促销商品甚至把生产日期、保质期等关键信息“藏”了起来……

上述问题,有的确实是包装和标签设计不合理、欠考量,有些则是刻意为之,缩小诸如含有防腐剂及致敏物质提示的字体等不利于销售的信息。包装和标签不仅是商品的门面,更是其“身份证”,是满足消费者知情权的重要载体,需要商家多花些心思。但这心思显然要花在多些人性化设计、多注重消费者需求上,而非用于过度包装、扰乱视线、隐藏关键信息等。在用心做好产品的同时,把包装和标签做好,无疑是加分项——愿更多企业能明白这个道理。 赵春青/图 福超/文

## 酒驾一定是喝了酒? 这点误解要澄清

弓长

“一直有喝藿香正气水止痛的习惯,虽然说明书上有注明藿香正气水含有酒精,但没留意过,以为会没事。”据3月13日《法治日报》报道,广东省广州市一男子服用藿香正气水后驾车,在某国道上行驶时碰撞防护墙,后被执勤交警查获。经道路交通事故责任认定,该男子承担此次事故的全部责任。经鉴定,从其血液中检出乙醇酒精成分,含量为167.7毫克/100毫升。据此,其被定为醉驾并被判处拘役1个月,罚款3000元。

未喝酒却被认定为醉驾,不少人对这样的判罚不解,认为藿香正气水里的酒精不能算是“酒”,不少食品药品中也含有酒精成分,比如此前多地都曾发生驾驶人在食用蛋糕、巧克力、榴莲等食物后,被检测出“酒驾”的情况。其实,因吃某些东西而“被酒驾”,当事人

一般稍待休息或用清水漱口后再测,相关数值就会正常,而且通过更精准的血液检测也能确定酒精含量不会达到酒驾标准。而上述报道中的男子在驾驶当天喝了6支共计180毫升藿香正气水,该药品说明书显示酒精含量为40%至50%。因而,大量服用后会与饮酒一样的行动迟缓、反应滞后等生理反应,在这种情况下驾车显然很危险。

所以,这中间其实涉及一个对“酒”的认定和理解的问题。根据我国刑法对危险驾驶罪的规定,对“酒”的认定,并不作主动或者被动摄入的区分,也不局限于白酒、啤酒等人们通常理解的“酒水”。大量饮用、服用含酒精成分的药品、食品后,如果达到了生理性醉酒的情形而后驾驶,同样可能会被定罪。

同时,危险驾驶罪的认定并不以造成实际危害后果为前提。因为一旦实施危险驾驶行为,就会对公共安全构成一定威胁,而只要相关行为产生公共安全危险,就符合了相关

犯罪的构成条件。

当然,酒驾认定也有科学、严格的标准。如口呼、血检等检验结果应相互印证,生理、物理标准之间要互相支撑。目的就是为了在最大程度上保护公共安全的同时,维护相关当事人的合法权利。

应该注意的是,除了酒驾,“药驾”的危害性同样不容小觑。世界卫生组织列出了包括抗过敏、抗抑郁、抗高血压等7大类在服用后可能影响安全驾驶的药品,认为在服用这些药品后应禁驾,因为从药理学角度看,这些药物对神经系统的影响强度超过了酒精。但目前相关法律法规对于“药驾”缺少规定,不少人对其危害性的认知还不够。

酒驾、“药驾”等行为的危险性必须引起足够重视。相关部门应加强引导和普法,让公众走出认知误区,对相关法律规定有更准确、全面的认识,从而约束自己的行为,共同保障出行安全和公共安全。

## 谁在纵容“土坑酸菜”四处坑人?

冯海宁

号称泡在坛子里用传统工艺发酵制作的老坛酸菜,实则是从外面收购来的“土坑酸菜”,不仅在制作和搬运过程中,混入树叶、纤维等杂质,且相关人员在坑中光脚踩踏、乱丢烟头,存在诸多食品安全问题——央视3·15晚会的报道指出,湖南插旗菜业有限公司等企业为多家知名企业代工酸菜制品,随后,康师傅、统一回应称,已采取“封存”举措并致歉。(见3月16日《北京青年报》)

“土坑酸菜”冒充“老坛酸菜”,画面触目惊心,让人感到恶心。

“民以食为天,食以安为先”早已成为一种常识。然而,我们常吃“老坛酸菜”,从其生产过程来看,毫无安全、卫生可言。这既暴露出土坑腌制酸菜的散户对食品安全毫无敬畏意识,更反映出相关企业对“舌尖安全”并不在意,也说明一些知名企业对相关食材供应商缺乏监督和管理,等等。

上述报道折射出的多重问题也为我们敲响了警钟。

其一,监督失守。酸菜加工企业应该对散户提出明确要求,监督腌制过程,收购时严格把关;企业选择酸菜供应商前应深入调查合作对象,考察、监督加工场所、工艺及过程,收货时也要把好质量关;相关监管者应在日

常执法中及时发现一些稍微用心就能发现的问题……遗憾的是,几乎各个环节都没能做到守土有责、守土尽责。

其二,双重标准。虽然加工企业有标准化腌制池,但腌制池里腌制的酸菜用于出口,供应国内市场的则是“土坑酸菜”。可见,在酸菜质量、安全方面,出口与内销实行的是双重标准。而造成该产品“双标”的一个重要原因是面临的处罚不同——据收购“土坑酸菜”的企业负责人介绍,酸菜有杂质在国内顶多处罚一两千元,但国外至多罚款10万元。

其三,有法不依。我国保障食品安全的法律与标准越来越完善,但相关企业可能并未执行。比如,食品安全法规定,食品生产者应当

查验供货者的许可证和产品合格证明;对无法提供合格证明的食品原料,应当按照食品安全标准进行检验。但现实中,相关企业并不检测卫生指标,甚至纵容防腐剂超标等情况。

目前,相关企业已对涉事酸菜包产品封存。实际上,封存只是防止问题食品再流向市场,问题是,已经销售出去的酸菜包如何处理?

最新消息显示,涉事当地已成立由多部门组成的综合执法组,连夜赶赴涉事企业,对所有产品全部就地封存,对企业相关人员进行控制,对外销产品立即启动追溯召回措施,并全面停止农户土坑腌制行为。这是现阶段应有的处置态度,接下来,如何对相关企业开罚单、如何对监管失职行为追责,人们同样关注。

进而言之,上述调查中暴露出的有些问题,在其他商品的制作、生产中未必没有,无论是相关企业还是相关职能部门,都应借此检视、反思自己的相关行为,看看自己到底有没有扮演好把关人的角色,是否真正把食品安全摆在了突出位置。这事关每一个百姓的健康乃至生命。

## 融媒作品选粹

### 人大代表聚焦“幽灵外卖”

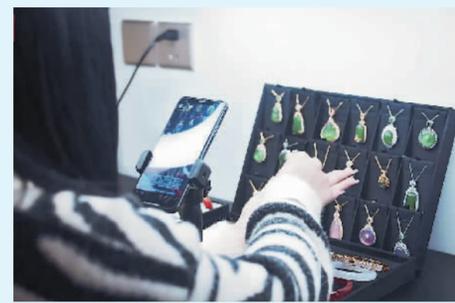


2021年,全国人大代表于峰在大连旅顺全职做了3个多月的“外卖小哥”。2022年1月,一份几经修改的《关于改善外卖食品安全助力行业发展的建议》最终完成。以平均每天跑60多公里路来算,3个多月下来,于峰累计跑了有6000多公里。他说,这是一份“笨拙”的建议,是自己用脚跑出来的。(本报记者 兰德华)

▶扫描右侧二维码,观看工人日报融媒报道《全国人大代表暗访“幽灵外卖”3个月:安全问题触目惊心!》



## 网络主播劳动关系如何认定?



新就业形态劳动者,在我国经济社会发展中发挥着不可或缺的重要作用。有网络主播提出,从事带货直播后,公司不一定签订劳动合同,存在劳动关系认定不清晰的问题。对此,全国政协委员、湖南启元律师事务所首席合伙人袁爱平表示,对于劳动关系的认定等问题,需要积极探索、创新法律服务,更好地保障新就业形态劳动者的权益。(本报记者 乔然 董芳辰 罗筱晚 赵琛)

▶扫描右侧二维码,观看工人日报融媒报道《两会连线·新就业形态劳动者权益保障!网络主播:劳动关系认定不清晰委员回应:创新法律服务》



## 揭秘北京地铁如何防疫



近日,北京新增多起新冠肺炎病毒确诊病例,涉及东城、西城、朝阳、海淀等多个区。地铁作为载客量超大的交通工具,在凌晨5点~晚上11点的运营时间段内及运营时间之外,如何防疫消毒?李彤是北京地铁宋家庄站区宋家庄站的值班站长,听她来为大家揭秘北京地铁的防疫工作。(本报记者 白至洁 肖婕妤 史宏宇)

▶扫描右侧二维码,观看工人日报融媒报道《视频揭秘北京地铁如何防疫消毒!》



## 怎样吃得好还不长肉?



常飞从事营养师这个职业已有8年时间,服务过3000多位客户,为近600个家庭带去营养膳食的科学理念。在常飞看来,公共营养师针对个人膳食和营养状况提供评价与指导,传播营养和食品安全知识,能帮助客户吃得好又不长肉。(本报记者 杨召奎 肖婕妤)

▶扫描右侧二维码,观看工人日报融媒报道《聚餐有助减肥?吃得好还不长肉! | 三工视频·新360行之营养师》

