

别让“歪风”吹乱直播经济“风口”

■戴先任

万物可直播,人人能带货。前有薇娅、李佳琦等网红主播顺利“出圈”,后有罗永浩、董明珠等企业家的出境,直播带货成了今年最热闹的“风口”。然而,在现象及事件频频刷新眼球的同时,直播带货乱象也日渐暴露。直播间数据造假、主播虚假宣传的情况时有发生。电商直播谁来监管?专家建议,建立黑名单制度、信用评价制度和投诉监管制度,只有做到消费者权益至上,才能真正称得上是“风口”。

直播带货近年来越来越火,一时之间成了电商的新“风口”。不仅是网红主播,企业家、明星、政府官员也都纷纷跨界试水,越来越火的直播带货,也并不像表面上看起来那么美。比如,此前备受关注的某知名企业老总的直播带货,在一天之内达到几十亿元的成交额,不免让人质疑。有业内人士称,这只是将现有客户从一个渠道转移到另一渠道而已。

“大佬”直播带货尚可能存在数据造假的问题,一些网红主播同样如此。据了解,在电商平台就有不少刷数据的产品出售,且成交量相当可观。这些刷数据产品的购买者中有不少直播带货主播,一些网红主播就被发现存在刷量行为。

直播带货漂亮数据背后可能存在着一些数据泡沫。而直播带货乱象还远不止于此。像一些主播进行虚假宣传,其中还不乏“跨界试水”的明星身影。

今年的《政府工作报告》提出,电商网购、在线服务等新业态在抗“疫”中发挥了重要作用,要继续出台支持政策,全面推进“互联网+”,打造数字经济新优势。直播经济迎来了“风口”,按下了“加速键”,但不管任何行业都要规范发展,不能野蛮生长。对于直播带货、直播经济,也需要予以规范。

直播经济是新兴事物,对于新兴事物的监管容易滞后,这就需要尽快制订相应法律法规、监管制度,对直播经济予以引导与规范。网红主播、明星等进行直播带货,也不能“信口雌黄”,要爱惜自己的声誉,不能为了利益罔顾职业操守。另外,电商平台也要加强对带货主播的监管,要加强对直播的巡查力度,提高准入门槛,建立健全相应的惩戒制度。而对于那些销售“三无”商品、进行虚假宣传的带货主播,则要予以及时叫停,并进行相应惩戒。相关监管部门要加强对电商平台的监管力度,督促平台履行好监管责任,对于违法销售商品的商家与主播,要依法予以惩治。消费者自身也需要理性消费,避免受到不良带货主播的蛊惑,要增强防范意识与维权意识。

直播带货不能只是“看起来很美”,直播经济的“风口”不能被直播乱象这一“歪风”吹乱。要促进行业健康有序发展,去除行业“虚火”,直播经济才能行稳致远,这样也才有利于保障广大消费者的权益。

“代步车”莫忘“一盔一带”

■胡爱军

6月16日,《常德日报》以《骑手的“生命之盔”》为主题,深度关注了“一盔一带”这一社会新热点。目前,公安部交管局要求全国各地稳妥推进“一盔一带”安全守护行动,引导驾乘人员正确佩戴安全头盔、规范使用安全带,其目的就是要强化摩托车和电动自行车驾乘人员、汽车驾乘人员的安全意识。然而,在各地公安交管部门紧锣密鼓地开展安全守护行动的当下,我们千万别忽视了对电动代步车的安全守护。

人们一般把电动代步车俗称“老人代步车”,这种车辆有三轮、四轮的,酷似汽车,体积小、价格低,而且

少数人还认为这种车辆不需驾照、不用上牌照、不用买保险,开着车去送个人、买个菜、接个小孩,是个非常好的代步工具。殊不知,这些电动代步车存在着一些硬伤:不能上牌上户,禁止上路行驶;此类车辆无安全防护措施,耐碰撞力度低,离地间隙差小,底盘轻,危险系数极高。由于这类车辆无法取得合法牌照上路,遭遇保险空白,保险公司也无法为其投保交强险,这就存在很大的安全隐患。

“祸患常积于忽微,智勇多困于所溺”。安全无小事。由于事故频发,老年代步车已成为交通事故的一

大隐患。据统计,近五年来由这类车辆引发的交通事故多达83万起,其中死亡人数约为1.8万人,受伤人数约18.6万人,并且事故次数和死亡人数逐年增长,年均分别增长23.3%和30.9%。

“老人代步车”的几大硬伤、触目惊心的事故数字等因素,让我们不得不敲响警钟,在“一盔一带”安全守护行动中一定莫忘了“老人代步车”。我们应该借助法规和科技手段在车辆生产、交通安全和城市道路等方面进行科学规范的管理,不要让他们成为安全的遗忘角落。

近视矫正市场乱象需“矫正”

■圣宜



昨天,《常德日报》刊发了新华社记者采写的《警惕高价视力矫正“收割”家长伤孩子》一文,报道称,近期,多地眼科门诊中小学生就诊人数明显增加,其中不少孩子视力下降甚至出现近视症状,导致家长焦虑。有些商家借机推出各类视力矫正产品,宣称能提高视力、摘掉“小眼镜”。记者调查发现,其中部分产品效果不实、资质不明、价格过高,还有些存在损伤孩子视力健康风险。对于这种乱象,家长、学校和有关部门必须合力“矫正”。

近年来,视力不良问题呈现低龄化趋势,中小学生视力不良率一直居高不下,这样的问题在国内普遍存在。青少年近视率高,也带“火”了近视矫正市场。但近视矫正市场却良莠不齐、泥沙俱下,很多视力矫正机构是在以“矫正视力”之名行“骗钱”之实。

有的商家将青少年视力矫正产

品包装成“治眼神器”,大量矫正产品自称使用了“3D训练”“5D热敷”“6D移动光学”“8D立体光学”等“先进技术”,这些“治眼神器”,效果显著,只要家长舍得花钱购买其产品和服务,就能够帮助孩子摘掉“小眼镜”。这些“治眼神器”并不便宜,甚至很昂贵,比如,有的青少年护眼机构的套餐产品每疗程价格1.3万元至1.8万元不等。这些据称能让孩子“轻松摘镜”的“治眼神器”,让家长花了数万元,不仅孩子没能“轻松摘镜”,反倒让孩子的近视不降反升。

调查表明,这些所谓的青少年护眼机构多数缺乏诊疗资质,不少视力矫正机构只是在工商登记注册,缺少诊疗资质和专业人员。还有些近视矫正机构的视力检查结果是人为操作,在孩子初来检查时,故意将视力表缩小或加大检查距离,而到孩子治疗后再次检查时,则把视力表的距离拉近,或者允许孩子眯着眼睛反复多

次辨认,从而制造出近视明显减轻的假象。

目前,不少的近视矫正机构,不仅不能帮助孩子恢复视力,反倒利用了家长的急切心理,进行虚假宣传,欺骗孩子及其家长,而且还耽误了孩子的治疗,让孩子的视力变得更差。

对于近视矫正市场的这种乱象,亟待予以遏制。一方面需要家长对近视要有正确的认识,不能盲目焦虑,以致于轻信商家的虚假宣传,被不良商家征收了“智商税”,要带孩子到正规医疗机构检查、就诊。家长、学校以及相关部门都要认识到,青少年近视防控重在预防,要帮助孩子养成良好的用眼习惯。另外,相关部门要加强对近视矫正机构的监管力度,要严把诊疗性视力矫治人员资质关,制订严格的行业标准。需要各方形成合力,综合施策,合力“矫正”近视矫正市场乱象,这样才有助于为孩子们“擦亮眼睛”。