

热点时评 >>

老穆

购物狂欢节谨防消费陷阱

一年一度的“双11”眼看就要如约而至，一场大规模的电商促销和消费者购物活动又将引爆网络。

今年，电商平台提前掀起一波促销高潮，各大商家都极力将“双11”渲染成一个折扣低、省钱多、机会难得的网购良机，吸引消费者卷进这场购物狂欢。

商家炒起的热点再次引爆了消费的狂热，消费者的狂欢刺激着商家兴奋的神经，于是，五花八门的促销掀起了波浪翻滚的狂潮。只是在这风起云涌和水花四溅中，更增加了雾里看花、水中望月的迷幻。

在“双11”即将来临之际，中消协结合近年来消费纠纷调查发出警示：直播带货“槽点”多，优惠活动“水分”多，售后服务话病多……提醒广大消费者不要被各种假优

惠所误导，谨防促销套路，保持理性消费。

互联网时代，时尚便捷的网购特受青睐，但网络的虚拟性也为一些商家的不法行径提供了“温床”，尤其是在“双11”等消费井喷期，一些网店通过售假、虚标原价、刷单“炒信”、虚假促销、误导宣传等行为，刻意诱骗消费者上当。

“双11”成为购物狂欢节已是第12个年头了，历年情况大同小异，每年“双11”前后都是网购成交量暴涨的时期，针对一些违法违规行为的举报量也会成倍增加。而且每年都有诸多案例表明，“双11”中充斥着虚假折扣、以假乱真、消费欺诈等消费陷阱；不少消费者也开始意识到，“双11”激发了大量的冲动消费，很多抢购来的商品尽管便宜却并不实用，还有报道称一些消费

者“刚下单就想退货”。

有人说，拇指经济面前，消费者缺少了理性。这话说得颇有道理。拇指轻轻一按，钱款便从卡里划走，变化的似乎只是几个数字，相对于现金消费的敏感度明显下降，直接导致网购的不理性。也许商家正是掌握了这一“规律”，瞅准消费者的这一“软肋”，刻意造出各种噱头刺激消费冲动的。

冲动是魔鬼。不客气地说，鱼龙混杂的商家为消费者创造了太多变成“魔鬼”的机会，让人觉得自己占了便宜，甚至感觉不买就吃亏了，于是，好多人毫无顾虑地消费。然而，往往在落入消费陷阱之后，看着“消瘦”的钱包几欲“剁手”。

要我说，与其在头脑冲动下清空购物

车，不如事先给发热的头脑降降温。理性选择、合理消费才靠谱，即便有非买不可的，谨记消协的提示，下单前充分了解，付款时慎重考量，成交后留足证据。



有话直说 >> 南方

我们的“脸”不能谁想要就要

近日，央视新闻报道称，在某些网络交易平台上，只要花2元钱就能买到上千张人脸照片；商家的素材库里，全都是真人生活照、自拍照等充满个人隐私内容的照片。

在个人信息安全如履薄冰的当下，这样的新闻让人惊出一身冷汗。互联网时代，我们的照片一旦落入不法分子手中，很有可能被精准诈骗甚至用于洗钱、涉黑等违法犯罪活动。已经有案例证明，一些商家技术把关不严，凭照片就可以解锁进行有效支付。而且，利用“AI换脸技术”，可以将非法获取的公民照片“活化”成视频，衍生出更多犯罪可能性。更令人担心的是，商家素材库里很可能有你我的信息。

现在，仿佛万物皆可“刷脸”，而且许多地方以方便之名，只提供“刷脸”选项。我们可以理解这样做的技术用意，但不能确定自己的人脸信息去哪里了，有没有置于有效监管之下。

人体固有的生理特性和行为特征也是个人信息，而且监管难度更大，需要引起高度重视，进行制度防范。“刷脸”技术在越来越多领域得到应用，且呈现加速发展趋势，期待有关部门尽快完善制度建设，坚决不能打开“生物信息泛滥”的潘多拉盒子。

据新华网



只需将一张金属贴片贴在手机背部的“有效位置”，信号就能从1格变成3格，让玩游戏、刷视频不延迟……近日，杭州消费者程先生向新华社记者反映，自己被“手机信号增强贴”给忽悠了。

一段时间以来，号称能“全场景”增强手机信号的“增强贴”热销网络。这张小小的贴纸，到底是“黑科技”还是在“黑”顾客？专家实验室检测表明，并没有增强信号的效果；记者调查发现，近年来出现不少打着“黑科技”幌子的产品在市场上坑骗消费者，网上宣称的异能并不靠谱，商家是在半卖半骗、走量牟利，希望人们不要轻信。

手机后背贴放
信号一格变三格贴
神奇产品成网红
用户争购去揣摩
结果贴上没效果
才知又被当骗子
网上炒作示靠谱
切莫跟风被迷惑

新华微评 >> 蔡梦晓

别让“家长群”成了“压力群”

近日，一位“宝爸”吐槽“家长群”的视频火了。

这位“宝爸”在视频中抱怨，批改作业、辅导功课是老师的本职工作，老师却在“家长群”下达“指令”，把教育孩子的任务转嫁到家长头上，实在无理！

到底是“群”有问题，还是家校矛盾的集中爆发？其实，本质问题是老师与家长对于孩子教育上的责任与分工的争议，也是社交媒体时代班级管理的新课题。

与其“退群”，不如“善用”，而这更需要有关部门为“家长群”立规矩。

“家长群”原本是更好实现家校联动的渠道，不能成为推诿教育责任、给家长施加压力的工具。

让“家长群”回归沟通交流的本质，别让“家长群”成了“压力群”！

据新华网

一吐为快 >>

丁慎毅

设置打赏冷静期？这个可以有

10月28日，中国演出行业协会宣布，将针对网络直播打赏行为出台指导规范。该规范主要是为了解决网络直播中存在的激情打赏、高额打赏和未成年人打赏三大问题。协会负责人表示，拟通过给用户设置打赏冷静期解决激情打赏问题，并将使用人脸识别等技术手段减少未成年人打赏行为。

或许有人会认为，大部分打赏行为都是不冷静的行为，而且很多消费行为都是消费者不冷静的产物。设置打赏冷静期，是不是意味着所有的打赏行为都要求冷静？退一步说，如果给直播打赏设置冷静期，那直播购物要不要冷静期？

事实上，直播打赏行为是否理性与打赏者是否未成年人有着紧密联系，换言之，设置打赏冷静期有其现实针对性。据相关统计，每10个直播用户中，就有1个是未成年人，他们的理性自控能力不足，更容易受到诱导进行激情打赏和高额打赏。“9岁女童打赏主播花掉家里10万元”“孙女玩手机游戏花光奶奶救命钱”等事件就是鲜活的实例。

今年上半年以来，国家网信办等八部门启动为期半年的网络直播行业专项整治和规范管理行动，发现通过“送福利”、低俗表演、下流动作等方式诱导未成年人进行充值打赏的举报案例居高不下。同时，由于平台为追求利益最大化和商业变现能力最强化，有平台进行成瘾式设计，利用人性渴望成功和争强好胜的特点获利。直播打赏由此成为一种准赌博，礼物为赌资，主播为庄家，规则平台定。

不管是打色情擦边球还是打赌博擦边球，都对涉世未深、缺乏自制力的青少年带来恶劣影响。一些悔不当初的未成年人在描述自身打赏经历时称，自己虽然害怕，但停不下来。当打赏主体无法做到及时止损，那么要求直播平台设置打赏冷静期作为缓冲，就十分必要。

虽然这仅是一个行业性指导规范，没有强制性的法律效力，但它仍受到现有政策法规的支持。根据民法典相关规定，无民事行为能力人实施的民事法律行为无效。行业性指导规范实际上起到了“润滑剂”的作用，通过协会推动平台和主播承

担责任、落实责任，可以让法律顺畅实施，减少不必要的法律纠纷和诉讼成本。事实上，这也能有效保障平台健康发展，促进平台行稳致远。平台和主播要真正负起责任来，告别各种直播“擦边球”，不让“青少年模式”沦为摆设。

当然，家长仍需要加强对孩子的关心、教育和监管，培养孩子正确的消费观念和隐私安全意识，避免孩子因情感孤独、缺乏管教而转向网络寻求慰藉。

据新华网

