

# 主播挨罚能否刹住“虚假砍价”

余颖

近日当某电商平台宣布,对超过5000名存在“砍价”“加赠”等虚假价格优惠行为的电商作者进行处罚时,有的粉丝还有点不理解——至于吗?

真不是小题大做。直播间可以拼演技,现在有不少知名主播以精心设计的情景剧带货。但“演戏”式砍价不同于“情景剧”式带货,二者最大的区别在于提供的信息是否真实。

“演戏”式砍价主要为了虚构低价印象,让消费者产生捡漏错觉。通常来说,知名品牌价格相对透明,且价格体系管控严格,“演戏”式砍价主要用于大众不熟悉的杂牌产品。这些产品是直播间冲高订单数

的秘密武器,能帮非一线主播刷出人气值和营业额。但苦于产品本身没什么竞争力,只能靠极低的价格吸引人。主播为了把冷门商品卖出去,才设计出一波三折的砍价场景,虚构价格优惠。

“演戏”式砍价的本质是虚构价格等信息,涉嫌违反价格法、广告法、电商法、明码标价规定等多项法律法规,是监管部门明令禁止的违法行为。在虚假信息诱导下,经常有消费者冲动下单。可是,如果卖货时说的是假的,又怎么能保证卖的货是真的呢?从消费者反馈来看,“演戏”式砍价推销的产品更容易出现假冒伪劣等问题,严重影响消费体验、扰乱市场秩序及平台公平竞争环境。

此次处罚5000多名主播,给市场敲了一记警钟。涉事主播受到的处罚主要是“扣除信用分和冻结佣金”。近期多家餐厅因为明码标价做得不到位被投诉,监管部门介入后,餐厅大多赔偿或退款了。对比来看,平台对主播的处罚不算轻,但也谈不上重。主播挨罚能否刹住“演戏”式砍价,效果有待观察。根据我国法律,被“演戏”忽悠的消费者可要求主播提供“退一赔三”“退一赔十”等赔偿,平台有责任协助办理或者提供“不退货仅退款”等保障措施。

当前电商行业正从“有货卖”过渡到“卖好货”阶段,优质、专业、差异化的内容才是电商行业的活广告、金招牌。“演戏”式砍价无助于培育健康业态,反而会拖累商

家和平台的口碑。平台为主播提供开展经营活动的场所,且从主播带货活动中受益,不仅对主播负有监管责任,也有必要加强平台治理,提升经营合规性,优化消费者体验。

实践证明,成功的头部主播大多具备真实、可信、专业、吸引力强等特点。直播电商行业应建立长效机制,从持续打击恶意违规行为、帮商家做好合规管理、引导主播创作优质内容等方面入手,一方面避免商家因不懂法导致踩线,另一方面大力宣传已经涌现出的好苗子,发掘优质内容新商家,并以流量扶持等倾斜政策,鼓励其他商家向他们学习。不管是情景剧式带货,还是讲解式带货,合规应是主播与粉丝互动的第一原则。

## “静音罚单”还他人“安静权”

虞亚男

近日,有网友称,自己去江苏南京旅游,在地铁上因手机外放而收到“罚单”。5日,南京地铁回应称情况属实,车厢内有稽查人员进行巡逻。

“罚单”有很多种,但因手机声音外放而开具的罚单却引发人们关注。不少网友纷纷抗议,希望“地铁罚单”可以全国推广。网友的反应体现了民意,说明目前的确有一些乘客存在不良乘坐行为,影响他人、招致微词,同时也在一定程度上反映了大众“安静出行”的诉求。正是基于这一情况,南京地铁开出的这张地铁罚单,以示警告。

其实,所谓“罚单”并非严格意义上的罚款单,而是一张“告知单”。目的在于告知乘客地铁相关禁行,提醒乘客文明乘坐地铁,纠正地铁车厢里的不良行为。事实上,地铁罚单并非首次现身。有记者查询发现,目前北京、上海、天津、兰州、贵阳、昆明、武汉等多地都出台了相关规定,并以实际行动规范地铁上手机外放的行为。比如,地铁车厢内贴提示,广播相关规定,安排稽查人员现场巡查,并对违反规定的行为开具罚单,甚至罚款。

这些车厢环境管理方式各有不同,但都是地铁运营方为规范乘客手机外放模式采取的有益尝试。对被罚乘客来说,罚单的存在是提醒与强调;对同乘其他人员来说,罚单的存在则是威慑与警示。有鉴于此,大部分乘客还是可以有所收敛,尽量配合。由此可见,作为道德自律与法规他律之间的缓冲地带,运营方监督在一定程度上弥补了立法与行政执法在实操层面的漏洞,对规范乘客乘车行为、清爽地铁车厢环境的确有所裨益。

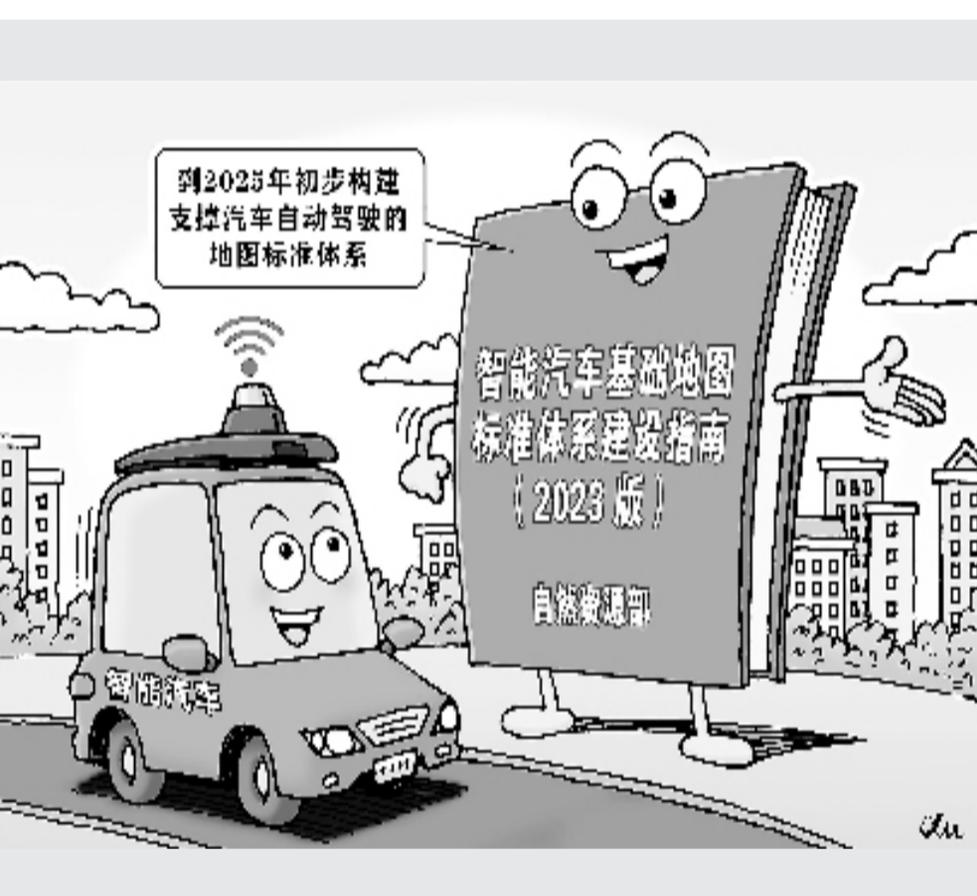
但也必须看到,罚单监督模式并不是万能的,不排除有乘客不惧“社死”,毕竟地铁公司是运营方,其所开具的罚单严格来讲并不具备法律权威。因此,要让这一模式长行长效,或许可以从法律法规层面给出违规底线,既是为了增加罚单的严肃性与社会公众的认可度,也是为了防止运营方为罚而罚、私自加码。

“南京地铁回应乘客因手机外放收罚单”冲上微博热搜,从某种程度上看,这不仅仅是因为议题关系大部分人,其实也可以视作公众道德、社会文明进步的一种体现和姿态。在众声喧哗之中,我们乐见这样的讨论深入人心。

## 将有“图”可依

我国将先行制定急用先行的智能汽车基础地图重点标准,到2025年初步构建支撑汽车自动驾驶的地图标准体系。

新华社 徐骏



## “43瓶没喝完的水”的确不是小事

弓长

据江苏广电总台3月5日报道,近日,江苏南京市场监管执法人员检查发现,在当地一家酒店举行的一场会议结束后,留下48瓶饮用水,其中有43瓶开封后未饮用完,被保洁员直接丢弃。酒店大堂、用餐区未按规定张贴反食品浪费标识,酒店也未主动对消费者进行防止食品浪费的提示提醒。执法人员责令立即改正,并下达了行政处罚决定书给予警告。5日,执法人员回访,酒店已作出整改。

“半瓶水”浪费问题可谓不少会议场所的顽疾,据此前媒体的报道,中国生物多样性保护与绿色发展基金会曾以10%的浪费率估算,每年全国瓶装水浪费量在千万瓶以上。每1吨瓶装水一般需耗费1.3吨原水,千万瓶瓶装水浪费的背后是更加惊人的水资源浪费。

正因此,诸多网友对上述处罚决定表示支持,但也有一些人认为浪费“半瓶水”情有可原,毕竟水是别人喝剩下的,存在不卫生等问题。

作为资源大国和消费大国,厉行节约、反对浪费一直是国家有关方面一再强调的事情,反食品浪费不仅仅是个人的

事,也不能只停留在道德层面,而要有法治的保障和护航。

在各界努力下,2021年4月,我国反食品浪费法正式实施,其中明确,食品浪费是指对可安全食用或者饮用的食品未能按照其功能目的合理利用,包括废弃、因不合理利用导致食品数量减少或者质量下降等。同时要求餐饮服务经营者应当主动对消费者进行防止食品浪费提示提醒,在醒目位置张贴或者摆放反食品浪费标识,或者由服务人员提示说明,引导消费者按需适量点餐,违反者将视情节给予责令改正、警告、罚款等处罚。这也是上述报道中涉事酒店因“半瓶水”问题被处罚的依据和原因。

近年来,不少地方都努力推动针对瓶装水浪费问题的“清瓶行动”,比如鼓励会议主办方自备瓶装水,倒逼其从经济成本的角度考虑减少浪费;借鉴“光盘行动”,让公众养成带走喝不完的水的习惯。也有专家认为,有关部门、行业协会可以通过强制和鼓励性措施,推动瓶装水生产企业落实“消费者识别要求”,推广记号瓶装水,如此便可一定程度上减少人们拿错、喝错的后顾之忧。可见,反食品浪费更需要把节约意识落实到生活点滴中,细水长

流,久久为功。

实际上,反食品浪费法实施后,不少地方都开出过相关罚单,比如,有的面包店因报废不好看的面包被罚,有的饭店因诱导消费者多点餐而被责令改正,还有餐饮店因未提醒消费者打包被警告……当然,处罚只是手段,目的还是在于督促餐饮经营者不能一味追求金钱和利润,而要承担起主体责任和社会义务,筑牢反食品浪费的重要防线。

今年2月,国家市场监督管理总局公布了第二批制止食品浪费行政处罚典型案例,一些诱导、误导消费者超量点餐,未张贴、摆放反餐饮浪费标识标牌的商家被曝光。对这些案件的依法纠正和及时查处,有利于营造浪费可耻、节约为荣的社会氛围,有利于警示、震慑更多的潜在浪费者,遏制更多浪费行为,也彰显了国家反浪费的态度和决心——以法律的名义,兴节俭之风,树立正确的价值观,为建设节约型社会加油助力。

一粥一饭,当思来之不易,某种角度上,对食物最大的辜负就是浪费。守护舌尖上的美味更要守护好舌尖上的文明,这也是保障粮食安全、端牢中国人自己的饭碗的应有之义。