

加大力度惩治直播带货销假

维辰

直播间卖假货,可要小心了。近日,最高人民检察院有关负责人表示,新业态、新模式给社会治理带来了新挑战,一些犯罪分子利用直播带货“即时性”“受众广”等特点,通过“直播引流”“真假混卖”方式销假,不仅侵犯知识产权,也损害广大消费者权益,需要加大惩治力度。

最近几年,随着直播带货行业迅猛发展,直播带货假问题愈发凸显。在各级消费者协会发布的“6·18”“双11”等消费维权舆情分析报告中,在黑猫等投诉平台上,直播间销假已经成为“常客”。即便在拥有强大选品团队的明星网红、甚至超级头部主播的直播间中,因假货“翻车”的,十

个手指头恐怕都数不过来。

混浊的水中好摸鱼。一方面,作为新业态、新模式,直播带货门槛低、天花板高,一场直播创造上亿销售额的也不少,不少人想来闻一闻;另一方面,直播带货售后服务体系有待完善,平台监管机制不健全,商家良莠不齐。还有一个很有意思的因素,即相较于其他购物渠道,愿意花时间在直播间买东西的群体更加注重性价比,低价成为核心吸引力。主播为了提高销量,通常会向供货方压价,一些不良企业为了避免利润空间受到过分挤压,就会在成本上下功夫,比如使用假货。某种程度上就是人们常说的“便宜无好货”。

主播可能被巨大的利润迷了眼,怀着侥幸心理知假卖假,也可能在无意间卖了

假货。一个较为直观的例子:手续齐全、流程合规情况下,罗永浩所售羊毛衫被查出是假货,后发现是供货方伪造了文书。类似因供货方提供虚假授权文件、检验报告,把假货送进直播间的主播还有不少。有团队的主播识别假货尚且不易,普通消费者要“避雷”则更为困难。面对鉴定费用快赶上商品价格、维权取证难等问题,选择维权的寥寥无几。

正如最高检指出,相较于传统销假犯罪案件,直播带货销假犯罪具有隐蔽性强、链条化和跨区域特征明显、电子证据数量庞大复杂等特点,对证据的收集与审查要求更高,在侵权商品认定、直播展示商品与实际发货商品同一性的比对、犯罪嫌疑人主观故意的证明、共同犯罪判断、犯罪数额

计算等方面存在难点。对此,在一起销售假冒注册商标的商品案中,检察院就曾在公安机关立案后即提前介入、引导侦查取证,实现从“供货”到“带货”的全链条打击,体现了加大力度惩治直播带货销假的态度。

事后补火,也要风控前移。消费者要做的,就是尽量避免冲动消费。许多人基于对主播的信任下单,可一场直播数十个商品,谁能拍着胸脯保证每个选品都没问题?“一共30单就上1分钟”“错过就再也没有了”,更不排除是营销话术。有明星直播间311万观众中只有不到11万人是真实的,人气、销量这些都可以“注水”,供应方和主播想赚钱的心倒是真的。所以说,气氛到了,也要看看其中有没有“坑”。

邓崎凡

高手在民间,河南郑州博物馆又出了个“扫地僧”。

春节期间,几名游客在博物馆参观,看着展柜中的展品,他们随口一问:“什么字儿啊?”一旁正擦拭着展柜玻璃的保洁阿姨吴留萍开始热情讲解:“弦纹铜盃,就是个调酒器,往里面装三样(酒),就像现在咱们调鸡尾酒一样……”

这不是郑州博物馆出现的第一个“扫地僧”。

2023年国庆期间,在“锦绣云霞”展厅,只有初中文化的保洁阿姨孙宝菊为游客即兴讲解“云肩之美”的视频在互联网走红,她头头是道的讲解让网友们折服。

刚到郑州博物馆做保洁员时,吴留萍对文物的了解并不多。博物馆鼓励员工多了解熟悉博物馆的文物。于是,在工作时,吴留萍开始有意识地留意每一件青铜器的介绍,她还从讲解员的专业讲解中记忆一些感兴趣的知識。记得不牢的部分、不认识的字,吴留萍就回家后在互联网上再搜索学习。耳濡目染深入了解后,她愈发感受到文物散发出五彩斑斓的魅力。

视频传开后,网友们纷纷感叹:“万事难抵心头热爱。”

这几年,有很多像吴留萍、孙宝菊这样让人们惊叹的“扫地僧”:福建省厦门市博物馆保安杨贵宝的讲解得到了南京大学教授的夸赞,颐和园保洁班长张旭能把颐和园的19座建筑一一报上名来,外卖小哥雷海为夺得《中国诗词大会》的冠军……

无一例外,他们做着普通的工作,掌握了很多不具备的知识。

一切源自热爱。

其实,很多人都有自己的爱好和兴趣,但在日复一日奔忙的平凡生活中,爱好被深埋直至枯萎。工作占据了生活里太多的时间和精力,再去照顾那些脱离了烟火气的爱好,是不是有点不务正业?

也许我们没有像吴留萍、孙宝菊这样近水楼台般的机会,但是再忙再累的生活,也需要有不同的营养和调剂。更何况,拼命地工作不就是为了更好的生活?生活还有远方和诗,那些我们内心的热爱,和工作一样,是生活不可或缺的另一面,它让我们的生活更加幸福、生命更加充盈。

当然,我们不用追求成为别人眼中的“扫地僧”,只要能从中得到乐趣,让人生更加多彩,那些爱好就值得我们一点一滴去付出和积累。那是我们对自己生活的“加分”,多少并不重要。

我们刚刚迎来一个新的春天,希望大家心里深埋的热爱也随着春天发芽,一路生花。

提高儿童参保率



国家医保局、教育部、国家卫生健康委等部门近日发布《关于开展儿童参加基本医疗保险专项行动的通知》,明确提出要切实提高儿童参保率,力争到2024年底,80%以上新生儿在出生当年参保。

新华社 商海春 作

面包卖不完只能“扔掉”?

吴睿鸫

几十元一块的面包,上百元一份的吐司,几百元一个的蛋糕……近年来,“面包刺客”话题多次登上热搜。与此同时,有的烘焙门店一天丢弃的面包能装满一麻袋,有的报损率超过50%。记者近期在一些烘焙门店蹲点发现,部分商家采取高定价、大包装、填满货架等营销方式,导致报损率畸高,浪费严重。

由于面包“生命线”短暂,保质期最短只有4个小时,超过24小时就有过期风险,因此,对未售出的面包进行报损和处理,早已成为行业惯例。这不仅能避免向顾客兜售过期、变质的面包,也能让顾客吃得放心,有效保障消费者生命健康权。

可是,在烘焙生产企业眼里,宁可浪费食品,也要保住品质。记者通过深入走访发现,报废面点现象屡见不鲜。比

如,西部某省会城市20家烘焙面点门店中,过半门店产品报损率超过10%的行业平均水平,13家门店选择直接将剩余面点装袋丢弃;上海某餐饮减损团队负责人探访10家面包店发现,打烊前半小时,有上千个面包被丢掉,个别门店报损率超过50%。

烘焙行业属于传统高溢价行业,即使加上损耗浪费的部分,毛利率仍然有较大空间,甚至为了宣传所谓“极致”的品牌形象,很多连锁烘焙企业宁可将卖不出去的产品扔掉,也不愿打折促销减少浪费。堤内损失堤外补,扔掉的面包成本自然会转嫁销售的面包身上,正因如此,才造成了“这厢高报损,烘焙店恣意扔面包,形成巨大浪费令人痛心不已;那厢高溢价,成百上千元‘面包刺客’,犹如一把锋利的刺刀,令消费者无比心痛”。

高溢价不应成为浪费的“遮羞布”。

烘焙企业有权利对不符合生产规范的食品进行处理,但问题在于不能因高溢价,而凌驾于防止浪费的法律之上。反食品浪费法对食品生产经营者提出了明确要求,如出现浪费食物的现象,又拒不改正的话,将被处五千元以上五万元以下罚款。这显然意味着,执法部门对烘焙企业大量丢弃面包蛋糕的行为,不能等闲视之,必须进行严格执法,倒逼企业遵纪守法,有效杜绝面包食品过度浪费。

除此之外,作为烘焙食品生产加工企业,必须更新经营理念,找到“保质量”与“反浪费”二者最佳结合点。比如,大型商超、烘焙企业等做好市场调研、前端数据分析等,有针对性生产、销售,最大限度实现产销平衡;又如,对于品相不好、不新鲜的产品,不妨采取限时打折处理,或者免费试吃、赠送等。这样做,既能消化掉这些产品,使其物有所值,也能减少不必要的食品浪费。

万事难抵心头热爱