

首席评论

火爆的医美直播切莫忘了医美姓“医”

罗志华

夜幕降临,各大医美直播间开始活跃起来。在妆容精致的主播声情并茂的讲述下,各类医美项目纷纷上架。近年来,医美直播大行其道,不少医美项目都在直播间上架、团购。然而,记者近日调查发现,医美主播直播时充斥着各种容貌焦虑话术、疑似夸大虚假宣传的内容等,有不少消费者在直播间购买了医美项目后,反映出现了各类问题,直言医美直播“水太深”。(11月28日《法治日报》)

医美机构在线下打广告、搞促销活动等传统的获客方式成本很高,但一场成功的医美直播,轻轻松松就能引来成千上万人围观,可以短时间、低成本获取大量客源。医美直播除了现场能够卖出数量可观的医美项目之外,还可引流大量客源到实体医美机构接受服务。“花白菜价、抢高价项目”,对于顾客也很有吸引力。受这些因素影响,医美直播容易出现供需两旺现象。

然而,医美在性质上属于医疗,所有医疗行为都得遵守医疗法规。按照《医疗广告管理办法》,医疗广告是指利用各种媒介或形式,直接或间接介绍医疗机构或医疗服务的广告。主播和其背后的医美机构之间存在利益关系,在直播间推广销售医美产品,属于医疗广告范畴,应当事先申请医疗广告审查。未经审查,随意在直播间推广医美产品,涉嫌违法。

此外,医美姓“医”,要重点反映在主播的资质上。自己不懂医,如何指导别人的医疗行为?医美主播不能只有颜值没有资质,更不能谁长得好看谁就有发言权。妆容精致但毫无资质的主播在直播间大肆承诺某款商品“可以解决一切问题肌肤”“红痘痘几个疗程下来都能根治”等,这类毫无依据的直播语言,极易误导公众并导致严重后果。让主播持医疗资质上岗,应该成为医美直播的基本要求。

确保医美姓“医”,尤其要防范商业促销行为渗透到医美领域。其它商品可以搞福利秒杀、破价倾销,但医美需

要扎针、动刀子,安全应该放在首位,须特别防范出现低价低质等现象。等价交易等市场规则同样不能被带到医美领域,所有医疗行为都充满不确定的风险,“一分钱一分货”等观念一旦被带入医疗领域,就极易引发矛盾纠纷。

尤其要看到,医美沾染上市场的坏习气,将置顾客于十分不利的境地。一些医美直播间的价格不仅低于线下售卖价格,甚至已经远低于成本价。医美机构不会做亏本生意,低价抢到客源后,要么使用话术诱导顾客加价升单,要么用次品、假货替代,不管是哪一种套路,都可能让顾客付出惨痛的代价。

医美直播间存在很多乱象,但根源在于相关机构和个人忘了医美姓“医”。把医美服务当作普通服务,把医美药品当作普通商品,让不懂医的主播冒充内行等,都是这方面的典型表现。只有坚守医美姓“医”这根底线,有关部门和直播平台,应该用医疗的高标准严要求来规范医美直播,例如规定直播者必须是三甲医院的医生等,并进行严格资质审查,该领域当前的乱象才有望尽快得到整治。

百姓看法

广电新规打响治理“套路电视”第一枪



图/朱慧卿

徐建辉

记者27日从国家广播电视总局获悉,广电总局日前发布了《有线电视业务技术要求》等三项广播电视和网络视听行业标准的公告,要求有线电视终端应提供“开机进入全屏直播”和“开机进入突出直播频道的交互主页”两种“开机模式”选项,系统默认设置应为“开机进入全屏直播”。(11月27日 新华社)

长期以来,智能网络电视等播放终端强制开机广告和播放界面不清晰、层层“套娃式”收费等问题饱受诟病,严重困扰广大观众,直接影响了收看体验,同时也损害了消费者的正当权益。尤其是老年观众“看电视难”,叫苦连连。且这种问题乱象在经过舆论批评及消保组织多次约谈后仍未有根本改观,令广大消费者非常不满。

老人们最期盼的是,打开电视机就是电视台的简单操作。现在广电总局发布的《有线电视业务技术要求》,明确提出有线电视终端应提供“开机进入全屏直播”选项并应为默认系统设置等要求,不禁令人拍手叫好,也可以说是打响了向开机广告和“套娃”界面宣战的监管“第一枪”!

首先,新规要求有线电视终端提供“开机进入全屏直播”和“开机进入突出直播频道的交互主页”两种开机模式选项,系统默认设置为“开机进入全屏直播”。这一举措有利于观众快速进入观看状态,减少开机过程中的繁琐操作,提升观看体验。同时,也为观众提供了更多选择,可以根据个人喜好选择不同的开机模式。此举更是打响了改变网络电视加塞广告的第一枪,让消费者能够享受到更为纯净的视听体验。

其次,有线电视智能机顶盒开机过程所需时间应不大于35秒。这一要求旨在提高机顶盒的开机速度,让观众在短时间内就能开始观看节目,减少等待时间。在互联网电视终端接入可正常使用带宽不低于100Mbps的情况下,节目播放响应时间也作出了详细规定,包括点播节目从点击节目播放至出现第一帧的响应时间、节目暂停/播放、快进、快退等操作响应时间以及退出节目播放返回播放前页面的响应时间等。这些规定有利于提高节目播放的流畅度,提升观众的观看体验。

此外,新规还对有线电视运营机构在提供直播频道和时移电视、频道回看、视频点播等有线电视业务时提出了要求,包括确保界面简洁友好、操作方便快捷、节目优质传输。这些要求将有助于提升有线电视业务的服务质量,让观众在享受丰富多样的电视节目同时,感受到更加优质的服务。

相信新规落地后,必将对有线广播电视行业存在的上述问题乱象起到正本清源的清理整治效果,同时也会对整个网络视听行业特别是套路很多的各类网络播放客户端起到“敲山震虎”的警示和规范作用。

这也说明,虽然受到利益驱动的影响制约,在消费体验领域许多问题乱象乃至争议顽疾的解决都并不轻松,很多时候包括约谈、警示等都难以奏效,但是只要抓住“依法依规”这个“牛鼻子”,通过建章立制,制定行业标准和规范来强化源头约束,就很快能够起到立竿见影的治理效果。毕竟商家的套路再多,只要从源头堵塞相应的漏洞,他们也就很难再“暗渡陈仓”。

第三只眼

须尽快给无处不在的小额贷款推广立规矩

苑广阔

“我最近在查询征信记录时发现,今年年初莫名其妙多了一笔福州某小额贷款公司的贷款审批,我对这笔贷款业务一点印象都没有。”来自广西南宁的消费者白女士向记者反映。日前有网友吐槽“买根葱被分期”“买份早餐被分36期”等话题也引发热议,不少网友调侃称“互联网的尽头是借贷”。(11月27日《中国证券报》)

“互联网的尽头是借贷”“只要你用智能手机就会碰到借贷”,网友们的这些论断,表面上看有些夸张,但是却从一个侧面反映出互联网小额贷款的无所不在、无孔不入。当一些网友吐槽自己“买根葱被贷款”“买份早餐被分36期”的时候,不过是因为对于互联网小额贷款到了一种忍无可忍的程度而已。

一方面,一些非金融类的手机APP,涵盖了社交、出行、修图、购物甚至是办公类的,大多数都包含有借贷等金融服务,且充斥着诱导借贷和分期的广告及福利活动。借贷导流几乎无孔不入,推广形式也五花八门,常见的有广告推送、福利红包、推荐支付、默认开通等,可以说让人防不胜防。另一方面,在某些具有支付功能的APP中,借钱、分期等金融服务已成为此类APP的“标配”,贷款服务的进入端口往往被放在显眼的位置。此外,消费者在进行支付时,分期支付被不少APP标注为官方推荐,有可能享受减免等优惠福利,甚至还有部分APP把分期付款设置为默认支付选项,若消费者不主动更换支付方式,分期功能便会无意中开通。

在这样的围追堵截之下,别说那些确实有贷款需求的消费者了,就是你完全没有贷款需求,仅仅是操作手机时粗心了一点,都有可能背上小额贷款,莫名其妙欠了某些公司一笔钱。而由于很多消费者并不知道自己被开通了小额贷款,自然也就不可能按时还款,结果直到因为其他的一些原因查询自己的个人征信记录时,才发现自己有贷款逾期记录。而这除了影响个人信用记录之外,还可能在买房买车真正需要贷款时遭遇“闭门羹”。

很显然,一不小心“被贷款”的现象,不能再继续下去了。针对网贷市场的种种乱象,监管部门于2022年发布《关于警惕过度借贷营销诱导的风险提示》,提醒消费者警惕营销过程中混淆概念,诱导消费者使用信用贷款等行为。但从目前情况来看,监管部门仅仅是进行“风险提示”已经远远不够,必须针对这种小额贷款乱象出台专门的管理规定,采取具有针对性的监管措施才行。尤其是围过度、虚假推介,违规诱导等等问题,必须给予严肃规制。

而从消费者的角度来说,使用各种APP的时候,也要多留个心眼,细心一些,避免一不小心就“被贷款”。