



### 媒体视角

尽管那些跨境色情直播平台、服务器设在境外，但违法犯罪行为仍发生在国内，从直播人员的招聘到打赏资金的异常流动、软件马甲的频繁更换，都应成为职能部门密切关注的“蛛丝马迹”。配合运用大数据等技术手段强化监管，及时剥

去跨境色情直播平台的“隐身衣”，采取屏蔽IP地址和过滤域名等技术措施，在国际网络接口处封堵对淫秽色情网站的访问和信息传播，这些手段都能让违法犯罪分子暴露无遗。

——中国青年报：《跨境色情直播成产业链 监管执法要升级换代》

高端白酒价格的变动虽然有一定的市场逻辑，

但上涨过程并非全是市场机制在发挥作用。比如，不少酒企曾在涨价之前公开发布停收订单、停止发货以及全面停开发票等消息，生产端与批发端试图通过控制货源来制造稀缺性，进而推动产品价格上涨。不仅如此，还有些经销商与生产商“合谋”，或故意囤积酒品、人为制造短缺，或发布虚假信息诱导需求。相关有违商业伦

理的行为即便达到了推升价格的目的，但其可持续性却值得怀疑。

——经济日报：《白酒涨价的市场成色有待检验》

一些商家之所以敢欺骗消费者，甚至让预付卡成为敛财套路，一个重要原因是违规成本较低。因此，应当不断完善监管体系，加大对违规者的惩处力度。与此同时，还应探索多样化的处

罚手段。预付卡一定程度上承载着消费者对于商家的信任，如果辜负了这份信任，商家就应承担相应的不利后果。有必要在市场监管、商务、公安等部门之间实现信息共享，让守信者畅通无阻，让失信者寸步难行，从而大大增加监管的威慑力。

——人民日报：《让预付消费更安心》

◎木木 辑

### 市民论坛

## 210万元赔偿金是乱傍名人的代价

日前，作家莫言诉深圳市玉瓷科技有限公司（下称“玉瓷公司”）人格权纠纷案一审胜诉，并获经济赔偿200万元及精神抚慰金10万元。据报道，此前，玉瓷公司创始人董震雷经他人牵线认识了莫言，随后在未经授权的情况下将莫言的题字以及二人合照用于该公司的商业宣传。

莫言的委托代理人表示，这200多万元的判赔金额创下了名人人格权纠纷案判例中的历史新高，“足可见司法者对此侵权行为之惩戒态度”。值得一提的是，法院判决出来之后，网上叫好声一片，很少人质疑赔偿额度，足见社会对企业乱“蹭”名人流量现象之态度。

客观地说，企业（尤其是小型企业）拿名人往自己的脸上贴金是件再正常不过的事，不少企业都喜欢将自己与名人的合照或名人题字挂于企业显眼位置，让名人为自己的企业站台，以扩大企业影响力。仅限于此，倒也无关大雅，名人也不会计较，但若未经名人许可，便将对方的姓名、肖像用于企业广告宣传，甚至广告文案中还虚构名人的话，就明显过界了。哪怕企业家与名人是朋友关系，这种做法也是不合法的，更何况莫言与玉瓷公司并不熟捻，只不过出于好心，与该公司负责人合过照、题过词而已。

再进一步，借莫言的“口”，大肆宣传“用了玉瓷科技养生锅，炒菜味道就是不一样，健康养生，其他的金属致癌锅再用不回去了，希望你们把它卖到全世界，为全人类的健康造福”，那就更过分了。这里不仅可能涉嫌虚假宣传（声称“科技养生锅”），还有不正当竞争之嫌（贬低金属锅）。假如消费者因为信赖莫言而上当，因为上当而对莫言的道德产生质疑，对莫言的人格权可是一个莫大的损害，侵权性质将更加严重。事实正是如此，报道称，江西九江一名老人因为信任莫言，向这家公司投进去几十万，“结果一个锅也销售不出去，一个人头也拉不到，损失惨重。”对此，莫言生气是可以理解的。

企业好不容易傍上一个大名人，本是一件好事，但玉瓷公司却把一手好牌打烂，这210万元算是企业乱“蹭”名人流量所交的智商税，对企业来说是一个昂贵的教训。“人无信则不立，业无信则不兴。”对企业来说，做企业和做人一样，诚信永远是第一位的。做广告要有诚信，未经名人同意便使用名人名字和肖像是一种不诚信的行为，不可为之；做产品要有诚信，靠质量和信誉赢得消费者才是王道，靠无底线的广告或许能让产品走俏一时，但不可能长久，因为消费者不是傻子。谓予不信，可以看看近年来，有多少企业“傍”名人“蹭”流量，又有多少能坚持下来？

但愿，在210万元赔偿案中，法官用法棒敲醒的，不仅是玉瓷公司。

◎连海平 媒体人

### 珠江瞭望

## 格力举报奥克斯，消费者是最大赢家

6月11日上午，中国消费者协会回应媒体称，珠海格力电器股份有限公司实名举报奥克斯空调股份有限公司生产销售不合格空调产品事件关涉产品质量和消费者权益，该协会对此高度关注。同时，中消协呼吁相关经营者始终树立“消费者优先”理念，为消费者提供品质可靠的产品和服务，保障消费者合法权益（澎湃新闻6月11日）。

格力公开举报奥克斯，一石激起空调市场的千层浪，也引发广大消费者的疑惑和焦虑——格力举报的问题是否属实？如果属实，

这一问题有多严重？是个性问题还是普遍问题？对消费者权益造成的损害有多大？该如何解决这一问题？诸如此类的这些问题，消费者都迫切希望得到答案。作为消费者的娘家人，中消协在第一时间就事件郑重表态，阐明观点，回应了消费者的关切，代表了消费者的意见，属于法定的履职行为，对推动问题的调查、维护消费者权益，具有积极意义。

既然格力已经把“丑话”说到了明处，中消协就应该配合市场监管部门趁热打铁，对格力所反映的问题进行全面深入调查，不仅

调查奥克斯，也要调查包括格力在内的其它空调企业。空调的能效值等功能参数，在实验室的理论数据和实际应用中的数据是存在一定差别的，有些企业打营销擦边球，把实验室的理论数据宣传为实际使用数据，误导消费者。实际上，市场监管部门（原工商部门）对此种行为也不乏查处的案例。据报道，此番，格力不仅利用自己的实验室对奥克斯的相关型号空调进行了检测，还委托第三方机构四川电子检验所对奥克斯空调的8款机型进行了专业检测，

四川电子检验所所长张良龙也表示，对格力电器送检样品的检测结果负责。如此看来，格力的举报有证据作支撑，消协和市场监管部门如果以这一举报作突破口，查清相关问题，对消费者自然是一件好事。

格力举报奥克斯事件，等于给消费者上了一堂科普课，有助于消费者增强自我保护意识。在市场监管部门、消协的压力下，无论格力举报事件的最终调查结论如何，都会促进行业标准的升级，进一步增强企业自律意识并提升产品品质，如此，消费环境就能得到进一

步优化。

同行相互了解较多，因此同行监督是值得尝试的监督模式。格力举报同行事件，对消协、监管部门来说，也是一次有益的维权引导与监管引导，在这种引导下，消协、监管部门能够提升维权与监管的效率，拓宽维权与监管的空间。而维权与监管有的放矢，咬准问题，不仅有助于清除行业发展的“病灶”，也有助于促进行业的健康发展。

无论格力举报事件的最终结论怎样，最大的赢家显然是消费者。

◎李英锋 公职律师

### 白话广州

## 透薄玉雕话“广片”

广州玉雕艺术自古都好把炮，呢个就大家都知嘅。之但系，把炮到咩程度呢？早前：“中国非物质文化遗产传承人研修研习培训计划”喺广州轻工技师学院开班，省工艺美术大师余其泽就展示咗一件精品：一片用玉雕成嘅荷叶，薄如蝉翼，落水能浮，叶片上伸企住一只蜻蜓添！夏日炎炎，睇落好养眼啊！

呢种工艺名叫“广片”，传承已达百年之久。顾名思义，广片系源自玉雕重镇广州，工匠将翡翠打磨到大约1毫米嘅厚度，使佢呈现通透嘅效果。

广片嘅诞生，有人话系来自“提质”。因为翡翠重“水头”（水汪汪嘅感觉）讲究“浓阳正匀”（绿色要正）。但呢啲要求，边有咁容易达到啊？于是，古时匠人就将翡翠打薄，提高透光率，以此来改善佢嘅品相。

后来，人们又发现，广片薄可透光，娇好可爱，所以经常用来制作花瓣、叶片之类嘅造型，供后妃命妇插戴，于是渐成贡品。比如而家故宫就藏有一支花簪，以翡翠为叶，薄片之上再雕叶脉，栩栩如生，系广片工艺嘅佳作。

广片工艺虽然传承百年，但依然好难做。因为要靠人手打磨，耗时耗工，仲好容易磨烂，就算系玉雕大师余其泽，打磨一片荷叶都使咗几个月嘅工夫，一响提佢都无得走。亦因此，更显出岭南玉雕工艺嘅精致同匠心啦。

◎梁倩薇 编辑

### 新华时评

一本日历印出了60万册，一双小白鞋“踏”上国际时装周，一支圆珠笔成为“国风”的代言……从故宫文创的火爆到传统品牌的“焕新”，国货正以全新的姿态和人们重新相遇。2019年全国“双创周”即将启动，消费市场上“国潮”涌动，背后的逻辑值得思考。

国货的火爆不是“误打误撞”的巧合，并非某个品牌的个别行为。当前，买国货、用国货、晒国货，风行于很多年轻人的日常生活。去年，

阿里巴巴平台上国货品牌线上占比高达71%，“双11”当天，天猫237个成交额破亿元品牌中，国货品牌占比过半。

国货之所以能够成为“国潮”，贵在创新，而创新之要则在于号准了消费者的情感脉搏。

日子越过越好，人们对日常消费品的需求悄然发生变化。过去主要是追求满足使用价值，现在则需要品质更高、种类更多样、体验更美好，拥有更多的文化内涵和情感共鸣等，从单纯追求“好用”到“好

用、好玩、好贴心”。

智能科技为国货开拓全新空间、文融创融合给国货赋予“情感表达”、模式创新改变了国货的“玩法”……瞄准市场需求，围绕消费升级、产业升级、服务升级，改变供给质量和方式，传统的国货也能玩出新花样，成为创新的主要阵地。

国货的“复兴”，有来自理念的更迭、有聚焦供给的创新、更有根植文化的自信。它充分体现了传统行业因时而变，因变而兴所取得的成效。

国货的变迁就是我国

## 创新号准了情感的脉

经济高质量发展的缩影。紧扣消费脉搏，从市场中获得灵感，汲取力量，主动出击，勇于变革，用新理念改变传统行业，用新技术提高品质和效率，用新模式开拓新空间，即便是传统的制造领域，也能焕发巨大的活力，得到市场的热烈回应。

可以预见，随着创新氛围的浓郁、创新意识的加强、创新成果的涌现，越来越多传统行业焕发新颜，中国经济将迎来更大的发展机遇。

◎张欣欣 新华社记者

### 点击广东

## 老师马虎批改作业太失职

工作态度是可取的。

再有“珠海女学员竟敢在闹市练科目三，交警盯上对教练罚目三，交警官微6月11日），交警的处置也很及时。驾校教练应当是熟知各种交通法规的，而且应当言传身教。可这名教练，仅仅为了配合学员练车的时间，冒险带学员在闹市练车，被处罚一点也不冤。

违法开车危及公共安全，招摇行骗同样危及公共安全。“广东公布65个涉嫌非法社会组织名单，严打骗钱敛财”（南方网6月11日），可以说是在为老

百姓的钱包保驾护航。不过，对于这些骗局，除了相关部门严厉打击，还要靠民众提高自身防骗能力，同时要对异常现象积极举报。

涉世不深的人，更容易上当受骗，“租赁微信赚零钱，江门两名初中女生险陷裸照门”（《新快报》6月11日），着实让人吓出一身冷汗。值得庆幸的是，小女生尽管先上当受骗，但能够及时醒悟，并拨打110求助，此举还算明智。这里还要提醒一下大人们，平时应当多用这样的新闻案例来教育孩子，增强他们

的防骗意识和能力。

教育孩子靠的是平时的点滴积累。“深圳一孩子题目做错，语文老师却批改为全对，气坏了家长”（深圳电视台6月11日），老师的马虎大意，很容易误导到学生。教师作为学生的榜样，这么不负责任堪称失职。这事换成哪个家长都会生气。当然，事情还需一分为二地看，老师改作业马虎固然有态度问题，但是我们也要思考一样原因，比如，会不会是因为，老师的教学任务与非教学任务太重了呢？

◎陈管见 国企职员