

2021年3月15日
星期一
编辑/吴承江
组版/李静
校对/陈文彪

让“3·15”之外消费者也“牛”起来

刘天放

1983年，国际消费者联盟组织确定每年的3月15日为“国际消费者权益日”。这是一个让消费者“扬眉吐气”的日子，而假冒伪劣者则成了人人喊打的“过街老鼠”。每年这个日子中央电视台都要举办一台规格很高的“3·15”晚会，曝光假冒伪劣产品，为消费者撑腰，警示生产者和销售者重视产品质量。

每到3·15，消费者维权的热情就高涨，因为在这天维权，相关部门总会热情接待，索赔的成功率也比平时更高。赶上3·15，

假冒伪劣者无不提心吊胆。可一旦过了3·15，又很容易回到原点。就是说，3·15期间消费者扬眉吐气，而3·15过后没多久假冒伪劣者又慢慢重新“牛皮哄哄”了。可见，消费者都应该紧握法律武器，学会依法维权，让3·15不仅停留在3月15日这一天，而是365天。

然而，消费者主动维权的方面，而另一方面，如何让不良商家每天都提心吊胆，不敢作恶，就必须加大监管力度。消费者当然希望“天天3·15”，希望每一天自己的衣食住行都不受假冒伪劣的坑害。对此，执法部门当做到毫不松懈，严格执法，有法必依，如此才能让消费者天天扬眉吐

气，远离假冒伪劣。

不得不承认，当前对消费者权益的保护还有待加强，很多坑害消费者的案例基本是经过消费者举报后才被查处的，就是说，靠执法部门主动查处的案例还要继续加强。假冒伪劣猖獗，侵害消费者权益人人痛恨。因此，必须加大打击力度，使假冒伪劣者停止作恶。

当然，获得一个“凯旋”的3·15相对容易，但赢得一个3·15之外的常态胜利，却依然任重道远。当下，应在日常生活中，加大执法力度，严格按《消费者权益保护法》行事。总之，就是要让“3·15”之外消费者也能“牛”起来，同时让假冒伪劣者的日子不好过。

市场星报

国内统一刊号 CN34-0062
邮发代号 25-50



新闻热线 62620110
广告垂询 62815807
发行热线 62813115
总编办 62636366
采编中心 62623752
新闻传真 62615582



市场星报电子版
www.scxb.com.cn
安徽财经网
www.ahcaijing.com
Email: admin@scxb.com.cn



零售价 1元/份
全年定价 240元
法律顾问 安徽美赫律师事务所
杨静 律师
承印单位 安徽新华印刷股份有限公司

星报传媒
全媒体矩阵



官方微信



《安徽画报》微信



掌上安徽APP



官方微信

时事乱炖

“百变神医”被免职，“神医宇宙”也需清理

江德海

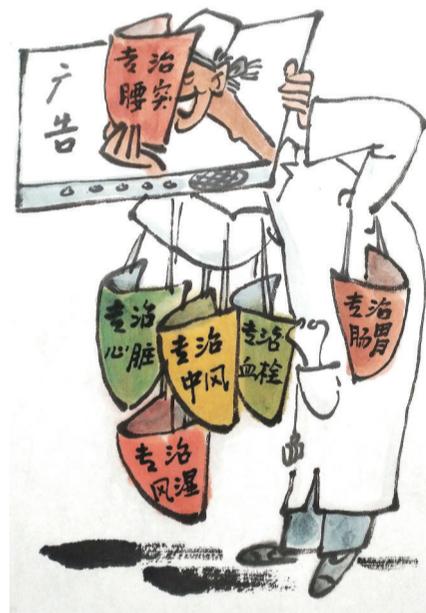
近日，“神医”张文荣的药品广告视频在网络引发关注。他在不同的广告中分别宣称祖传专门医治腰突、肠胃等不同疾病。记者检索发现，张文荣系北京鹤年堂中医医院出诊医生。3月9日，北京鹤年堂中医医院发布声明称所有宣传广告的信息均与医院无关，并决定免去张文荣名誉院长职务。记者从该医院获悉，张文荣现已停诊。(3月10日新京报网)

“神医”的“套路”如出一辙，并非真的为患者无偿付出，而是藉此为幌子，让消费者相信“神医”确有“神技”“神药”，再卖个高价钱。“神医”的目标客户主要是老年人，包括各种慢性病患者，他们同时也是电视台的受众群体，缺乏足够的医学常识，又盲目相信电视台的权威性，很容易被误导和欺骗。此前，被誉为“四大神医”的刘洪滨，在3年时间里以9个不同的“神医”身份，活跃在多个电视广告中，短短三个月完成200万

元销售额。

可见，在打击“神医”之际，也要斩草除根，将电视台、制作单位一并处罚。事实上，监管部门对此早有明确规定，亦有相关法律制约。新《广告法》明确规定，电视台不得以介绍健康、养生知识等形式，变相发布医疗、药品、医疗器械、保健食品广告。2016年，《关于进一步加强医疗养生类节目和医药广告播出管理的通知》发布，严禁医疗养生类节目以介绍医疗、健康、养生知识等形式直接或间接发布广告、推销商品和服务。

因此，各地监管部门应依法依规予以打击，严厉整治相关产业链，根除“神医宇宙”的生存土壤，避免患者被欺骗。同时，各地要加强医学知识普及工作，针对老年患者的特殊情况，采取更适宜的科普模式，并鼓励医疗机构开展贴心服务，通过建卡建档、定期回访等方式，积极引导老年患者去正规医疗机构就医。



百变神医 王恒/漫画

热点冷评

智能电视“标配”开机广告岂能无解

杨玉龙

近日，“无法关闭的开机广告”成为不少消费者的投诉热点。记者调查了解到，目前市面上在售的主要智能电视品牌中，仍有大部分型号的智能电视存在15~30秒的开机广告，且普遍不能取消，消费者也无法进行“一键关闭”，被指严重影响用户体验。(3月14日 澎湃新闻网)

2020年9月13日起正式实施的《智能电视开机广告服务规范》就明确提出，厂商在销售时必须告知消费者开机广告的服务内容、开机广告不能超过30秒且要有明确的关闭提示信息等内容。很显然的是，广告仍多且无法关闭，旧机升级增广告，关闭开机广告麻烦多等，依旧是常态。不难理解，遏制智能电视开机广告不能仅靠“规范”，更须靠“法治”。

企业销售时未告知开机广告侵害消费者知情权；销售时未告知开机广告或未能提供一键关闭功能侵害消费者选择权；智能电视开机广告不能自主关闭，侵害了消费者的公平交易权。智能

电视强制消费者看广告还涉嫌违反《广告法》，如，“利用互联网发布、发送广告，不得影响用户正常使用网络。”消费者据此可依法维权，相关部门更可依法惩治。

令人称道的是，江苏省消保委曾于2019年12月12日依法就某品牌智能电视强行植入开机广告且不可关闭侵犯消费者权益问题，向南京市中级人民法院提起消费民事公益诉讼。这对于维护消费者权益就具有积极意义。当然，也期待着这样的民事公益诉讼多起来，从而让消费者开机更清静、更舒心。

虽然在电视行业寒冬中，不菲的开机广告费收入成为经营者的“救命稻草”；但是，对于其行业自身来讲，也应该认识到，忽视消费者的权益，注定没有好果子吃。更何况，当下市场内，一些品牌智能电视机已经没有了开机广告，这既是对消费者的尊重，更是良好的示范。而更为期许的是，开机广告不再是智能电视机的“标配”。

非常道

董明珠揭秘 为何给大学生一人一套房

到格力来工作三四年，大学生可以成家立业，不用为买房痛苦，我们给他提供这个保障。但是这种生活保障不是作为引进你的条件，给你一套房，给你薪酬，那都是我们应该给的，不会把这些作为一个简单条件去引进大学生。 @电商报

微声音

心理学研究： 房间整洁的人，责任心更强

美国得克萨斯大学奥斯汀分校的心理学教授塞缪尔·戈斯林博士通过对人格特质分析，解码了个人空间和性格的关联性。比如，办公桌、抽屉都整洁有序，说明这个人的责任心更强，工作效率也更高；如果只是桌面上整洁，抽屉内摆放混乱，则意味着责任心或许有所欠缺。

@生命时报