

新闻会客厅

明星主播频繁带货翻车

□本期主持人:于理

主持人:所谓墨尔本生产基地,竟是一处不起眼的汽车维修站;标榜的进口高端,全是国内代工……近日,号称“澳洲原装进口”的“优思益”保健品被曝光。多位曾为其带货的明星主播相继道歉,引发社会广泛关注。然而,明星主播为问题产品“站台”已非个案,从“假燕窝”到“虚标原产地”,翻车事件屡见不鲜。症结何在,该怎么纠偏?

本期嘉宾:贾斯佳、史洪举、黄思敏

“赚快钱”埋隐患

□贾斯佳(职员)

明星主播为问题产品站台后道歉的场景,公众已经看过太多遍。这些明星为什么总在同一个坑里反复跌倒?

最直接的原因,是明星对自己的“带货”身份缺乏起码的责任意识。很多明星把直播带货当作一场简单的商业走穴——品牌方给钱,他们出镜,念几句准备好的台词,钱就到手了。至于产品产地是不是真的在澳洲、生产线是不是正规,成分有没有夸大宣传,他们没兴趣也没时间去核实。这种心态,本质上是对消费者权益的漠视。

更深层的原因,是选品环节的严重缺位。专业的直播带货主播,背后往往有几十甚至上百人的选品团队,从资质审核到样品抽检,再到用户评价追踪,每一个环节都需要投入大量精力。而明星主播大多依赖MCN机构或品牌方提供的“现成话术”,甚至自己根本没用过产品就敢在镜头前高喊“亲测有效”。

此外,商业利益驱动的畸形合作模式,也在助长翻车风险。明星的流量价值远高于他们的专业价值,品牌方愿意花大价钱请明星,看中的就是粉丝的信任转化。而明星团队为了赚取更高的坑位费和佣金分成,往往来者不拒,甚至明知产品有水分也选择睁一只眼闭一只眼。当逐利成为唯一目标,诚信自然被抛在脑后。

带货当“带”责任

□史洪举(法官)

明星等公众人物拥有较多的粉丝,商家或广告主看重的自然是这些公众人物的影响力,不惜重金聘请明星代言产品,或者让明星在直播间“带货”,以提高产品的见光率、知名度,进而在激烈的市场竞争中脱颖而出。

但是,对于明星等公众人物来说,其推荐代言也好,“直播带货”也好,显然不仅仅是单纯的拿钱做广告或“卖产品”那么简单,可以闭着眼睛对相关产品一概不管不问。《广告法》《消费者权益保护法》对推荐代言产品的有关规定和约束相当严格。其规定,广告代言人在广告中对商品、服务作推荐、证明,应当依据事实,符合有关法律、行政法规规定,并不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明。

此外,关系消费者生命健康的商品或者服务的虚假广告,造成消费者损害的,广告代言人应当与广告主承担连带责任。其他商品或者服务的虚假广告,造成消费者损害的,广告代言人明知或者应知广告虚假仍作推荐、证明的,应当与广告主承担连带责任。而且,广告代言人明知或者应知广告虚假仍在广告中对商品、服务作推荐、证明的,由市场监督管理部门没收违法所得,并处违法所得1倍以上2倍以下罚款。

带货前须把把关

□黄思敏(教师)

明星主播带货究竟该怎么做,才能真正避免翻车?我认为,不能只靠事后道歉和罚款,必须在合作之前就扎紧篱笆,具体来说要把好“三关”。

第一关,是“选品关”。很多明星翻车,根源在于根本不知道自己在卖什么。避免这个问题的办法很简单,建立自己的选品标准,而不是全权交给MCN机构或品牌方。明星团队应当设立专人负责产品审核;对于食品、保健品、化妆品等涉及人身安全的产品,最好委托第三方机构进行抽检,并去工厂、生产线看一看。

第二关,是“使用关”。《广告法》明确规定,代言人不得为未使用过的商品作推荐。但在实际操作中,不少明星只是拿起样品在镜头前摆拍一下,甚至让助理代为试用,自己根本没碰过。要真正避免翻车,明星必须亲自使用产品一段时间。只有自己用过了、觉得靠谱了,才有底气向粉丝推荐。

第三关,是“合同关”。很多明星团队在与品牌方签约时,只盯着坑位费和佣金比例,却忽略了关键的责任条款。建议明星在合同中明确写入“产品真实性保证条款”,要求品牌方对产地、成分、质检报告等信息的真实性作出书面承诺,并约定如果产品存在虚假宣传或质量问题,品牌方不仅要赔偿消费者,还要向明星团队支付违约金。

总之,明星带货不是一锤子买卖,把“三关”不仅是对消费者负责,也是对自己职业生涯的长期投资。

为守信加分 为文旅加码

□温文清



据本报报道,为推进古城文旅高质量发展,近日,“世道典范·诚信有鲤”——鲤城区古城诚信商圈系列宣传活动正式启动。作为泉州中心城区、世道古城核心承载地,鲤城高度重视古城诚信商圈建设,积极探索诚信建设新模式,迄今已为近千家商户建立信用档案,张贴“信用二维码”,动态评选出104家“星级诚信商家”,信用管理平台也正式上线,“一档、一码、一评、一网、一屏”的诚信生态加速形成,信用建设成为滋养和优化文旅市场生态的有效抓手。

很多人都有同感,去一个地方旅游,不怕排队,不怕人多,怕的是被“割韭菜”,怕的是消费得不明白。反映在一个城市来说,文旅经济靠的并不是流量潮汐,而是实实在在的长期主义。2026年春节假期,泉州接待游客超1618.39万人次,游客旅游总花费164.59亿元,比去年同期分别增长59.98%、63.02%,文旅经济再创新高。

其中,“信用+文旅”释放出了乘数效应,古城的信用体系建设功不可没,例如,此次活动就再次确认了鲤城104家“星级诚信商家”,其中包括中闽百汇、华侨大厦、车桥头文阿、悦来酒家、水门锡国等一众老牌企业。通过有效的信用体系建设,古城把规则立起来,把生意做明白,把监管做到位,游客才会乐意掏钱,旅游才得以彰显应有之乐。

立规则是破解难题的先锋。近年来,鲤城区出台了《鲤城区推进古城诚信商圈建设实施方案(2024—2026年)》,明确提出“五个一”工程(一档、一码、一评、一网、一屏),即建立信用档案、推广信用二维码、实施信用评级、构建数据网络、设置公示大屏。这一系列举措已全面覆盖诚信商圈近千家商户,实现了信用信息的动态管理,为构建良好信用生态奠定坚实基础。

造场景是明白消费的关键。要让消费场景更细化,信用二维码不能成为摆设,现如今在古城,消费者扫一扫二维码就能看到商家的营业执照、信用评级、后厨实时监控、投诉渠道等多达12项信息,实现了一部手机把“明厨亮灶”“明码标价”变成日常,让即使是第一次来泉州的游客也能明白消费、安心消费。

强监管是精准打击的保障。筑牢消费安全的坚固防线,就要构建监管的闭环。针对餐饮、商贸等行业发布价格合规指引,古城严格把控“天价消费”等市场乱象。例如,通过立案查处“一碗面线糊45元”等典型案例,有效震慑不法商家,维护市场秩序。此外,还建立“守信激励+失信惩戒”动态评价体系,形成

“投诉—处置—反馈”24小时快速响应机制,让不良商家不敢伸手。

可获益是鼓励守信的杠杆。在机制建设的基础上,古城还着力破解小微企业的融资瓶颈,通过建立小微企业融资协调工作机制,走访企业超过3.3万户次,成功授信金额超过34.55亿元,实际放款金额24.87亿元。就是说,如果你的生意干净、信用分高,银行就更愿意借钱给你。过去小店靠人情和抵押,现在是靠“信用资产”,让“讲信用获回馈”有效激活市场主体的活力,为小微企业的蓬勃发展提供金融支持。

通过“信用+文旅”组合发力释放多重红利,泉州古城正不断激发市场的新活力。接下来,古城还将探索建立“以文明换积分、以荣誉换积分、以积分换福利”的激励机制,让市民和游客通过守信行为兑换文旅优惠,让信用体系的正向作用进一步发挥出来。

一个由政府主导、商户自律、公众参与相结合的信用共治格局,正在泉州古城逐步形成。目前,虽然数据还要继续打通,评级标准还要更细,奖惩还要更快更准,但是方向正确了,就行远必至。

泉州古城的实践表明,信用体系不只是一种管理工具,它完全可以进化成为城市治理智慧的“新名片”。

“政‘午’服务不打烊 日间办事不再难”

□汉源客

4月2日中午12点10分,江苏徐州经开区政务服务中心“政‘午’服务站”窗口照常办公。市民匡立文利用午休时间领取母婴店营业执照,不到10分钟便办结离场。他称赞:“午间不打烊,是真心为企业着想,我们未办事不用再掐着点赶时间。”(4月7日《新华日报》)

今年2月24日起,徐州经开区行政审批局推出“政‘午’服务站”,以常态化午间服务破解企业群众“上班没空办、下班没处办”的痛点。一个多月来,累计受理、咨询各类事项70余件,办事满意度100%。

政务服务的核心,从来不是完成流程、走完程序,而是真正站在群众和企业的角度,解决他们的实际困难。以往,政务窗口的午休时间,看似是工作人员的合理休息,却在群众、企业和政务服务之间,划下了一道无形的“时间鸿沟”。有人为了办一件小事,不得不提前请假,耽误工作不说,还可能因为材料不全,下午再跑一趟;有人利用午休匆匆赶过去,却只能面对紧闭的窗口,白跑一趟的失落感,也冲淡了对政务服务的好感。

“政‘午’服务不打烊”,背后是政务服务理念的转变——从“我要怎么方便办公”,变成了“群众要怎么方便办事”。徐州经开区没有简单地增加工作人员、延长整体工作时间,而是通过内部挖潜、优化排班,让工作人员轮岗值守,既保证了服务的连续性,也兼顾了工作人员的休息,这种灵活的方式,既务实又贴心。更难能可贵的是,轮值人员都经过了全科业务培训,能独立处理各类高频事项,不用群众再跑冤枉路、多等一分钟,实现了“少跑一趟路、少等一小时”的承诺。

重拳打击“回流药” 用药安全要守护

□潘铎印

国家医保局办公室近日印发通知,对持续打击倒卖医保“回流药”等违法违规问题进行专门部署。通知要求,自2026年4月起,以药品追溯码疑点线索核查为抓手,在全国范围内继续深入开展打击医保药品领域违法违规问题专项行动。(4月7日人民网)

回流药,是指通过非法渠道回收、重新包装或篡改信息后再次销售的药品。倒卖回流药的行为,使医保基金被非法套现,大量资金流入不法分子的腰包,这是在蚕食大众的“救命钱”,严重影响医保制度的安全运行和可持续发展。

现实中,不法分子通过“医保取现”“高价回收”等手段诱导参保人倒卖医保药品,有的药贩子将过期药翻新、用真药盒装假药再次销售,通过各种腾挪运作、移花接木的非法手段牟利。据统计,全国超4000家零售药店倒卖的“回流药”来自网络药品批发平台。在利益驱动下,回流药成了药贩子牟取暴利的工具,严重侵蚀医保基金,扰乱正常医药流通秩序,也让百姓用药安全风险陡增。

医保、卫健、市场监管、公安等部门应加强联动,开展专项检查和整治行动,聚焦倒卖“回流药”的各环节和全流程,持续强化对职业开药人、药贩子以及违法违规药品批发企业、医药机构等各类涉案主体实施穿透式打击,对倒卖“回流药”等违法行为零容忍,坚决从严处罚,用法治利创新断“回流药”黑色产业链,筑牢老百姓的“看病钱”。公众应认清“回流药”危害,不向药贩子买药,不买来源不明药品,提高对倒卖“回流药”行为的认识和警惕,形成共同监督,让医保药品“回流”行为无处遁形。

商品条码出新规 数字防线当筑牢

□郝冬梅

商品条码是商品的“身份证”,是商品流通的“通行证”,是产品质量追溯和数字化监管的重要抓手。近日,市场监管总局发布新修订的《商品条码管理办法》,将于5月1日起实施。(4月7日《人民日报》)

新规的落地,为消费者权益保护筑起了坚实的数字防线。从网络重点产品的“一码溯源”试点,到覆盖全行业的标准完善,新规构建起“生产源头赋码、平台验码亮码、消费者扫码用码”的全链条监管体系。针对充电宝、电动自行车等与百姓安全密切相关的产品,源头赋码确保信息真实,平台验码守住流通关口,消费者扫码实现自主核验,多环节联动有效遏制了假冒伪劣乱象,让“货不对板”成为历史。同时,新规拓展了条码标准覆盖范围,新增散装和大宗商品编码要求,填补了此前的监管空白,让各类商品的监管都有章可循,进一步守护消费者的切身利益。

好政策的生命力在于落地见效,新规的价值最终要体现在消费者的获得感上。此次修订不仅强化了溯源监管,更在细节处彰显民生温度。在以往换新政策中,商品条码成为精准发放补贴的关键手段,有效防范“骗补”“套利”漏洞,让政府的惠民红利真正落到消费者手中;在企业减负方面,简化流程、规范收费的举措,间接推动企业将更多精力投入产品质量提升,最终惠及广大消费者。此外,条码标准的完善也为消费者提供了更便捷的消费体验,无论是商超结算还是线上购物,规范的条码都能提升流通效率,让消费者更省心。

本版诚挚欢迎读者来稿,投稿邮箱为: qzwbpl@163.com

告别“重点班”,让义务教育回归公平

□曾于里



该将学生划分成三六九等,更不应该让一部分孩子从一开始就输在起跑线上。学校将优质师资和教学资源高度集中于重点班,普通班的学生获得的资源大打折扣。这种落差不仅是资源层面的,也是心理层面的。普通班的学生很容易产生被边缘化、被放弃的感受,认为自己“不如别人”,久而久之,自信心和学习动力都会受到严重打击。重点班也并非“受益者”。在高度竞争的环境中,重点班的学生承受着远超同龄人的学业压力,课程进度快、竞争氛围浓,一旦成绩出现波动,就可能陷入焦虑、抑郁等负面情绪。

与此同时,重点班的设立加剧了整个社会的教育焦虑。家长们在“鸡娃”的道路上越走越远,从小阶段就开始为进入重点班做准备,报奥数班、英语班,参加各种竞赛,从家庭到社会都被裹挟进一场无休止的竞争之中,吞噬了无数孩子的健康与快乐。

此次教育部再度明确禁令,义务教育阶段的均衡编班不是“选择题”,而是必须严守的“底线”。如何让“严禁设立重点班”不再是文件上的文字,而是每一所学校实实在在的行动?

首先,堵住“变相设班”的漏洞。一些学校可能会玩“文字游戏”——不叫重点班,改叫“特长班”“创新班”“竞赛班”,并通过“分层走班”“课后培优”等方式暗中集中资源。对此,各地在制定实施细则时必须明确禁止任何形式的变相分班行为。

其次,师资均衡配置不能流于形式。一些学校即便实行了随机分班,但暗中将骨干教师、学科带头人集中到某些班级,实际上仍是在变相设重点班。可以采用“双随机”模式,即学生随机分配、教师团队随机绑定,从源头上杜绝好老师集中在某些班级的现象。要健全教师交流轮岗制度,让“好老师”不再被少数班级垄断。

再则,畅通监督渠道、强化违规问责。教育部已明确,今年4月至9月在中国教育督导微信公众号平台设立“中小学违规招生问题”专栏,县级教育行政部门须设立专门的招生入学热线并向社会公开,对群众反映的问题要建立台账、逐一核查处置。对于招生问题频发、情节严重、社会反映强烈的地区和学校,要严肃追究相关教育行政部门及学校负责人责任。查处一起、通报一起,形成震慑效应,让违规行为付出应有的代价。

义务教育是国民教育的基石,公平是这块基石最坚硬的内核。禁止设立重点班、实验班、快慢班,看似只是一个分班方式的变化,实则是对教育公平的一次深度回归。教育不是为了制造少数赢家,而是为了让每一个孩子都能被看见、被尊重、被培养。放弃分班上的“小算盘”,守住教育公平的“大格局”,这才是教育工作者对得起社会期待、对得起职业良知的应有担当。

近日,教育部办公厅印发通知,对开展中小学阳光招生专项行动(2026年)作出全面部署。通知明确提出,义务教育学校严禁设立或变相设立重点班、实验班、快慢班,推进师资均衡配置、学生随机分班,全面实施均衡编班。编班方案、过程及结果须向社会公开,编班结果一经公示确定,任何人不得擅自变更。

如果走进任何一所城市初中,问一问家长和学生,几乎没有人对所谓的“重点班”“实验班”感到陌生。学校为何如此热衷于设立重点班、实验班?正是为了集中资源出成绩。重点班配备了最优秀的教师团队,教学进度更快、教学内容更深,学校希望靠这批“尖子生”在中考中取得亮眼的成绩,以此打响学校的口碑,吸引更多优质生源。在“唯分数”的评价体系下,升学率就是学校的“面子”,重点班就是打造“面子”的捷径。甚至,重点班的存在也成为学校的一种“资源”——有些家长为了让孩子进入重点班,不惜找人请托、请客送礼,学校的“择校权”由此衍生出一系列灰色操作。

看似“高效”的分班模式,是对义务教育基本伦理的背离。义务教育的本质是面向每一个人的教育,它不应

