



本报评论员
陈江

要消除低俗营销现象,不能止于商家道歉了事。相关管理部门该出手时应出手。

奶茶店低俗营销,不能道个歉就算了

奶茶品牌益禾堂在业界存在感并不高。而最近,它算是火出圈了,只不过是网友骂火的。

近日,益禾堂在其新品宣传视频中,使用“这么大一杯够你三四个秘书喝”“空姐的品质,吉祥村的价格”等宣传文案,被外界质疑侮辱女性、低俗营销,引发舆论哗然。

该视频来自一名短视频博主的原创打卡视频,益禾堂官方账号进行了转发。在网友铺天盖地的批评后,益禾堂官方发布道歉信,称深感自责,事情由品牌方监管和审核不力所致,会立即下架删除相关视频,并对涉事人员严肃追责。但大部分网友对这个道歉并不买账,认为益禾堂一边赚着女性的钱,一边物化侮辱女性,避重就轻,推卸责任。

奶茶品牌因广告宣传低俗、涉嫌性别歧视而引发舆论风波,这次并不

是首次。今年,长沙品牌茶颜悦色就两度因广告宣传打两性擦边球,受到网友激烈批评。如果往前追溯,在饮料行业,著名的椰树椰汁和喜茶、知乎茶,都曾因广告营销低俗受到有关部门点名批评。

不可否认,从椰树椰汁到益禾堂这一系列引起争议的广告营销,确实辣人眼睛,会带来一波热度。但是,为了招揽顾客,以低俗为卖点,在两性关系上采用暗示语言,就肯定会出问题。长此以往,不仅让消费者好感度降低,也会损害品牌形象。

过硬的产品质量、良好的美誉度,才是品牌立身之本。然而现实却是:低俗的广告营销层出不穷。

受利益驱使,一些企业为了追求短期流量爆发,点子不够低俗来凑,在广告中有意使用一些争议性内容,越出位越好,

玩诱惑,拿低俗当卖点,不断突破底线,挑战了公序良俗。

另一方面,低俗营销的违法成本偏低,令某些企业有恃无恐。一旦广告营销内容低俗遭到社会质疑,大多数企业会以“内容审核不严、第三方合作内容”等为借口,发布一则道歉书应付了事。而按广告法规定,这类事一般处20万以上100万以下罚款,情节严重的才吊销营业执照。多数违法企业当然够不上“情节严重”的程度,少量罚金对它们而言不过是伤之皮毛,并不妨碍继续赚钱。

要消除低俗营销现象,不能止于商家道歉了事。相关管理部门该出手时应出手,必要时重拳出击,罚到涉事企业“肉痛”,它们才会吃一堑长一智,不敢随随便便拿低俗引流量,不敢做一个赚快钱的短视者。



本报评论员
魏英杰

这部司法解释的作用,就在于告诉商家和平台:我的脸,不是你的生意。

我的脸,不是你的生意

涉及人脸识别的民事侵权案怎么判?现在有了依据。7月28日,《最高人民法院关于审理使用人脸识别技术处理个人信息相关民事案件适用法律若干问题的规定》正式发布。

在维护个人信息权益方面,《规定》第2条和第4条规定,处理自然人的脸脸信息,必须征得自然人或者其监护人的单独同意;对于违反单独同意,或者强迫、变相强迫自然人同意处理其人脸信息的,构成侵害自然人人格权益的行为。在举证责任分配方面,《规定》明确信息处理者更多的举证责任。而在权益保护方面,《规定》积极倡导民事公益诉讼。

这些规定从司法角度对个人隐私、商业利益与公共利益进行了区分,规范了人

脸识别的使用方式及其使用范畴。由此,一些商家、平台通过强迫或变相强迫手段,以“不同意就不提供服务”为由来收集人脸信息,就构成了违法行为。

人脸信息是每一个人独有的、不可变更的生物识别信息,具有高度敏感性和特殊性。人脸信息一旦被滥用或不当利用,将对个人隐私和财产安全造成严重后果。所以,收集人脸信息最基本的前提就是个体知情和同意,不能任由商家或平台胡来。

人脸信息的背后,有着庞大的产业和利益链。在大数据时代,人脸信息的应用场景非常广阔,小到网络支付,大到用户行为模式分析以及人工智能应用等,越来越广泛地用到人脸识别技术。

在过去一段时间,很多人没有充分认

识到人脸信息的重要性,导致人脸信息被非法收集和盗卖。网上就出现过有卖家以“0.5元一份”售卖人脸数据的行为,这说明收集人脸信息已成为部分商家的牟利手段,令人担忧。

规范人脸识别技术,维护人脸信息的数据安全,并不是抵制人脸识别技术的商业应用。人脸识别技术及应用还有很大的研究和利用空间,而在这个领域进行规范,进一步厘清个人隐私和商业使用之间的关系,正是加快发展人脸识别技术的一个保障。

这部司法解释的作用,就在于告诉商家和平台:我的脸,不是你的生意。换句话说,除非基于公共利益而收集、使用人脸信息,否则就应当征得个体同意,不然,可以去法院告你。



本报评论员
项向荣

男婚女嫁本是大喜事,但脱离现实的高价彩礼让人背负压力。我们理应让婚嫁回归本心,让爱情回归纯真。

治理高价彩礼,司法出手更具标杆意义

据北京青年报报道,日前召开的全国高级法院院长座谈会透露,人民法院将积极参与乡村建设行动,依法治理高价彩礼、干预婚姻自由等不良习气。

高价彩礼的确是个老大难问题,危害人人知道,可就是很难把它压下来。高价彩礼让“礼”变了味,越来越“重”的彩礼成为适婚青年走向婚姻的阻碍,由彩礼引发的纠纷亦不少,近年来甚至还出现“彩礼贷”。这个问题确实需要法律强力介入,值得为此建立一套相关的社会规范。

新出台的《民法典》第一千零四十二条就明文规定:“禁止包办、买卖婚姻和其他干涉婚姻自由的行为。禁止借婚姻索取财物。”曾经很多人因此欢呼雀跃:终于讨老婆不用给彩礼了。但是,要注意的是,民法只是延续了老《婚姻法》的规定,

禁止借婚姻索取财物,并没有废除彩礼,而是希望不断规范它往合理的方向发展,也没有出台细则治理高价彩礼。因此,民法对于高价彩礼的约束还是局限于理论上,需要在实践中摸着石头过河。

因为面子问题,一些地方上的人把彩礼作为衡量女儿身价的标准。相对的,有些人觉得,我儿子娶媳妇时付过高额彩礼,可现在轮到女儿出嫁了,彩礼收低了,岂不是亏了?这种心态,在办酒席收份子钱的行为中也较为常见。以上都是在移风易俗过程中遇到的问题。

移风易俗建立新规范,除了各级政府和基层组织需要和风细雨地做思想工作外,法律针对这些事情如何解决也该有所讲究。比如,甘肃的白银就规定:婚嫁彩礼原则上不超过5万元,礼金一般不超过400元/桌(含烟酒),礼金一般不超过200

元。据说收到了不错的效果。

人民法院在积极参与乡村建设行动、依法治理高价彩礼时,应将《民法典》第一千零四十二条“禁止借婚姻索取财物”落实在对各种案例的处理之中,还应尽可能地将这些案例示之于众,让它们广为传播,让大家知道:高价彩礼不合情理。

男婚女嫁本是大喜事,但脱离现实的高价彩礼让人背负压力。我们理应让婚嫁回归本心,让爱情回归纯真。最高法此次向高价彩礼亮剑,是件好事,值得点赞。



扫一扫
一起来评论