



张庭夫妇96套房产被查封 “家人们”，别被明星光环割韭菜

近日，张庭夫妇又被推上了风口浪尖。4月19日，这对明星夫妇创办的品牌“TST庭秘密”的主体公司，上海达尔威贸易有限公司因涉嫌传销，公司名下96套房产被查封。

另据近日权威信源显示，明星陶虹从张庭夫妇经营的达尔威公司5年分红4.2亿元。其中后3年2.6亿分红是达尔威处于传销阶段的分红。目前，陶虹已要求从该公司退股。

张庭夫妇本身就是明星，很容易产生较大的影响力，再加上各大明星为其站台并为品牌背书，名人效应之下，公众对该品牌的信任度要比普通的商品大得多。而查封房产并不意味着事件已经结束，明星该如何守法经商，公众又该从此事件中得到什么警示？对此，钱江晚报·小时新闻评论员们议论开来——

声声“家人”是套路 小心被明星光环割韭菜

本报评论员陈江：对张庭夫妇的粉丝来说，接受这样的现实是痛苦的。张庭无疑曾是个有灵气的女演员，林瑞阳早年也有相当的美誉。这样的一对夫妇，直播带货与其他素人出身的草根相比，具有天然的流量优势。如今，他们终于为自己的违法行为付出了代价。

不少普通民众，折服于他们的名气，也被他们的一声声“家人”叫得晕头转向。交入门费，拉人头，发展一层层下线，做着发家致富梦。殊不知，已陷入被收割的命运陷阱。想一想，罚款2100万元，96处房产被查封，触目惊心的数字，有多少人在其中奉献了真金白银？诚如网友发问：“一声声‘家人’叫得亲切，96套房产，可曾分给‘家人’半间？”作为传销案例，对参与其中的普通人来说，千万要小心，警惕那闪闪发亮的明星光环，正是把人当韭菜收割的利刃。

“TST庭秘密”的秘密 仍待公之于众

本报评论员高路：张庭夫妇的商业帝国不是一天建立起来的，这就带来一个疑问：这么长时间，如何避开监管？生存密码到底是什么？

不得不说，现在很多不法行为不断地变化形态，新瓶装旧酒，用各种方式逃避监管，给有效监管带来很大的挑战。一些以往行之有效的监管手段现在可能不适用了，明知有问题可一旦进入执法环节，又可能面临界定难、取证难、处罚难等一系列难题。

从现在看来，“TST庭秘密”的秘密其实就是传销。对于传销，其实各地监管部门一直以来都维持了比较严厉的监管状态，这就不得不让人好奇，微商形态的传销，到底跟传统模式有什么不一样？

老把戏却在张庭的手上玩出了一个巨大的商业帝国，一定是费了一番伪装工夫的。大家期待监管部门的调查能尽快揭开谜底，公之于众，让消费者有所防备。也可以从中窥见漏洞，尽快完善立法，尽快升级监管装备，精准打击。

那些曾站台的明星 也应受到处罚

本报评论员项向荣：有媒体扒出，演员陶虹多次为TST的活动站台，为品牌吆喝，还参与到直播带货，甚至在社交平台直接为产品打广告。张庭夫妇涉嫌传销，站台演员在其中参与多少，应负怎样的责任？TST发展这么迅速，不仅是因为抢先喝到微商这口水，更重要的是庞大的明星效应。为名与利，明星站台与微商套路之间实现了“老练”的互补。

按照广告法，如果有明星为某公司站台，但实际上未使用过相关商品，或明知、应知广告虚假仍进行推荐的，与该公司承担连带责任，这是在民事责任方面。同时在行政责任层面，还面临着没收违法代言所得收入，并处罚款的后果。

但我们看到，这些年，为TST站台的明星，不止陶虹一人，而这些明星为之站台的不良公司，也不止TST一家。他们都受过什么处罚？法律如果不严肃执行，就会失去威慑力，这样的后果会很难想象。打击为不良企业站台明星，法严则“水清”。

医保基金是“救命钱”，需人人捍卫

国家医保局基金监管司负责人通报，经调查发现，2017年1月—2020年9月期间，武汉同济医院存在串换、虚记骨科高值医用耗材问题，骗取医保基金2000多万元，被罚将近6000万元。

同济不仅仅在武汉，在国内外也享有比较高的声誉，这样一家医院，却在医保报销这样的关键环节失守让人始料不及，也更让人痛心。知名医院，应该对应的是高于行业水平的管理。在某种程度上，人们相信名医院，不仅仅是相信其医术，更相信其在管理上会更严格，在医疗上会更负责，对个别医生逐利的冲动有更有有效的惩治办法。

一个科室就骗保2000多万，监管部门飞行检查还发现，同济医院2021年其他医疗行为涉嫌违规使用医保基金9107.41万元，可见已经不是一个科室的问题，这里面反映出来的治理问题，和个别人员对医院公益性定位

认识的偏移，很值得探究一番。

一张处方浓缩着医术也浓缩着医德。串换、虚记骨科高值医用耗材能得逞，很大程度上是因为医生手握诊断处置的权利。正像相关负责人指出的那样，医保基金是人民群众的“看病钱”“救命钱”，任何违法违规使用医保基金的行为，损害的都是全体参保人的权益。这一点都不夸张，医疗保险是社会互助共济的一种方式，通过一定的机制在参保人之间分摊疾病费用风险，防止个体无法承担医疗负担。

医保资金充裕我们才能提高报销比例，才能将尽可能多的大病、罕见病纳入医保报销的范围，反之，当入不敷出时，则可能出现相反的情况。

所以，各定点医疗机构要以同济医院为戒，切实履行好规范使用医保基金的主体责任；我们每个普通公民，也都应该是捍卫者。

有感而发

疫情后四季青重启 处处是努力的身影

四季青重启之后，虽然还没完全恢复元气，但每一个努力的身影却足以让我们感受到四季常青的生命力。

比如，来自贫穷山村、职高学历的詹艳平，从营业员到老板娘的个人经历就极具代表性。在四季青打拼17年，她在杭州安家，并成功转型为拥有超过30万粉丝的电商主播。

心之所向，披荆以往。四季青市场复工后，线下来进货的人不多，但线上交易还挺不错。生意虽然受到了影响，但所有四季青人都在想办法积极应对。

上下同欲者胜，同舟共济者赢。为了帮助四季青早日度过疫情后的困境，政府及相关方面也一直在努力。4月20日上午，杭州上城区就举行了一场发布会，宣布启动为期三个月的“云上四季青”纾困行动，让四季青人深受鼓舞，更加充满了干劲。

坚忍不拔的拼搏精神，并不是四季青人所独有的，这也是浙江人乃至全体国人的精神长相。只要有这股心气在，何惧不能战胜风雨，迎来彩虹。

特约评论员 胡欣红

衣服印祥云、仙鹤 就是“国潮”吗

搜索“国潮”服装，满屏都是祥云、仙鹤的图案；部分以“独立设计”为卖点的国潮产品深陷抄袭风波……近年来，“国潮”在获得广大消费者追捧的同时，也在产品质量、品位、原创性等方面暴露出问题。

中华优秀传统文化博大精深，“国潮”不应是一个空洞、平铺直叙的概念，而是各美其美、美美与共的立体景观。国潮产品走红，不仅是传统文化复兴的体现，也是生产经营者研发实力的彰显，因为国潮产品是在充分领悟中华文化精髓的基础上，结合现代人使用习惯和价值取向的创新。有“国”更有“潮”，才能获得市场的认可。

“国潮”的本质，更体现在中国制造的升级迭代上。优秀国潮产品的脱颖而出，是消费者反复比较、权衡的结果。

“国潮”之热，并不是“蹭”出来。它是在中国经济发展、民众生活品质提高的背景下，消费者自然流露的文化自信；是在市场成熟、规则意识健全的基础上，经营者披沙沥金的竞争结果。让“国潮”长热，让“中国风”持续吹向世界，离不开健全的法治环境与成熟的法律意识。

特约评论员 王钟的



明星夫妇直播带货与其他素人出身的草根相比，具有天然的流量优势。如今，他们终于为自己的违法行为付出了代价。



本报评论员 高路

各定点医疗机构要以同济医院为戒，切实履行好规范使用医保基金的主体责任。



扫一扫 一起来评论