

网商蹭热点 “春晚明星同款”不靠谱

除夕夜,在央视春晚播出的同时,“李思思荧光口红”“马丽大衣”等成为网络热搜。记者发现,电商平台上不少商家蹭热点,以同款口红、同款大衣为推荐语来推广商品。有商家称,会根据网络热搜连夜上架“同款商品”,春晚播出后,来询问的消费者比之前增多。对此现象,有从事代购的卖家称,每年春晚结束,晚会上明星所穿、所戴的服饰都会成为“宠儿”。同时,网上也会出现山寨的“同款商品”。

现象

多个“春晚同款”成商家吸引顾客标签

截至2月5日16时,记者看到,网络上“李思思荧光口红”这一话题已有4.4亿的阅读量。有不少网友询问,李思思的口红到底是哪个品牌、哪个色号?

与此同时,电商平台上已有商家以“李思思同款口红”为噱头售卖自家商品。有商家称,看到“李思思口红”上热搜后,赶紧找来同款色号,连夜上架。商家还推荐了两款口红,说这两款颜色和李思思的口红相似,其中一款不带荧光,另一款带荧光,价格分别为9.9元和41.9元。但商家也表示,目前不能确定店内卖的口红和李思思用的一样,只是涂上颜色会比较像,而用“李思思同款”来宣传也是为了让消费者搜索到他家的商品。

除了“李思思同款口红”外,还有多款春晚中出现的“明星同款”成为商家促销的标签。

女演员马丽在春晚中表演了小品,节目结束后,有商家便上架了“马丽同款大衣”。据商家介绍,他平时就会做一些明星同款服饰,所以会关注网络热搜产品。在春晚节目之后,便赶紧上架了“马丽同款大衣”。宣传页中,店家发布了一张马丽身穿黄色大衣的图片,旁边配上了一张在售的大衣照片。而这款同款大衣售价209元,商家称“只做样子,不做品牌”。

对于商家的这一蹭热点行为,记者咨询电商平台客服,客服称有商家为了更好销售产品从而这样做,对于商家是否违规或是否存在其他问题,会有专门人员进行核实。客服人员表示,如果消费者无法判断销售产品的真假,建议暂时不要购买。

调查

春节期间成代购高峰 消费者需留神山寨品

记者在调查中发现,每年春节似



网络电商挂出“春晚明星同款”网页

乎都迎来一个“代购同款高峰期”。每年春晚结束,明星所穿、所戴的服饰都会成为“宠儿”。日韩代购小彬说,春晚还没结束的时候,就已经有顾客向她咨询明星同款的价格,“问得最多的是口红”。而欧洲代购小杨则表示,今年春晚明星同款中,销量最好的除了几款明星用的口红外,应数佟大为的棕色大衣,杨紫的红色大衣、衬衫,秦岚的西装套装和周冬雨的红色高跟凉鞋,朱一龙的球鞋,还有一些价格不算太高的首饰,“有的问完直接就交了定金”。

在明星同款热销的同时,网购平台中还出现了“山寨”版明星春晚同款商品。以春晚中秦岚所穿的品牌西服套装为例,记者在购物平台中输入“秦岚春晚同款”后看到,山寨版三件套该套装的价格仅为118元,而秦岚套装品牌版,则价格高出很多。而杨紫所穿的红色品牌外套,山寨版的价格仅为199元,品牌原版的价格也比山寨版高出很多。

律师

擅自使用明星照片 商家宣传涉嫌侵权

针对上述现象,北京康达律师事务所韩骁律师介绍,使用明星照片做宣传的行为是否侵权主要取决于是否得到明星授权,如果有,则没有问题。如果没有授权而擅自使用,该行为涉嫌侵犯明星的肖像权等民事权利。

对于一些山寨的同款商品,韩骁表示,山寨品牌服饰进行销售也涉嫌侵权,主要侵犯的是厂家的商标专用权、外观设计专利权等权利。

(王天琪)

家政、美容美发、洗车、宠物寄养等服务业集体涨价已成惯例

春节涨价 趁机“打劫”还是合理调价?

春节前后,一些行业出现集中涨价的现象,且有的涨幅惊人。比如洗车价格翻倍、理发价格翻倍、保洁价格翻倍。如果外出,还可能遭遇打车涨价、酒店价格大幅上涨的情况。那么,春节涨价,是趁机“打劫”,还是合理调价?近日,记者进行了走访。

滴滴加收服务费引发争议

1月24日,滴滴出行官方微博发布消息称,从1月28日到2月10日,乘客使用滴滴打车需额外支付司机春节服务费,根据地域不同,从1元到9元不等,服务费将全额给到司机,滴滴不抽成。

滴滴解释称,春节期间,由于休假的网约车司机增多,手机叫车会变得更加困难。因此,加收司机春节服务费,是为了鼓励司机在春节期间接单,弥补运力不足。

但该消息发出后便引发了很大争议。有网友认为,春节期间,司机放弃与家人团聚出来拉活,乘客多出几元钱也是合情合理;但也有网友认为,滴滴在春节期间不发打车红包就罢了,还涨价,这有“趁火打劫”之嫌;还有网友指出,服务费虽然全部给了司机,但滴滴的接单量也会增加,这样滴滴的抽成自然多了,这实际上还是想方设法多赚钱。

对此,中国消费者协会律师团律师李斌表示,不论从市场定价机制来考虑,还是从要充分尊重和体现出租车司机的劳动价值考虑,春节期间合理范围内的涨价,都是可以理解的。实际上,司机的报酬提高了,乘客的等待时间也在降低。总体而言,对有用车需求的乘客来讲也是有利的。

明码实价不意味着非价格欺诈

春节期间,外出旅游免不了要住酒店。但记者注意到,一些酒店“狮子大张口”,不仅让游客的出游成本大幅增加,也影响其心情。

据媒体报道,因为春节旅游高峰,广西桂林阳朔的酒店价格上涨几百元至千余元不等。酒店预订平台信息显示,2月8日(大年初四)晚的人住价格动辄千元以上。其中一家邻近阳朔西街的酒店双床房,2月8日晚入住的价格达

到了1500多元。而到了2月12日,价格便回落至500余元。

对此,阳朔县旅游发展委员会工作人员解释说:“酒店定价是市场行为,政府部门没有办法进行干涉,只要酒店明码标价就不涉嫌违规。”

对此,中国消费者协会专家委员会专家邱宝昌律师表示,目前,我国《价格法》规定有3种价格:市场调节价、政府指导价、政府定价。“如果是市场定价,在不涉及欺诈的情况下,价格高低要看消费者的自主选择,消费者可以选择去消费,也可以选择不去消费。但明码实价并不意味着不是价格欺诈。如果存在虚构事实、虚标价格,或者先涨价后降价等行为,即使是明码标价,其实质上也是一种欺诈。”邱宝昌说。

不过,也有专家表示,政府部门应当对节假日期间酒店价格实行政府指导价,规定节假日期间酒店客房价格的最高上涨幅度,设置涨价“天花板”。

一些经营者存在价格违法行为

1月27日,某家政平台发布的通知显示,1月28日~2月19日期间,优质保洁阿姨、金牌保洁阿姨的服务价格将分别增至60元/小时、90元/小时,增幅达50%。

记者注意到,除了家政行业,春节前后,美容美发、洗车、宠物寄养等服务业集体涨价已成惯例。

“这些行业的服务人员大多是外来务工人员,由于春节的到来都纷纷回家过年,所以导致春节用工成本上涨,涨价有其合理性。”中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示。

不过,记者注意到,也有一些经营者在春节前后存在串通涨价、不明码标价、在标价之外加价、虚构原价、不履行价格承诺、虚假打折、虚假优惠等价格违法行为,消费者应当心被宰。若遇到价格违法行为,可以向市场监管部门或者价格部门举报。

(杨召奎)

