



权威发布

新冠JN.1变异株  
致病力无明显变化

新华社电 中国疾控中心传染病管理处呼吸道传染病室主任彭质斌25日在国家卫生健康委新闻发布会上表示,当前,新冠病毒JN.1变异株在我国本土占比持续上升,临床表现基本为无症状和轻型,与EG.5变异株引起的疾病严重程度相比没有明显变化。

专家介绍,监测数据显示,近期,全国新冠疫情总体仍处于较低水平,但出现上升迹象,增幅较小。预计在春节假期前后,受人群大规模流动等多重因素影响,新冠疫情可能会出现一定程度回升。同时,当前急性呼吸道疾病仍以流感为主,其中乙型流感近期占比升高,导致流感疫情出现小幅波动。

国家卫生健康委新闻发言人、宣传司副司长米锋表示,26日将正式开启2024年春运,随着春节脚步的临近,正是游子返乡阖家团圆的时候,天南海北的人们带着对家的思念踏上归途,这期间人群流动和聚集性活动增多,呼吸道疾病感染风险加大。出发前,请大家做好个人防护准备,旅途中科学佩戴口罩,继续保持勤洗手、咳嗽礼仪等良好卫生习惯,尽可能降低感染风险。

反复咳嗽怎么办?  
专家建议需明确病因

新华社电 部分群众关心患有呼吸道疾病后出现反复咳嗽怎么办。对此,北京医院呼吸与危重症医学科主任李燕明25日在国家卫生健康委新闻发布会上表示,咳嗽可能由多种原因造成,若出现反复咳嗽,建议去医院进行诊治。

专家介绍,咳嗽可分为急性咳嗽、亚急性咳嗽、慢性咳嗽三类。其中,急性咳嗽指出现在三周以内的咳嗽,急性呼吸道感染性疾病是其最主要原因;亚急性咳嗽一般持续在三周到八周内,主要原因为感染后遗留咳嗽;慢性咳嗽一般持续时间大于八周,可由各种原因引起,包括哮喘、慢阻肺、反流性食管炎等,一些药物也可能引起咳嗽。

“若出现咳嗽症状,在日常护理时,一要注意天气变化,特别是冬季要注重外出时增减衣物;二是冬季室内一般较为干燥,大家要保持室内湿度。”李燕明说,咳嗽患者如果外出,建议要佩戴口罩,减少冷空气对气道的影响。咳嗽期间,在饮食方面,不建议食用很辛辣或油腻的食物。

“名牌”白酒仅售几十元  
“全网最低价”是福利还是陷阱?

打着特制酒厂旗号的所谓“专用酒”一瓶只要几十元,标价460元一两的茉莉花茶仅售4.99元……近期,各种年货礼品需求大增,直播电商成为消费者购买产品的重要渠道。一些直播电商的产品看上去价格实惠、销量惊人,但后续的产品质量投诉也数量惊人。这些诱人的“价格”是怎样产生的?消费者面对的到底是“福利”还是“陷阱”?

## 直播电商打“低价牌”引纠纷

“原价358元现价19.9元”,折扣比一折还低!

在浙江省宁波市市场监管局此前公布的一起直播营销典型案例中,一家汽车服务公司通过某直播平台发布促销内容:“原价358的套餐,现价只要19.9。”后经查实,该套餐从未以宣传的原价予以销售,其行为违反价格法规定,属于利用虚假价格手段,诱骗消费者与其进行交易的违法行为。

伴随直播电商发展,电商企业大量涌入,不少商家为争夺流量,在商品价格领域花招百出,“全网最低”“全年最大优惠力度”“特

供优惠”“一折商品”……种种宣传令人眼花缭乱。

然而,价格争议随之而来。黑猫投诉中,涉及直播价格的投诉超过2万条。一些头部带货主播也屡屡陷入商品最低价的争议中。

记者在某直播电商平台搜索时,在多个直播间发现一款知名品牌白酒,一箱6瓶仅需400多元,大大低于正常价格。在某直播间,该产品显示已售出1万件以上。记者调查发现,这款以某知名品牌名义售卖的白酒,并非品牌酒厂生产,而是曾为该品牌生产产品的第三方厂家打擦边球引流售卖,

令消费者难以分辨。

2023年底,中国消费者协会发布的《2023年“双11”消费维权舆情分析报告》显示,“双11”期间消费维权问题集中在直播带货乱象、促销价格争议等方面。中消协监测数据显示,在监测期间有关“直播带货”的负面信息占吐槽类信息的47.99%,日均信息量超过5.5万条。

北京航空航天大学法学院副教授赵精武认为,在直播营销中,一些团队或主播为追求利润,采用多种手段进行过度营销乃至价格欺诈、消费欺诈,侵犯了消费者的合法权益。

## 价格套路猫腻多,消费者防不胜防

直播电商满足了消费者多样性的消费需求,提供了视觉上的直观体验。但随着规模扩大,也出现了虚假比价、抬价打折、傍“名牌”混淆视听等违规越界行为。

暗自勾连、虚假比价。直播电商与传统电商、线下门店专柜进行比价已成为吸引消费者的重要手段。这种比价行为通常

以产品在其他渠道销售的页面截图为凭据,无法保证真实性。

傍“名牌”混淆视听。记者在一些平台看到,部分电商主播售卖的酒水、手表、化妆品等产品,通过傍“名牌”以次充好,用低价格误导消费者。一些产品将某不知名品牌装扮成名品联名款产品,或将包装、产地相似的贴牌产品变成“正牌”销售,或

将直播间封面设成某知名品牌“移花接木”,售卖其他产品。

直播间里虚标价格再打折也成为惯用伎俩。北京、浙江、广东等地市场监管部门查处案例显示,部分直播电商企业针对从未上架或难以比价的产品,人为设置较高的商品价格,再在直播时以较大折扣售卖,以所谓的巨大优惠力度误导消费者。

## 多方合力营造良好市场环境

直播电商领域的价格操作套路层出不穷,造成纠纷冲突,不但损害消费者权益,也会影响平台和直播行业发展。受访专家建议,有关部门和相关平台要进一步完善措施,强化直播电商领域监管;商家企业也应加强行业自律,营造良好的市场环境。

赵精武介绍,直播电商价格领域规范主要涉及价格法、消费者权益保护法和《最高人民法院关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定

(一)》等法规,虽然相关条文明确虚假宣传的责任、实际销售主体辨识不清的责任、网络直播营销平台经营者的信息提供义务,但因当下直播行业业务模式处于不断创新状态,现行法律规定难以及时有效回应直播带货产生的一些新问题。

北京市律师协会消费者权益法律专业委员会主任芦云表示,直播平台有维护商业生态的社会责任,应及时发现、治理直播间的价格陷阱,综合运用扣分、下架等治理手段,制

止损害消费者权益的行为。商品经营者在交易中应严格落实明码标价制度,减少信息不对称问题,尊重消费者的知情权、选择权和公平交易权。

受访专家建议,消费者在直播电商平台购买商品时要加强辨别能力,仔细了解商品情况、交易条件、优惠活动的信息,理性购买产品。在自身权益受损时,及时保留相关图文视频信息,通过法律等途径维护自身合法权益。

据新华社