

2022年1月20日
星期四
星级编辑/蔡富根
组版/李静
校对/陈文彪

市场星报

出版单位 市场星报社
地址 合肥市黄山路599号
时代数码港24楼



新闻热线 62620110
广告垂询 62815807
发行热线 62813115
总编办 62636366
采编中心 62623752
新闻传真 62615582



市场星报电子版
www.scxb.com.cn
安徽财经网
www.ahcaijing.com
Email: admin@scxb.com.cn



零售价 1元/份
全年定价 240元
法律顾问 安徽美林律师事务所
杨静 律师
承印单位 合肥安博印务有限公司
地址 合肥市新站区物流路以南
板桥河以东
电话 0551-64278186

星报传媒
全媒体矩阵



官方微信



《安徽画报》微信



掌中安徽APP



官方微博

快递面单何以成了“广告阵地”

钱凤伟



您的包裹快递单上
有“二维码广告”吗？现在
很多快递单上有一个二维
码，旁边印有“先别拆！抽
华为手机”“先别撕！你有
2瓶洗手液待领取”等等。
这些广告大多印在快递面

单收寄信息的下方，同时印有二维码，与包裹
信息“融为一体”，占整个快递面单大约五分
之一的位置。(1月19日《中国消费者报》)

这些二维码以“抽华为手机”“你有2
瓶洗手液待领取”等吸引用户扫码，但扫
进去可能是其他APP、理财产品的推送。
各大电商平台认为，快递面单广告来自快
递公司。而各大快递公司却反映，初始快
递单都是空白的，没有任何广告，快递面

单上的广告是在卖家打印环节产生的，所
以问题在电商平台或卖家，与快递公司无
关。但广告印制的位置是在快递公司提
供的快递面单上，如果没有快递公司允许
并且提供这样的广告位，这些广告又怎么
能出现在印有快递公司logo的快递面单
上呢？显然，快递公司难以撇清与自己的
干系。

而且，由于广告印在快递单上，融为一
体，消费者往往误认为是快递公司附加在
快件上的“福利”，因此有更多的诱惑性。
而由于广告“隐藏”在二维码里，也容易引
发消费者的好奇心，激起扫码冲动。

实际上，除了误导消费者，快递面单上
的广告还涉嫌违法。《消费者权益保护法》规
定，消费者享有个人信息依法得到保护的权

利，未经消费者同意或者请求，或者消费者
明确表示拒绝的，不得向其发送商业性信
息。快递面单广告是一种点对点投递给消
费者的商业性信息，没有经过消费者同意，
在快递面单上打广告，侵犯了消费者知情
权和个人信息保护权，侵扰了消费者生活
的安宁。

现在几乎每个快递单上，都有这样一
个二维码。由于“宣传与实际不一致”，有
关方面一直都在提示“千万别信”，但这显
然不够。除了快递公司义务、有责任在
为消费者提供包裹运输服务过程中加强管
理，未经消费者同意不得推送广告，以切实
保障消费者的合法权益，相关监管部门更
应负起监管责任。无论如何，快递面单上
的这个“广告阵地”，不是法外之地。

热点冷评

“电商专供”莫成为不合格产品代名词

戴先任

近日，多地集中开展2022年春节期
间打假专项行动，对较为畅销的“电商特
供”等产品加强监督抽检。在投诉平台搜
索“电商特供”“电商专供”，便会发现质
量问题层出不穷：从直播间买入的皮鞋
易开胶、鞋底易开裂；在线上自营店订
购的婴儿纸尿裤透气性差，导致孩子起
皮疹；官方网店的衬衫材质薄、不耐穿
……一些“电商特供”产品失去原有优
势，与质量低劣画上等号，成了高品质
商品的“缩水版”。(1月19日《人民日
报·海外版》)

“同样的东西，网上便宜许多”，这是
不少消费者在对线上、线下商品进行比
较后得出的结论。尤其是一些“电商定
制版”，不仅价格比线下同款的商品更
低，标明也比线下同款的商品配置更
高。实际情况却不见得如此，一些商品
虽然线上便宜，但却偷工减料，不管
是家电、食品、服装等，都存在类似情
况。如一些“电商定制版”，虽然线上
商品与线下同款商品表面上来

看，没有任何不同，但这些线上商品的
质量可能比线下商品差很多，比如配
置更低。而一些消费者还难以看清背
后的猫腻，反倒认为自己捡了大便宜，
从而让“电商定制版”更受部分消费
者的青睐。

对于“电商专供”的欺诈行为，根据
电子商务法规定，电子商务平台经营
者应及时断开相关链接、责令其改
进，并不得删除消费者对平台内销售
的商品或者提供的服务进行的评价。
这就需要电商平台能够担起相应责
任，能够严格把关。对此，监管部门
也要加强监管，要督促电商平台履
职，对于违法违规销售商品的商家
及纵容这些商家的电商平台，要予
以相应处罚，增加他们的违法成本。

要撕掉“电商专供”这张无良商家
进行消费欺诈的遮羞布。“电商专
供”不能成为不合格产品的代名词，
要变“电商专供”为“消费者专供”。
春节临近，也迎来了网上年货节，
更需要加强对电商专供等畅销



“电商专供”特别“制作” 王恒/漫画

品的监督抽检。通过加强电商行业规范，
才能保护好消费者权益，也是为了电商
行业的长远发展、健康发展。

时事乱炖

直播妇科手术，医院的隐私保护哪儿去了？

木须虫

近日，山东省日照市一医生疑似在网上
直播妇科手术片段被抓，引发社会关注。
山东日照市公安局东港分局1月18日晚
发布情况通报，2022年1月18日16时
许，日照市公安局东港分局接群众举
报一医生疑似在网上直播妇科手术片
段，遂对涉事医院相关人员进行调查，
于18时许将涉事医生厉某抓获。(1月
19日澎湃新闻)

网上直播妇科手术，并不是一起单纯
的偷窥偷拍以及泄露患者隐私的违法
事件，而是参与医疗活动者集体的职业
违法。

《民法典》第1033条规定，除法律另
有规定或者权利人明确同意外，任何
组织或者个人不得拍摄、窥视他人身
体的私密部位。《执业医师法》第22
条规定，医师在执业活动中履行下列
义务：尊重、关心、爱护患者，依法
保护患者隐私和个人信息。

根据这些规定，医疗机构及所有参与
医疗活动的人员都有保护患者隐私的
义务，没有患者的允许，是禁止拍摄
患者涉隐私的医疗过程，更遑论是
患者身体的隐私部位。而从相关报道
的情况来看，直播妇

科手术过程中，除了拍摄直播的麻醉
师之外，至少还有一名女医生在场，
却并未对拍摄与直播行为予以制止，
客观来说，就是事实上放弃了对患
者隐私保护的责任，无异于对患者隐
私权侵犯助纣为虐。

从个案来看，若止于拍摄直播手术
麻醉医师的调查惩处，并不是事件妥
善处理的正解。事实上，一两个无良
医生窥探与侵犯患者的隐私并不可
怕，真正可怕的是，当患者身心相
付，医疗机构如何才能不负患者的
隐私安全信任。显然，这并不会来
源于医疗从业者的守法意识与职业
操守，而是源于医疗机构对患者隐
私的制度性、体系化的保护。从这个
角度来讲，对参与医疗的其他人员
以及涉事医院的追责，更有必要且
更有意义。

同时，网上直播妇科手术事件，更
应该引起医疗行业对患者隐私保护
的思考。保护患者的隐私，不能只
是每一个从业者的个体责任，更应
是从制度与机制的层面，去构建整
体的保护合力，让每个患者的隐私
得到尊重。

微声音

前路再难走， 换个角度就豁然开朗了

很多时候，一些看似无解的困局，
换个角度，转个方向，也许就别
开生面了。换位的力量，远比你
想象要大得多。换位，是一种能
力，是一种智慧，更是一种高情
商。人生道路上，我们会遇到很
多问题，解决问题的方法有很
多，而解决问题最高明的方法，
就是学会换位。@人民日报

非常道

稳住心态有多重要？ 有些疾病是“坏心态”招来的

生活并非一潭毫无涟漪的死水，
每个人都可能在某个节点遭遇一
些重大事件或变故。频遭挫折易
伤肠胃、持续压力会诱发慢性
病、生闷气增加患癌风险、婚
姻和家庭事件伤心伤脑……专
家提醒，如果不能很好地掌
控情绪、修炼心态，疾病就会
悄无声息地在身体里埋下种子。
@生命时报