

生物识别信息泄露“暗箭难防”，“直播带货”问题频现，炒鞋炒盲盒存风险

消费新场景带来维权新难题

随着一系列促消费政策持续加码和居民收入逐步增长，消费市场风生水起。然而，消费维权仍然面临多重挑战，侵害隐私、带货乱象、炒作价格等损害消费者权益的情况时有发生。

生物识别信息泄露“暗箭难防”“直播带货”中的消费问题频现、炒作经济热潮下存在消费侵权隐患等上榜……今天，中国消费者协会发布2019年十大消费维权舆情热点，其中消费新场景带来的维权新挑战尤为引人关注。

中消协有关负责人指出，回顾2019年，随着一系列促消费政策持续加码、居民收入逐步增长，中国消费前景广阔，内需对经济增长的拉动将继续增强。然而，消费维权仍然面临多重挑战，消费套路、侵害隐私、带货乱象、霸王条款、炒作价格等损害消费者权益的情况时有发生。面对挑战，有关部门需要总结经验，加强防范，协同社会各界共同营造安全放心的消费环境。



生物识别信息泄露“暗箭难防”

2019年8月至9月，某AI换脸软件受到热捧。用户使用该软件，只需上传自拍照片，即可生成“换脸视频”，将自己变成影视片段的主角。但该软件在走红的同时，质疑其涉嫌侵犯用户隐私的讨论也受到舆论高度关注。

记者注意到，去年10月，一则“小学生发现刷脸取件漏洞”的消息曾引发网民热议。有媒体报道，多位小学生通过打印取件人照片的方式，用照片“刷脸”就轻而易举

地打开快递柜取件。

专家指出，当前，生物识别信息是重要的个人信息逐渐成为舆论共识。技术的发展促使“人脸”等数据在越来越多的场合被使用，指纹、虹膜、人脸等生物识别信息越来越受到公众重视。但所有的生物识别技术本质上与数字密码一样，具有可复制的特性，因此个人生物识别信息也容易泄露。所以，对隐藏着危害公众隐私风险的新业态，监管手段与方法也需与时俱进。

“直播带货”中的消费问题频现

在新经济快速发展的背景下，“直播带货”尤其是“网红带货”成了电商新风口。但是，快速发展之下，“直播带货”中的产品质量、售后问题，主播虚假宣传问题，平台数据造假问题等，不仅影响了公众的消费体验，也损害了商户的利益，诸多“直播带货”造成的“两头坑”事件频频引发舆论争议。

针对这一现象，舆论认为，保障消费者权益，促进行业良性发展，还需完善监管制度。

首先，平台既要完善诚信评价机制、提高准入标准，以做好自律；也要引导、敦促主播在相关领域形成更强的知识储备和

专业度，做好对平台内商家与主播的他律。

其次，监管部门应加快“直播带货”法治化监管建设力度，提高直播带货违法成本，增强监管震慑力。对于出现假冒伪劣、侵犯知识产权、侵害消费者权益的“带货”行为，应依法从严查处。还应建立和完善社会监督体系，维护消费者的知情权、选择权与监督权，保护好消费者合法权益。通过多方协同共治，引导“直播经济”持续健康发展。

此外，作为一种新业态，“直播带货”需跳出“挣快钱”的桎梏，前置化风险处置，避免走上以往电视购物风险频出的老路。

炒作经济存在消费侵权隐患

炒作经济快速发展是2019年的消费市场的一个重要表现。数据显示，闲鱼上“AI”的全年搜索量达3900万次，“全民炒鞋”话题还受到诸多媒体关注；“盲盒经济”带动了新的消费风潮，某款稀缺的盲盒玩具在二级市场甚至被炒到上千元的高价。从炒鞋、炒盲盒，到炒手办、炒汉服，炒作经济的发展从小众爱好“出圈”，成了新的消费市场。有分析指出，全新炒作经济的崛起，背后是中国消费趋势的一次巨大的变革，其中以90后“炒家”为代表的消费群体在这些消费热点中尤其积极，也更加大胆。然而，隐藏在这轮消费热潮背后的消费侵权问题也逐步显现。

以盲盒为例，买盲盒类似于下注赌博，在这种追求不确定性

游戏结果的刺激下，最近两年“盲盒”产业异军突起。有法律专家指出，盲盒的价格存在极强的投机性，该类型交易的性质可能被认定为带有赌性，违反了公序良俗，交易的效力被法律所否定。专家指出，持续火爆的市场催生交易平台，但由于交易平台之间不可能存在完全的市场竞争，因此，玩家和平台之间，小玩家和大玩家之间，易形成信息不对称。在缺少公开、公平、透明的市场规则的情形下，一些交易平台内的盲盒价格可能会在短期内被人为操纵。自以为能够找到下一个接盘侠的玩家，可能会产生经济风险，成为新一茬“韭菜”。这样的消费风险也是隐藏在炒作经济下的巨大隐患。（据《工人日报》）