

从直播间买的磨砂膏 使用效果不佳

消费者质疑主播“只评不测”

最近,西安市民李女士在某平台直播间下单购买了一款磨砂膏,结果货到使用之后发现,根本没有主播带货时宣传的去角质、美白等效果,她向主播留言反映,对方称具体效果因人而异。李女士向三秦都市报“小秦帮忙”栏目求助,遇到这种情况该找谁处理?

李女士告诉记者,主播在直播带货时称产品经过严格验证和试用,确保每一款产品均为正品,自己之所以下决心购买,就是因为该主播宣传“全网最低价”“亲测有效”,并在直播间回答网友咨询时称“适用各种人群”。

“后来我在网上找到了同款,价格比直播间的便宜,而且我问客服的时候,人家跟我说保证有效果,但具体效果多明显每个人情况不一样。”李女士表示,不少购买产品的网友都反映效

果差,主播可能压根就没有实际测评过。

记者注意到,如今在直播带货中,不少主播都会使用“分享我的使用感受”“纯分享,无广告”这类使用者视角的测评宣传方式,有些还会摆出多个同类型产品给出选购建议。然而,一位主播透露,这些看似“理中客”的测评,其中一部分主播可能压根没有试用过,而是直接将测评当成广告手段而已,这些所谓的“测评”实际上都是商家提前写好的文案。

“这种测评广告在化妆品、按摩仪之类的产品中比较常用,因为这种东西的效果本来就是因人而异的。我说我用了效果很好,你用了之后效果不明显,也不能说我就是骗人吧。”该主播说。

陕西志辰律师事务所刘忆恒律师认为,不少互联网主播拥

有大量粉丝,其粉丝购买产品是出于对主播的认同和信任,主播的带货推荐,应该算“以自己的名义或者形象对商品、服务作推荐、证明”的行为,符合《中华人民共和国广告法》对代言人的定义。

按照法律规定,广告代言人不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明。不过在实际操作中,一般很难判断主播是否使用过该商品,消费者在购买产品时,不要轻信“绝对”“百分百”等夸张的宣传效果。如果发现虚假、夸大宣传的广告,可以截图留存证据,向市场监管部门反映。

本报记者 文晨

965369小秦帮忙

5位“熊猫血”志愿者 爱心接力紧急救援

本报讯(记者 姬娜 实习生冯冠如)“我妻子的手术成功了!谢谢你们……”6月3日,张先生颤抖着拨通电话,向献血志愿者报平安。此刻,3袋珍贵的RH阴性O型血——俗称“熊猫血”,即将输入他妻子的体内……

时间回溯到5月26日,这个本该是张先生夫妇结婚11周年纪念日的特殊日子,张先生39岁的妻子张女士却因左腿巨大纤维瘤,不得不从宝鸡转诊至西京医院。“肿瘤太大,必须尽快手术,但没有备用血,没办法做手术。”张先生焦急地说。

转机出现在向陕西稀有血型清风救援队求助后。救援队负责人翟清风告诉记者,得知求助者夫妻均为残疾人,且张女士病情危急的消息后,团队立即启动应急机制,在稀有血型互助群发布紧急招募信息。

5月28日起,志愿者任蔚、梁静华、刘晓燕和裴瑾先后赶往医院。经检测,刘晓燕和裴瑾因身体原因暂不符合献血条件,任蔚和梁静华献血成功。

献血者任蔚是陕西能源职业技术学院的老师,他对张先生说,血型稀有,但爱不稀有!梁静华

则不断鼓励张女士要树立信心,战胜病魔,早日恢复健康。

5月30日,另外一家公益团队的志愿者李先生得知消息后,也前往医院献血。至此,3人共备齐1000毫升救命血。

“这不是第一次,也不会是最后一次。”6月3日,当张女士手术成功的消息传来时,翟清风说,团队现有登记稀有血型志愿者300余人,10年来完成了700余次紧急献血,总献血量超过20万毫升。每一袋鲜血,都承载着献血者的爱心与祝福。每一次伸手,都可能挽救一个生命、温暖一个家庭。

大风天玻璃坠落

网格员迅速行动 巧解邻里纠纷

本报讯(何丹 记者 姬娜 实习生 冯冠如)“这起纠纷的成功调解,说明了微网格治理的重要性!”6月3日,在西安市长安区韦曲街道航开路社区,社区工作人员刘倩拿着调解协议书说。

事情要从5月20日说起,富力城小区居民张某向负责他们片区的社区微网格员刘倩反映称,5月8日大风过后,传出“砰”的巨响,王某家的窗户玻璃坠落,砸坏了他家的窗户。

“玻璃碎片飞溅得到处都是,窗框都变形了,幸好当时楼下没人。”张某回忆说。事发后,他多次联系王某协商,对方表示自己

在外地,事发时不在现场。双方因责任认定和赔偿问题,未能达成一致。

接到投诉后,负责该片区600户居民的网格员刘倩立即展开调查。“这不是简单的赔偿问题,还涉及安全隐患和邻里关系。”刘倩说。社区在进一步排查中发现,王某家掉落的玻璃还波及了另一户李某,他家的玻璃也出现了破损。

社区决定启动“三位一体”调解机制,于5月29日组织召开调解会。

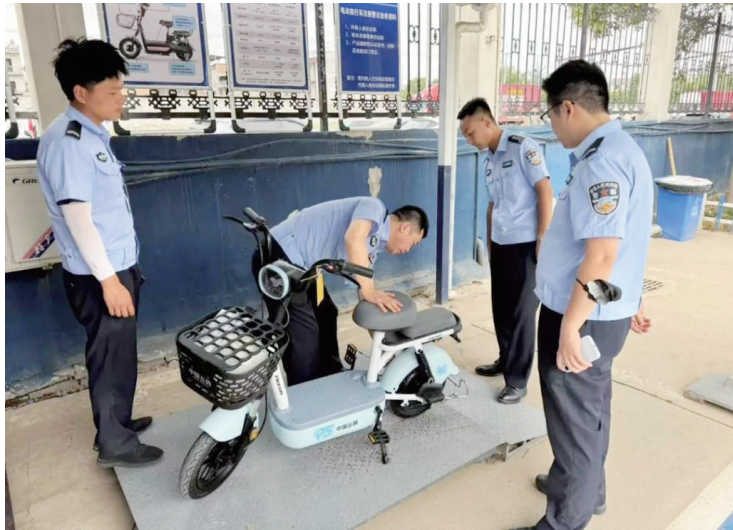
经过三个小时的调解,考虑到不可抗力因素,最终达成按不

同比例来分担的协议。调解结束,张某和李某露出了释然的笑容,王某也诚恳地向两位邻居表达了歉意。三方当事人握手言和,一场持续20多天的纠纷圆满解决。

纠纷解决后,社区举一反三,联合物业对小区开展全面排查,重点检查外窗、阳台等部位。

“我们社区工作人员都是微网格员,每人负责400-600户。”该社区负责人说,这种精细化管理模式,让问题能够早发现、早解决。这则案例的调解,体现了基层治理中法律刚性与调解柔性的有机结合。

交警“连环招”推动电动自行车管理



交警对各挂牌点开展“拉网式”检查。

近日,西安市公安局鄠邑分局交警大队聚焦“降事故、强服务、提意识”目标,综合运用“培训+指导+宣传+督导”举措,全方位推进电动自行车规范化管理走深走实,全力守护辖区道路交通安全。

6月2日,记者从公安鄠邑分局了解到,该辖区交警大队以挂牌服务为切入点,构建“固定网点+流动站点”全覆盖服务网络,在原有4个固定挂牌点基础上,新增2处流动服务点,实现服务触角延伸至社区、商圈。

同时,公安鄠邑分局交警大队组织业务骨干围绕车辆信息登记、审核等核心环节进行“理论+实操”一体化学习,通过模拟演练、案例解析等方式,确保民辅警熟练掌握业务流程,打造一支“业务精、效率高、服务优”的挂牌服务队伍,为规范化管理提供

坚实保障。

针对基层中队业务办理难点,公安鄠邑分局交警大队车管所业务骨干深入辖区各电动自行车业务办理点开展“零距离”业务指导,通过现场示范、流程拆解、疑难解答等方式,重点规范车辆查验、资料审核、系统录入等关键环节。

为推动电动自行车上牌工作规范化、标准化,连日来,公安鄠邑分局交警大队以“政策入民心、安全伴我行”为主题,开展多维度宣传活动。民辅警深入社区、企业、农村,通过设置宣传展板、发放彩页、现场讲解等方式,向群众详细解读《西安市电动自行车管理规定(试行)》,普及上牌流程及安全出行常识,累计发放宣传资料2000余份,解答咨询800余人次。

文/图 本报记者 葛兰

防晒喷雾也会“引火上身”? 消防员提醒:使用时远离火源

为抵御紫外线侵袭,防晒喷雾成为不少人的必备品。但需注意,防晒喷雾一旦遇到明火,瞬间就会化身危险的“喷火枪”,严重威胁人身安全。

防晒喷雾遇明火瞬间被点燃

“火焰出现的那一瞬,我脑袋‘嗡’的一下就空白了!”6月3日,肖晓向记者回忆起当时的场景,声音仍止不住地颤抖。6月2日,家住昆明路的她精心筹备了一场公园野餐。考虑到野餐是在露天环境中,为了防紫外线,出发前她特意将新买的防晒喷雾塞进背包。

当日中午,众人在树荫下铺开野餐垫享受美食。肖晓边和朋友说

笑,边对着手臂和腿部喷防晒喷雾。突然,身旁准备用蜡烛煮茶的朋友按下打火机,火焰跃起的瞬间,空气中细密的防晒喷雾爆燃。“整条手臂瞬间被火舌缠住,我吓得尖叫,下意识将防晒服脱下甩开,挥动手臂,结果风助火势,火焰扑向野餐垫上的纸巾和零食。”肖晓说。千钧一发之际,朋友用矿泉水浸湿防晒服将火扑灭。

注意防范防晒喷雾的潜在风险

西咸新区消防救援支队消防员解释道,防晒喷雾之所以“易燃易爆”,是因为其成分中大都含有变性乙醇、丁烷、异丁烷等可燃物,一旦遇到明火,就如同小型燃烧弹般剧烈燃烧。此外,防晒喷雾采用金属罐体密封灌装,内部通过液压或气压压缩,属于易燃易爆的压缩罐。在气温升高或处于封闭空间时,罐体受热膨胀,极易发生爆炸。

消防员特别提醒,若不幸遭遇防晒喷雾着火,首先要保持冷静,应迅速用湿毛巾覆盖火源,切忌直接用水冲,因为防晒喷雾中的油性成分会让火势随水流扩散。若火势较大,务必

立即拨打119报警,寻求专业救援。

如何正确使用防晒喷雾?消防员建议,应在空气流通处使用,避免在车内、卫生间等狭小密闭空间操作;使用时远离火源、热源、静电,切勿刺穿或焚烧空罐;存放时选择阴凉干燥、通风良好的环境,防止阳光直射引发自燃或爆炸;使用时,要与身体至少保持15厘米至20厘米的距离。如需对面部和颈部防晒,可先喷在手上,然后用手均匀涂抹。若不慎入眼,要立即用水清洗。避免在肌肤伤口、红肿或湿疹等有异常的部位使用。

本报记者 陶颖