报眉广告 139 307 58 496
高端智能锁认准德施曼
专业的更安心，连续13年销量领先！
公安部电子防盗锁行业新标准主要起草者，太平洋保险承保。
电话（微信）：18713077691

2024年4月27日 星期六
责任校对 王 曈
责任编辑 刘 洋
技术编辑 白晓腾

沧州晚报

商务部、财政部等7部门——

汽车以旧换新 最高可享1万元补贴

近日，商务部、财政部等7部门联合印发《汽车以旧换新补贴实施细则》，明确了汽车以旧换新资金补贴政策。

补贴范围和标准

自《细则》印发之日至2024年12月31日期间，报废国三及以下排放标准燃油乘用车或2018年4月30日前注册登记的新能源乘用车，并购买符合节能要求乘用车新车的个人消费者，可享受一次性定额补贴。

对报废上述两类旧乘用车并购买符合条件的新能源乘用车的，补贴1万元。

对报废国三及以下排放标准燃油乘用车并购买2.0升及以下排量燃油乘用车的，补贴7000元。

本细则所称乘用车是指在公安交管部门注册登记的小型、微型载客汽车。国三及以下排放标准燃油乘用车是指在2011年6月30日前注册登记的汽油乘用车、2013年6月30日前注册登记的柴油乘用车和其他燃料类型乘用车。

补贴申领流程

拟申请汽车以旧换新补贴的个人消费者，应于2025年1月10日前，通过登录全国汽车流通信息管理系统网站或“汽车以旧换新”小程序，填报申请材料。材料包括——

个人身份信息；报废汽车的车辆识别代号、《报废机动车回收证明》和《机动车注销证明》原件照片或扫描件；新车的车辆识别代号、《机动车销售统一发票》和《机动车登记证书》原件照片或扫描件等。

相关材料应于《细则》印发之日至2024年12月31日期间取得。其中，《报废机动车回收证明》应由有资质的报废机动车回收拆解企业开具。 据央视

理着发、健着身、逛着街……却成为别人的引流工具——

下馆子你可能入镜“被直播”

正吃着饭、理着发、健着身、逛着街，却发现自己出现在网络直播画面中。这是什么情况？

和主播带货直播不同，现在有些商家把直播镜头对准正在餐馆、美发店、健身房、景区等场所消费的普通人。消费者在不知情的情况下，成为引流工具。

泡温泉吃着饭忽成“画中人”

朝阳区一家老字号小吃店从早忙到晚，提供各类面点、小吃、炒菜。附近的大爷大妈，尤其喜欢到这里来享用早餐，面茶、炸糕、炸豆腐汤，吃的就是老味道。可他们没注意到，就在点餐柜台背后的货架上，一台手机连着电源，全天不间断直播店内的用餐实况。

“直播？是电视直播吗？手机直播是什么？没看过。”一个大妈慢悠悠地离开小吃店，她不知道自己刚才用餐的全过程都被拍摄下来，实时传送到直播平台，供网友观看。

这家店用来直播的手机，距离店内监控摄像头很近，手机拍摄的画面基本也覆盖了全店。手机摄像头正对着点餐柜台，基本上只要到店吃饭点餐，消费者的正脸就一定会被拍摄到。

这家小吃店的直播，就是店内实况直播，没有主播介入。在网络平台，直播店内实况的餐馆多如牛毛。这类直播的最大特点，就是直播画面里没有主播出镜，主要拍摄店内环境、菜品和消费者用餐情况。即便有主播，也是以口播的方式介入。

北京某海鲜自助餐厅的直播，主播在店内到处游走，一边拍摄一边介绍店内的各种餐食，“家人们，咱们这边都是无限畅吃啊，不限量。”直播画面中，不断有消费者出现，很多人的正脸都暴露在镜头下。

在社交平台上，有很多消费者对此类直播表达不满。“现在直播客人吃饭的风气是谁带起来的？”“我就一边看手机，一边吃饭，一抬头，看见直播镜头正对着我。”“不对着自己拍，而对着顾客，我吃饭所有的样子都被直播出去，想想都觉得无语。”“客人不知情的情况下，一举一动都被展示出去，这不算侵犯隐私吗？”

市民小马回忆说：“我今年春节期间去泡温泉，在温泉游乐设施闲逛的时候，看见有主播在不停地‘叨叨叨’直播。我心想，现在这直播带货真是无孔不入啊，但后来刷直播的时候才知道，这个主播不是对着自己拍，是对着消费者拍呢。”

网友们的质疑，已经在现实中产生纠纷。今年3月底，西安有两名老人在不知情的情况下，被店家拍下用餐画面，并且上传到短视频平台。事后，该视频被老人家属在刷视频时无意看到，于是找到店家投诉，认为店家侵犯两位老人隐私，反复协商后，店家删除了视频。

去年3月，太原的胡女士，在理发时发现自己出现在直播画面里，并且被众多网友实时品头论足。胡女士不堪其扰，要求发型师停止直播，发型师虽然将镜头转向了别处，但嘴上不依不饶，抱怨胡女士“太过迂腐”。

未成年人成了直播“小演员”

餐馆、美发店、健身房等消费场所，都是直播的高发场景。记者发现，有的理发店，在直播过程中，直接对顾客“怼脸”拍摄。而有的健身房，营业时间内都在直播跳操的场景。

此外，旅游景区、儿童乐园，这类客流量非常大的场所，也经常有对着消费者拍摄的直播出现，尤其容易让未成年人出现在直播画面中。

前门大街，游人如织。来自五湖四海的游客，把注意力集中在观光和购物上。他们很少注意到人群中，那些举着手机、来回走动、边说边播的主播们。从直播画面中看，主播们有些以自己为主体，只以前门大街为背景。而有些则完全不出镜只出声，将镜头对准游客。

“家人们，咱们不玩虚的啊，都是实在价格，全程四星标准酒店。”有主播将手机架在街边，不停地推荐旅游产品，路过的游客，全都收进了她的镜头。不止前门，还有什刹海、故宫、环球影城等热门景区，都有借助直播游客画面、推荐旅游产品的主播出没。从直播画面中可以看见，有些游客会好奇地扭头看一眼直播镜头，发现自己正在被拍摄，又迅速转身离开。

在大兴区一个儿童乐园入口，从早上8点多钟开始，主播就对着门直播。每一个入园游玩的孩子，都会被她拍到。主播不厌其烦地推荐着乐园的套票，“咱这儿有两大一小套餐啊，家人们可以留意一下。乐园里有萌宠、有过山车，套票全含，畅玩。”

还有的儿童乐园，将直播镜头对准乐园内标志性的设施，很多孩子在此留影的时候，不知道自己已经被直播出去。有的室内乐园，主播拿着手机，在乐园里流动直播。不知情的孩子们，欢快地在镜头前跑来跑去。

早在2021年的“清朗行动”中，中央网信办就明确指出，严禁16岁以下未成年人出镜直播。网络平台自身也有关于未成年人出镜直播的管理要求，如违规将遭封禁等处罚。

引流效果让商家“欲罢不能”

“哎呀宝子们，我马上要下播了啊，孩子们开始多起来了，未成年人是不能出现在镜头里的，不然平台要罚我。”记者查看某儿童乐园直播时，主播很清楚地知道，未成年人不适合出现在直播镜头里。但第二天，该乐园的直播，依然在继续，镜头还是对着孩子和家长们。

在直播带货盛行的当下，一场直播带来的引流效果，让商家欲罢不能。有直播服务商，在推荐自己的直播套餐时明确表示，实时场景的直播，可以帮助商家实现线上流量向线下流量的转化。以一家小餐馆为例，每天常态化直播6小时，连续直播一周，就能增加9万多元的交易额。

在一家提供直播解决方案的公司官网上，记者看到另一种的直播方式“监控直播”，顾名思义就是把监控拍摄到的内容通过直播的方式，展示出来。该公司强调，“监控直播”是24小时在线，所以观众在任何时候都可以看到，“监控本来也是景区必不可少的安防设备，如果能把监控接入到直播，为景区做宣传推广，何乐而不为呢？”

该公司展示的“监控直播”，有的是对准空旷的山野，有些则不可避免地拍摄到游客。而且，在公司官网的展示页面上，还能看到几所幼儿园教室内的监控画面。

根据我国《民法典》第一千零一十八条：“自然人享有肖像权，有权依法制作、使用、公开或者许可他人使用自己的肖像。”

第一千零一十九条规定：“未经肖像权人同意，不得制作、使用、公开肖像权人的肖像……”。

近日，江苏省消保委联合江苏省高级人民法院发布了《2023年度全省消费维权典型案例》。其中的“案例十”，就是消费者起诉商家未经自己允许，将服务过程视频发布到互联网上，侵犯其肖像权、隐私权、名誉权。法院认为，商家行为构成对消费者肖像权的侵害，判决商家在社交平台上致歉10日，并赔偿消费者精神损害抚慰金1000元等损失。

江苏省消保委认为，部分商家未征得消费者同意就直播诸如健身、就餐等消费者个人形象突出的消费场景或者擅自制作成短视频上传至平台进行商业宣传，实则是将消费者异化为引流工具或免费广告，模糊了商家经营自主权和消费者合法权益的边界，在涉嫌侵犯消费者肖像权的同时，还可能泄露消费者的行踪隐私、面部信息，带来不确定的风险，特别是在生物识别技术广泛应用的当下，面部特征、指纹信息、行动轨迹等个人画像特征极易被抓取，一旦被不法分子利用，将给消费者的人身财产安全造成损害。 据《北京晚报》