

【读者来论】

家居家电可以“不智能”，但不能“吹智能”

□ 李萃莹

智能炒菜机在烹饪过程中需要频繁的人工干预，且备菜环节耗时长，与解放双手的预期形成明显落差；商家宣称智能手表会自动将孩子的血氧状态实时发送给家长，但实际无法实现数据即时推送；有的智能洗衣机自动投放的洗衣液量不准确……记者近日采访发现，部分智能家居家电产品存在“伪智能”现象，其问题主要集中在功能夸大、操作复杂、体验存在落差等问题。（1月8日《工人日报》4版）

如今，我们已经进入智能消费时代，很多商家（或企业）把产品的智能化作为营销卖点，智能家居家电产品进入了千家万户。一些智能家居家电产品确实帮消费者解放了双手，给消费者带来了便捷，优化了消费者的体验。然而，也有一些所谓的智能家居家电产品名不副实，其智能系数或智能状态在商家的嘴里一个样——功能非常强大，到了消费者使

用时又是一个样——表现非常糟糕，让消费者很不满意，非常失望。

实际上，一款智能家居家电产品的功能就摆在那里，消费者的体验之所以出现落差，主要是因为商家在营销过程中夸大了产品的功能，制造了一种智能程度过高的假象，让消费者产生了超出产品智能程度的使用期待，作出了消费误判。这就指向了商家虚假、误导宣传的问题。

全面、真实、准确宣传是商家营销最基本的法律义务，对应着消费者的知情权、选择权。《反不正当竞争法》明确：经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者和其他经营者。《广告法》《消费者权益保护法》等法律法规也有类似的规定。一些商家虚构或夸大智能家居家电产品的智能化程度，把产品包装成操作简单、

“按”后不管、包千百事的“智能神器”，欺骗误导了消费者，侵犯了消费者的知情权、选择权、公平交易权等权益，也妨碍了公平竞争，扰乱了市场秩序，损害了相关企业乃至行业的智能公信力。

家居家电产品可以“不智能”，但不能“伪智能”，更不能“吹智能”。商家在营销过程中应该恪守法律底线和诚信底线，如实宣传智能家居家电产品的功能，把好话赖话都说到前头，说到明处，让消费者准确了解产品的智能系数，进而根据需求作出适合的消费选择。如此，消费者在购买产品时对产品的功能就有了切合实际的预期，在使用产品时就不会产生体验落差，不管产品的智能化程度几何，只要在商家告知的范围之内，与产品的说明书相符，消费者都会坦然接受，商家也不会引来不必要的纠纷。

当然，要遏制商家“吹智能”营销

乱象，不能光靠商家良心发现、增强自律意识、规范宣传行为，监管部门也应积极作为。市场监管、商务等部门以及消协、智能家居行业协会应加强对家居家电产品“伪智能”现象的关注，建立联合治理机制，瞄准消费者投诉举报较多的市场区域和产品，增加线上线下巡查和抽检的频次，依法查处虚假夸大宣传行为以及不合格、不达标产品，曝光典型案例，让违法商家付出法律代价和失信代价，释放治理的惩戒、震慑、警示效应，对商家进行倒逼。同时，还应通过法治宣传、行政约谈、合规指引等方式对商家进行引导，通过发布消费提示对消费者进行教育。只有监督治理的措施落实到位，家居家电产品“伪智能”或“吹智能”乱象才会失去生存空间，这不仅有利于保护消费者权益，也有利于家居家电行业的健康发展。

【热点聚焦】

私自直播顾客用餐 网红店是在舍本逐末

□ 本报记者 孙琴霄

吃完饭才知道，自己就餐的样子全被直播了出去。据羊城晚报报道，广州某网红餐厅直播店内顾客用餐，在2025年12月27日至2026年1月6日期间，每天都有1至2场店内直播。有网友表示，曾去该饭店吃饭，但无人告知正在直播。该门店工作人员对此回应，已经整改，内部还在调查中。

在网红餐厅里用餐的食客，不经意间进入直播镜头，原本惬意松弛的美好“食”光，却可能被直播间众多陌生围观者评头论足，成为商家引流推广获客的素材。这场景，俨然是卞之琳《断章》里“你站在桥上看风景，看风景人在楼上看你”的黑色幽默复刻版，毫无原诗的意境与美感，只引人厌烦和抵触。从网友的口诛笔伐中，也可以看出对商家此举的反感，毕竟鲜有人乐意在众目睽睽下被迫当“吃播”和“饭托”，尤其在不知情的前提下，隐私边界被肆无忌惮践踏。

在当前的直播生态中，普通用户和消费者被看不见的流量之手围猎似成常态。在“人均主播”的流量时代，随时随地打开摄像头就可以链接上网络空间，对商家而言，可以直观地展示餐厅美食聚拢流量人气，并通过食客的用餐和与网友的互动实现低成本推广获客。除却各类餐厅，体育馆、游乐场、健身房乃至游泳池、温泉酒店

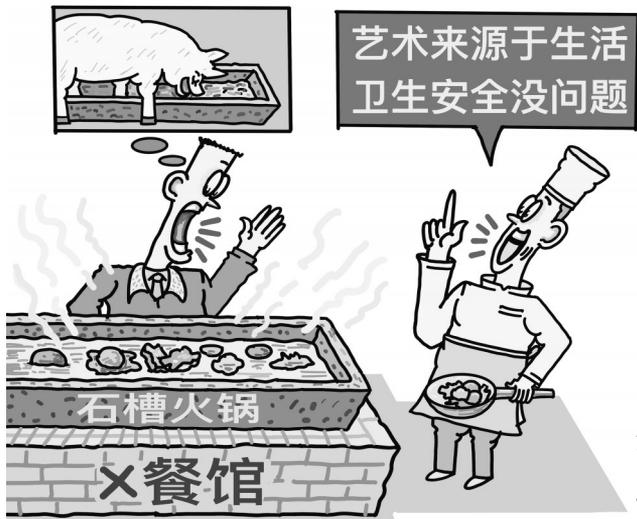
都有类似的场景，摄像头对准不知情的消费者随意直播，顾客隐私在获取流量的狂欢中被抛诸脑后，细思极恐。

类似的网红店直播，在法律层面也站不住脚。《民法典》规定，“自然人享有隐私权，任何组织或者个人不得以刺探、侵扰、泄露、公开等方式侵害他人的隐私权”；《互联网直播服务管理规定》《网络主播行为规范》等法规均规定，“互联网直播服务使用者不得利用互联网直播服务从事侵犯他人合法权益的活动，网络主播不得在影响他人正常生活、侵犯他人隐私等场所拍摄或播出……”新闻中的网红餐厅直播，看似是展示美食与人间烟火气的寻常生活场景，实则可能是窥探隐私、将食客变成“流量充值包”的侵权行为，并不具备免责性。为此，除了商家自身增强法律意识外，也期待监管能跟进发力。

什么流量都吃，只会害了自己。商家打造网红店可以带来巨大的商业效益，但若枉顾法理与道德约束简单粗暴走捷径，在商业拓荒中丧失是非曲直的底线，最终往往不堪一击。须知，商家服务的主体是顾客，漠视用餐者体验和隐私边界的直播推广模式，引来的流量不过是“毒苹果”，顾客是用脚投票的，“黑红也是红”的病态流量逻辑只会带来口碑崩盘，因流量起的高楼也可能会因流量而坍塌，得不偿失。

【新闻漫评】

“石槽火锅”



闵汝明作

近日，湖南永州一餐馆推出“石槽火锅”，引发网友热议。不少网友调侃：像极了小时候家里的“猪槽子”。对此，餐馆老板席先生回应称：卫生和安全没有问题，艺术来源于生活，这些石槽都是经过抛光打磨的，很安全。（1月8日极目新闻）

点评：石槽盛美食，争议背后是消费者对餐饮卫生的深层焦虑。商家应拿出更科学的清洁方案，让特色不仅有趣也让人安心。

——迎风奔跑

分类信息

国内统一连续出版物号：CN 53-0030

云南省级媒体《春城晚报》

刊登热线：

0871-64110112

本栏目中的链接、信息和其他第三方内容，仅为提供更多之目的，不代表本报对其内容的认可或负责。信息内容的真实性、准确性和合法性由信息提供方负责，读者应自行判断其适用性，并承担所有风险。

债权债务通知

致刘树立(身份证号:372928*****683X):

根据云南博昂科技有限公司与云南禾恒科技有限公司签署的《债权转让协议》，云南博昂科技有限公司已依据(2025)云0102民初1966号及(2025)云01民终7330号《民事判决书》所确认的返还租金债权(金额:人民币899950.68元)全部转让给云南禾恒科技有限公司。自本通知见报之日起，请您将应返还的全部款项支付至云南禾恒科技有限公司指定账户，并与其协商履行相关义务，如有异议，请于本通知见报之日起5日内书面提出。云南禾恒科技有限公司 2026年1月9日

永昌小区房屋出租

昆明市永昌小区云兴路99号办公区域50~195平方米多间房屋对外出租，详询：李女士13888510670。

员工离职公告

我公司员工石浩(身份证号:430703*****0019)因个人原因向我公司提出离职申请，相关离职流程我公司已审批完成并与其解除劳动关系，请石浩在本公告发布之日起30日内至人力资源部办理相关离职手续。同时，我公司郑重声明：从即日起，石浩对外进行的任何活动均属于其个人行为，一切事务与我公司无关，我公司不承担任何法律责任。昆明航空有限公司人力资源部 2026年1月9日

瑞丽市勐卯街道办事处遗失德宏农村商业银行瑞丽团结支行开户许可证(账号:5600014634630012,核准号:Z7546000127205),登报作废。

呈贡东沃建材经营部遗失预留在招商银行股份有限公司昆明北京路支行(账号:871903396610501)的公章一枚,登报作废。

中旅(云南)旅游发展有限公司工会委员会遗失银行开户许可证,开户行:农行大理龙山支行,账号:24110301040018854,核准号:J7510005144201,登报作废。

认尸启事

2025年12月17日在昆明市盘龙区昆曲高速下面的涵洞内发现一具尸体,死者为一名拾荒者,身体特征为男性、白发,因死者死亡时间较长,身上无其他特征。请死者亲属或知情人于本启事见报之日起15日内来认领,逾期将按照无主遗体相关规定处理。联系人:和警官,联系电话:0871-65621279。昆明市公安局盘龙分局映象派出所 2026年1月9日

云南黄果文化传播有限公司遗失合同印章一枚,编号:5301003181701,登报作废。

云南大舜文化传播有限公司遗失合同印章一枚,编号:5301003180412,登报作废。

昆明铁路公安局开远公安处李铁娟遗失警官证,证号:151638,登报作废。

