

热点事件：网店碰瓷知名院士

一、热点概述

近日，有消费者在某电商平台发现，有些保健产品的宣传图用了知名院士的照片，产品宣称可以治疗关节炎、皮肤病和糖尿病等多种疾病。这些保健品承诺疑难杂症“一瓶就够”“永久性消除”“不灵全额退款”，文字浮夸刺眼，甚至发起“毒誓”，粗鄙不堪，毫无下限。对此，已有院士公开回应，从未为任何商家包括电商代言、推荐过任何产品。其团队的委托律师表示，已向平台发送律师函。

院士代表着权威和专业。不良商家擅自“蹭”院士流量，为的就是借院士为产品背书，让消费者心生信任。然而，未和对方达成商业合作协议就擅自使用对方形象，甚至打着“灵丹妙药”的旗号招摇撞骗，显然已经严重侵犯他人肖像权、名誉权。有的商家甚至称自己的产品“当晚见效”“永不反复”，显然是在忽悠消费者，已经违反广告法。

二、答题素材

1. 事实（举例）论证：

近日，有消费者称，2023年12月23日，他在某电商平台为家人选购膏药时，发现一些店铺相关产品宣传图片中有钟南山、李兰娟等院士的照片，产品宣称可以治疗关节炎、皮肤病和糖尿病等多种疾病。随后，他向平台反映了相关情况。钟南山院士团队的委托律师表示，正在维权。对于部分商家“碰瓷”，2020年钟南山曾回应称，“类似传闻太多了，所以我不会去管它，也根本不在乎”。但今天钟南山的态度不同了。他不仅认为这是违法行为，也认为会对消费者产生误导。更重要的是，他以实际行动开始维权，其团队委托的律师表示，已向平台发送律师函，正在维权，平台表示正在处理。

2. 道理论证：

(1) 希望所有被“碰瓷”的知名院士都能像钟南山一样，对侵害院士权益、误导公众的商家依法说“不”。如果院士个人没有时间和精力去维权，可让其团队或助手委托律师去维权。另外，院士所在工作单位，或者中国科学院、中国工程院，不妨出面为院士维权，这既保护了院士个人权益，也维护了院士群体形象。

(2) 院士是科学技术方面的最高学术称号，是国家的财富、人民的骄傲、民族的光荣。其肖像被滥用，无疑是对其权威的消解和消费，影响相当恶劣。为此，有必要发现一起、查处一起，从严从重加以惩戒，以儆效尤。对于侵害院士肖像权的，院士有权要求商家停止侵害，恢复名誉，消除影响，赔礼道歉，并可以要求赔偿损失。对于侵害消费者权益的，消费者也可以要求商家承担法律责任，做出赔偿。但这需要消费者主动去维权。如果受侵害的相关院士和消费者同时依法去维权，既能让商家信誉扫地，也能使其付出相应经济代价。

3. 对策建议:

- (1) 消协组织可以对这类店铺和平台提起民事公益诉讼, 倒逼商家改正……
- (2) 相关电商平台应加强对平台商家广告宣传等行为的审核把关和日常巡查……
- (3) 院士与消费者要依法维权, 维护自己的个人权益和消费者权益……

三、出题方向

(一) 你怎么看?

1. 近期, 有消费者在某电商平台发现, 有些保健产品的宣传图用了知名院士的照片, 并承诺疑难杂症“一瓶就够”“永久性消除”“不灵全额退款”, 文字浮夸刺眼, 有的甚至发起“毒誓”。对此, 你怎么看?

◎**审题判断——你怎么看? (热点现象类)——答题结构【点题/破题-危害-原因分析-过渡-对策-总结结尾】**

◎**解题思路**

第一步——点题/破题:

院士是我国科研方面的领军人物, 是民族的光荣、人民的骄傲。题干中的商家滥用院士肖像为其商品“背书”, 进行虚假宣传, 其影响是十分恶劣的……

第二步——危害:

其一, 商家在未经允许的情况下用院士照片为自己的产品宣传, 严重侵害了院士的肖像权和名誉权, 其虚假宣传也违反了广告法相关条例……

其二, 这些所谓的“灵丹妙药”质量和效果得不到保证, 很有可能危害消费者身体健康……

其三, 这种虚假宣传利用了消费者对院士的信任和尊重, 使消费者容易受到误导, 以为这些产品具有特殊的疗效和品质保证……

第三步——原因分析:

首先, 院士代表着权威和专业, 不良商家擅自“蹭”院士流量, 为的就是借院士为产品背书, 让消费者心生信任……

其次, 保健品市场监管不足, 导致利用院士照片进行虚假宣传的保健品商家逍遥法外……

第四步——过渡:

院士为我国的科技事业鞠躬尽瘁, 不应该成为被商家侵权、消费的对象。而平台以及监管部门把关不力, 消费者被商家误导的现状也在提醒我们, 整治商家利用院士图片进行虚假宣传, 我们还可以从以下几个方面发力:

第五步——对策:

第一, 市场监管部门应该加强对保健产品广告宣传的监管和商家资质审核, 可以与平台合作, 对利用院士照片进行虚假宣传的商家进行严厉打击, 及时惩处。同时也要建立监管长效机制, 在网络销售平台定期巡查, 督促平台自查, 保护消费者的合法权益……

第二, 政府要加强宣传引导, 可以利用官方媒体平台发布养生知识、保健品犯罪案例分析、广告法

普法宣传等主题的推文，也可以邀请专家进社区开展健康讲座，加强对保健产品知识的普及和教育，提高公众的健康素养，让消费者能够做出明智的选择……

第三，消费者与院士也需要积极维权。消费者在选择保健产品时，要理性看待广告宣传，不要盲目相信夸张的疗效承诺。同时，要选择正规渠道购买产品，并查看产品的相关认证和资质。如果遇到虚假宣传或者资质不合格的商家，要向平台积极举报，及时维权；院士们也要及时拿起法律的武器，让商家付出相应的代价……

第六步——总结结尾：

整治保健品冒名宣传乱象，需要监管部门、政府、平台以及消费者的共同努力。我相信通过以上措施，虚假宣传的浮夸之风可以有效得到遏制，让消费者买得放心、用得放心……