

高雄重阳节重大火灾事故追踪

新华社台北10月15日电(记者陈键兴)10月14日,高雄市盐埕区“城中城”大楼发生重大火灾事故,造成46人遇难、41人受伤。这起近26年来台湾最严重的火灾事故中,遇难者平均年龄超过60岁,而这一天,是农历九月初九——中国人的重阳节、敬老节。

据悉,警方15日已完成对46名罹难者的身份确认,有35名死者家属完成指认。台陆委会消息,初步了解目前有3名大陆配偶在火灾中不幸罹难。

14日救援行动持续约13个小时,随着搜救告一段落,台湾社会关注的焦点指向引发事故的直接原因和悲剧背后的深层次问题。

综合各方面信息,还原“恶火”夺命过程:凌晨2时44分,“城中城”对面大楼监视器拍到一阵火花闪动,仅1分钟,火苗从骑楼开始延烧,10分钟后1楼至4楼陷入火海,浓烟直窜各楼层,被呛醒的住户在阳台呼喊求救。2时54分,消防局接到报警,持续派出人员、车辆投入灭火和疏散救援。7时17分,火势被扑灭,救援人员逐层逐间破门搜索,救下楼时已有32人死亡,送医55人中的14人终告不治。

焦点一是起火点。消防单位调查研判是在1楼茶具古董店后方的小套房,警方和检方初步侦查后认为,火灾发生前在现场出现的黄姓女子和郭姓男子有重大涉案嫌疑。两人曾在现场发生争吵,郭离开后,黄继续和友人饮酒,并烧檀香驱蚊,离开时疑似将檀香余烬随意乱扔而引发火灾。关于目击者听到的爆炸声响,调查人员推测是延烧时一旁便携液化气炉被引爆。

14日,警方陆续传唤黄、郭及目击证人、报案人等。黄否认故意纵火,先称有将香灰、铁罐等包裹丢入垃圾筒,后又改口否认。警方在现场找到相关证据,15日依公共危险罪将黄、郭移送高雄地检署侦办。

焦点二是发生地。“城中城”是1981年启用的商住混合建筑,地上12层、地下2层,早年有商场、电影院、办公场所等,7楼至11楼为住宅,12楼为高级餐厅,曾是高雄最繁华的大楼。随着商圈转移,盐埕区没落,“城中城”商业部分被闲置、废弃,住宅房价和租金大跌,住户多是老弱病残和经济困难的弱势民众,居住环境杂乱不堪,早被认为是“公安死角”。火灾发生后,台当局“金管会保险局”调查发现,仅9户投保住宅火险。而此前20年间,大楼已发生过多起大小火灾。

高雄消防局认为此次火灾有5项致命关键:发生在凌晨,住户多已熟睡,不及应变逃生;住户多是老人,逃生能力差;大楼2002年后商业部分未再使用,没进行公安申报;内部以玻璃帷幕为主要建材,不符合消防标准,火灾产生的高温助长火势加速;楼梯间堆满杂物,造成逃生不便。

盐埕区府北里里长林传富说,“城中城”登记72户,实际居住超过120户,不少是老弱妇孺。据台媒报道,住户分散在7楼至11楼,几乎全数装上铁窗,死伤最严重是7楼至9楼,罹难人数35人。住户多半是独居老人或残疾人士,不少人具有拾荒习惯,楼梯间、房门口、阳台铁窗往往堆满回收物。参与现场救援的医师说,多数遇难者身体无明显烧伤,但鼻孔满是黑碳,疑似吸入过多浓烟致死。

这场火灾引起台湾社会对老旧建筑安全问题的关注。“40多条人命葬身火场,人们才看到这些隐藏在阴暗角落的隐患。”《联合报》指出,一场暗夜大火烧出了许多问题,包括弱势居民住在老旧建筑衍生的消防安全、大楼管理及老人照护问题等。而每回发生重大事故,高雄市长陈其迈鞠躬道歉几乎成了仪式,但人民要的岂是道歉,说“对不起”后问题解决了么?

资深媒体人赵少康痛陈,“城中城”被称为“高雄第一鬼楼”,民进党历任市长对问题是全然无知还是视若无睹?高雄30年以上老旧房屋数量排名全台第三,但都市更新20年只完成20件。

台媒报道说,早有专家提醒,随人口老化,“老人住老屋”的都市“双老”加速恶化。民众党“立委”张其禄指出,台湾有太多危老建筑或违建,应尽早对全台建筑物进行安全盘查、检讨。

“看到民众声泪俱下祈求上天保佑救出老父母的画面,令人鼻酸。无辜葬身火窟的数十条人命,谁该负责?”《联合报》直言:这把火烧出的不只是消防安全问题,还烧出了社会安全、社会福利和老旧建筑更新等问题。民进党当局领导人去年曾承诺解决危老建筑问题,“在此次火场余烬里可曾找到那张支票的残痕?”

明星代言“翻车”频发,为何鲜见被罚?



新华社电(记者梁坤 尹思源)“知名影星倾情推荐”“某某明星也在用的投资理财平台”……一段时间以来,多起明星代言“翻车”事件引发关注,涉及消费、投资等诸多领域。

面对消费者维权和社会质疑,收取代言费动辄数十万元甚至上百万元的明星多回应:万分抱歉,已经解约,敦促解决,下不为例……代言明星尽管在当时陷入巨大舆论风波,最终往往不了了之。有的明星以“体验官”等头衔规避代言风险,方便关键时刻“甩锅”。

业界专家表示,对于明星代言应加强监管,完善法律,加大执法力度。

明星代言频“翻车”,多以道歉回应

去年8月,湖北十堰市的程先生想加盟一家奶茶连锁店。“实地考察时,总部公司办公区域满墙贴的都是代言人的广告,让人感觉这个品牌就是和代言人‘捆绑销售’。”

程先生告诉记者,当时销售人员介绍,该品牌是某档卫视常青树综艺节目的衍生IP,品牌代言人是常年主持该节目的知名主持人。负责接待的周经理说,从9月开始,代言人会每个月到各大城市的旗舰店做一日店长,“品牌不可能做不起来”。

“有这么知名的明星代言应该不会差。”抱着这样的想法,程先生投资了20余万元。但后来发现,加盟时公司提出的投入千万元用于品牌营销、在综艺节目中品牌进行宣传推广等承诺始终没有兑现,新品配方也迟迟不提供。加盟商们选择维权,却发现该公司已被列入了经营异常名录。

在事件登上微博热搜后,该明星在个人微博上发文回应,表示早在今年6月已与该品牌解约,对占用公共资源表示抱歉,并将积极协助处理加盟商的维权事宜。

近年来,频“翻车”的明星代言包括涉嫌虚假宣传、有质量问题的生活用品,收了加盟费就跑路、涉嫌诈骗的餐饮品牌,甚至还有涉案金额动辄数亿元的爆雷理财平台……

今年4月底,著名影星代言的网红燕窝品牌“小仙炖”,宣传的即食燕窝原料、干燕窝含量、商品产地等10项指标与真实情况不符,被有关部门处以20万元罚款。

今年2月,知名主持人被投资者以财产损失赔偿纠纷诉至法院。2018年,该主持人曾为网络投资平台“网利宝”录制多条视频广告进行宣传。2019年,“网利宝”爆雷,截至立案侦查,“网利宝”累计成交金额高达259.7亿元,借贷余额30.3亿元,波及4万余名出借人。

自2014年以来,明星代言的互联网投资理财平台爆雷事件高达十余起,其中“网信理财”爆雷金额达750亿元。

此外还有品牌加盟涉嫌“跑路”。今年5月,著名女影星代言的奶茶品牌“茶芝兰”涉嫌诈骗。据警方公布,该公司以虚假奶茶品牌吸引加盟商,以虚假宣传对外推销加盟服务,伺机实施合同诈骗,涉案金额高达7亿元。

记者发现,在代言产品出现问题后,明星的回应如出一辙:一纸“解约”或“道歉”声明。在“茶芝兰”涉嫌诈骗被上海经侦警方立案调查后,代言明星工作室发表声明,表示已经和该品牌解约并向消费者和加盟商致歉。

代言利益很大,“翻车”成本不高鲜见被罚

根据广告法,关系消费者生命健康的商品或者服务的虚假广告,给消费者造成损害的,其广告代言人应当与广告主承担连带责任。其他商品或者服务的虚假广告,造成消费者损害的,广告代言人明知或者应知广告虚假仍作推荐、证明的,应当与广告主承担连带责任。

广告法还规定,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,如有违反,可由工商行政部门没收违法所得,并处违法所得一倍以上二倍以下的罚款。明知或者应知广告虚假仍在广告中对商品、服务作推荐、证明的情况,处罚同上。

法律专家表示,按照广告法,明星代言的产品或者服务出现问题,根据具体情况,有些是需要承担责任的。但记者调查发现,不少明星代言虽然“翻车”,但受到处罚的并不多。

今年多起明星代言风波中,公开可查有一例受到行政处罚:北京市海淀区市场监督管理局认为,一男性综艺明星在广告中利用自身知名度为女性内衣作推荐,属

于广告代言行为,且未使用过该商品,并在广告文案中发布有辱女性尊严的文案,被处以累计罚款87万余元的行政处罚。

更多的“翻车”明星,除了当时陷入舆论风波,多数都没有受到实质性惩罚。如去年8月,一女明星因代言“中晋系”投资理财产品被起诉。上海市第二中级人民法院二审认为,难以认定该女明星明知或应知广告内容虚假,也无证据证明其牵涉在集资诈骗罪中,故未支持“中晋系”集资诈骗案中一位投资者的赔偿请求。

天津社会科学院法学研究所副研究员王焱说:“明星与代言产品的连带责任关系较难认定,比如如何认定是否尽到事先审查义务,以及是否存在明知广告存在虚假宣传仍选择代言的主观故意等。”

北京安理(天津)律师事务所律师朱树荣表示,对于明星来说,代言的风险其实是很小的。“代言的收益实在是太高了,产品好则名利双收,产品出现问题,也仅仅是形象受损,获得的收益并不会受到影响。”

一些明星用“体验官”等头衔规避风险,应加强监管加大执法力度

值得注意的是,由于屡屡发生代言风波,一些明星采取各种方式规避风险。有业内人士告诉记者,除了代言以外,有的明星会选择“体验官”“大使”等头衔,甚至不设头衔,只在广告拍摄中出现。

“明星不直接以代言人身份出现,一旦产品涉嫌违法违规,明星就更容易规避可能产生的连带责任。”朱树荣说。

如在“网利宝”爆雷事件中,面对投资者的维权诉求,明星在声明中称并未与平台方签订代言合同,而仅是进行过拍摄中插广告的短暂合作。

一些专家表示,明星代言屡屡“翻车”,有执法法的问题。但明星代言“翻车”之后,不能以一句“对不起”就撇清责任。

今年1月,北京朝阳区金融纠纷调解中心发布公告,其中明确要求P2P网贷机构广告代言人要配合落实风险化解责任。

公告指出,演艺人员、公众人物在接到部分网贷平台的代言邀请后,对于平台利用其影响力吸引投资人购买非法金融产品,没有合理审查,作出不实宣传带来的负面影响,负有不可推卸的责任。

4月,中国银保监会消费者权益保护局发布2021年第二期风险提示,明确提示,代言人和金融产品供给主体应依法合规履行责任。明星等公众人物代言,应当遵守广告法等法律法规。接受代言前,应当查验所代言机构是否具有合法资质,所代言产品和服务是否内容真实、符合监管要求。

朱树荣建议,对于明星代言应加强监管,加大执法力度。“依据现有法律,对出现代言问题的明星处以实质性的处罚。”同时,对于现行广告法中对明星代言违法违规品牌难以举证认定的部分进行补充完善,“比如,要求明星在代言之前尽到对产品、企业资质等审查的义务,产品亲自试用,留下视频证据等。”

王焱表示,明星应加强自律,不能仅仅为了高额代言费推荐并不了解的产品或服务,应提升自身的社会责任感,谨慎选择代言产品。消费者在选择商品、尤其进行金融消费或品牌投资时,需要谨慎甄别,认清明星代言实属商业行为的本质,避免上当受骗。

吉林省政府办公厅原巡视员赵静波被判15年

新华社长春10月16日电(记者周立权)15日,吉林省白山市中级人民法院公开宣判吉林省政府办公厅原巡视员赵静波受贿一案,对被告人赵静波以受贿罪判处有期徒刑15年,并处罚金人民币500万元,同时依法没收其受贿犯罪所得,上缴国库。

法院经审理查明,2000年至2018年

间,赵静波利用担任吉林省交通厅计划统计处副处长、规划计划处处长、副厅长,吉林省副市长、市长、市委书记,吉林省政府副秘书长等职务便利,在企业经营、项目建设、承揽工程、职务调整等方面为他人谋取利益,先后多次非法收受他人给予的财物,共计折合人民币6359

万余元。法院认为其行为已构成受贿罪,鉴于赵静波主动交代办案机关不掌握的绝大部分受贿事实,有坦白情节,检举揭发他人重大犯罪,查证属实,有重大立功情节,且认罪悔罪,积极退缴绝大部分赃款,依法予以从轻处罚。