

健身小器械为何沦为“摆设”？



新华社太原6月18日电(记者刘扬涛 马晓媛 李嘉东)6月以来,新一轮电商销售热潮掀起,健身小器械再度成为消费热点,飞力士棒、瑜伽垫、哑铃等商品受到不少消费者青睐。然而记者采访发现,一些器械被买回家后并没有充分发挥作用,被丢在角落里“吃灰”,这其中不乏消费者冲动消费等自身原因,也存在产品质量、售后指导等方面的问题。从畅销到“热用”,健身小器械还有哪些进步空间?

小器械市场迎来爆发式增长

夏天到来,家住山西太原的刘惠开始频繁出入健身房。“天气热了,得把身体练好,穿衣服也好看。”她说,没空去健身房的时候会在家和办公室放一些像弹力带、哑铃之类的健身小器械,便于随时练起来。

近年来,随着全民健身热潮兴起,健身场景、方式更加多元,健身小器械市场迎来快速发展,相关产品不断推陈出新。以跳绳为例,在京东和天猫两个网购平台上,在售跳绳品牌超过100个,销量高的跳绳产品月销量超过2万件,计数跳绳、无绳跳绳等新品类受到消费者欢迎。

作为行业风向标的中国国际体育用品博览会专门设置了小器械展区,并且规模持续扩大,参展企业由2018年的110家增加至2023年的263家,展览面积也连续五年保持增长。在今年5月举办的第40届中国体博会上,小器械展区首次突破1万平方米,参展品类囊括蹦床、哑铃、瑜伽和普拉提产品、拉力带、弹力绳等十余个品类。

“小器械产品在我国的普及速度是哪个国家都无法比拟的。”中国体育用品业联合会副主席兼秘书长罗杰说,近年来国内体育市场飞速发展,巨大的需求给健身器械产业创造了空间和动力,产品品类不断增加,企业研发能力、技术水平不断提升,逐渐在全球拥有话语权。

记者了解到,近几年健身小器械的发展呈现出精细化、数智化、娱乐化等新趋势。随着需求升级和多元化,小器械产品分类甚至精细到一个器械只练一块肌肉;数字技术和信息技术赋能产业,越来越多体育器械引入智能语音、AI、虚拟现实等元素;注重趣味性、体验性,一些器械配套有在线社区、运动竞赛、健身游戏等功能。

买来的小器械为何沦为“摆设”？

记者调查发现,与热销形成对比的是,不少健身小器械在到达买家手里后使用率并不高。“瑜伽球已经几乎不用了,逐渐沦为家里的软装”“被弹力带崩到过不止一次,很疼,就弃用了”……在网络上和记者走访过程中,使用者的这类反馈不在少数。

专家指出,受到居家健身热潮和社交平台“种草”等影响,近几年健身小器械市场迎来爆发式增长,但消费者冲动消费的情况也时有发生,导致一些器械买回家后被丢在角落里沦为“摆设”。此外,部分健身器械缺少运动指导、质量不过关、存在安全隐患等问题也日益显现,加剧了这种闲置现象。

记者发现,近年来飞力士棒、凯尔格训练器、健身滑行垫等新型健身器械受到买家欢

迎。这些器械或带来新的运动方式,或注重精细化、专业化锻炼,但网购平台上关于这些新产品的介绍往往比较简单,有的甚至只有几张图片说明,缺少具体细致的使用指导,不少消费者反映“不会用”,一些人表示“没有人指导或一起锻炼,一个人很难坚持下来”。

在电商平台上一一些热销小器械的页面,不少消费者留言反映器械的质量问题。“哑铃到货,做工太粗糙了,好几道划痕,有一个橡胶还鼓泡了,把手还有锈……”“这弹力棒质量不行,没用几天就拉丝了,担心再过几天就要断了”。一位消费者告诉记者,由于小器械往往金额不大,很多人是随手一买,到手了觉得不好就随手一扔,不会花时间投诉维权。

记者了解到,部分小器械对使用的专业性要求相对较高,消费者因为使用不当而出现过度训练、甚至运动损伤的情况,而一些器械设计本身就存在一定风险。去年5月,浙江杭州一女童在使用引体向上杆过程中,杆子突然掉落砸在孩子头上导致其额骨凹陷性骨折,一度引发舆论热议。

此外有人反映,一些健身小器械广告存在夸大使用效果的问题,用了以后“有被忽悠的感觉”;部分健身器械如健腹轮、杠铃等,对锻炼者自身素质有一定要求,存在一定使用门槛。

让健身小器械真正成为“助动器”

专家及业内人士建议,让健身小器械用起来,一方面要进一步推动全民健身,提高群众的健身意愿,培养群众的运动习惯,倡导科学、理性的健身风潮;另一方面应加强对健身器械市场的监管与规范,推动行业健康有序发展,为群众健身提供更好的服务与环境。

中国人民大学法学院教授刘俊海表示,针对虚假广告、生产销售伪劣产品等明显违法违规行为,相关监管部门应当加大对健身器械市场的监管力度,增加检查频次,设立举报制度,发现问题及时处理,并将违法违规行为记录在案,建立长效监管机制,促进行业持续健康发展。

罗杰表示,目前国内健身器械领域标准较为缺失,仅有固定式健身器材一项强制国标,很多产品品类难以套用,快速发展的市场呼唤着行业标准。“近年来协会也在持续推进相关团体标准的出台,应当充分调动行业协会、企业、电商平台等各方力量,进一步加快推进行业标准的建立。”

多家受访企业表示,行业内已经关注到新器械缺乏使用指导的问题,为此不少企业开办了自媒体公众号,并加大投入开发器械相关教程。但仅靠企业来开展社会体育指导还远远不够,还需充分发挥学校教育、政府购买、商业机构培训等多种渠道作用,丰富全社会健身指导方面的供给,推动形成更好的健身环境与文化。

此外专家提醒,消费者在购买健身小器械时,应充分考虑自身情况和产品特性,坚持理性消费。购物过程中如遭遇产品质量等问题,要及时反馈、维权,保护自身权益的同时推动市场良性发展。在使用健身器械前,也应充分了解其正确用法、注意事项,确保锻炼科学、安全、有效。

拍照时路人入镜了算不算侵权？

关于肖像权要明白这些

近日,广州地铁“大叔被疑偷拍,自证清白后仍被曝光”事件引发关注,除了对该女子是否过度维权的质疑之外,也有不少网友认为其行为涉嫌侵犯大叔的肖像权。同时,数日前在引发热议的“成都太古里街拍曝光国企领导”的事件同样引发了网友关于街拍是否侵犯肖像权

的讨论。

“肖像权”一词并不陌生,但与其相关的法律法规大多数人并不熟悉。我国法律对肖像权是如何规定的?拍照时路人入镜了,算不算侵权?街拍是否违法?不以营利为目的,是否就不构成侵权?我们对涉及肖像权的相关法律知识进行了梳理。

问:什么是肖像权？

答:民法典规定,肖像是通过影像、雕塑、绘画等方式在一定载体上所反映的特定自然人可以被识别的外部形象。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。也就是说,含有当事人的面部特征、体貌状态等外部身体形象的图片、视频甚至是以当事人为原型的雕像、手办,都算是当事人的肖像。

肖像权不仅局限于面部特征,包括局部特写、体貌、背影,只要能特定的人产生对应关系,具有“可识别性”,就可以被认定为肖像。例如,照片上只露出半张脸、一个侧影或是一颗痣,只要能通过这些外部特征认出当事人的身份,那么就属于当事人的肖像。

问:拍照时路人入镜,拍摄者算不算侵权？

答:民法典规定,任何组织或者个人不得以丑化、污损,或者利用信息技术手段伪造等方式侵害他人的肖像权。未经肖像权人同意,不得制作、使用、公开肖像权人的肖像,但是法律另有规定的除外。未经肖像权人同意,肖像作品权利人不得以发表、复制、发行、出租、展览等方式使用或者公开肖像权人的肖像。

民法典同时规定,合理实施下列行为的,可以不经肖像权人同意:(一)为个人学习、艺术欣赏、课堂教学或者科学研究,在必要范围内使用肖像权人已经公开的肖像;(二)为实施新闻报道,不可避免地制作、使用、公开肖像权人的肖像;(三)为依法履行职责,国家机关在必要范围内制作、使用、公开肖像权人的肖像;(四)为展示特定公共环境,不可避免地制作、使用、公开肖像权人的肖像;(五)为维护公共利益或者肖像权人合法权益,制作、使用、公开肖像权人的肖像的其他行为。

也就是说,如果只是拍摄风景,而不是专门以某个特定的人作为对象,这种“偶然入镜”不会构成侵权。

问:街拍行为是否构成侵权？

答:构成侵犯公民肖像权的行为,通常应具备两个要件:

一是使用肖像的;二是未经肖像权人同意使用的。也就是说,如果摄影师未经肖像权人的同意,将照片或者视频刊登在社交媒体上,将涉嫌侵犯肖像权。即使摄影师在准备拍摄时被拍摄人未拒绝,但后来未经被拍摄人的同意,摄影师

便私自将照片或视频发布至网络,该行为则涉嫌侵犯他人的肖像权。

无论是摄影师,还是短视频平台,在未经得他人许可的前提下,将照片或视频在网络上进行公开,对街拍内容主动进行传播,这种私自将作品用于商业用途吸引大量粉丝和流量的行为,可以说是典型的侵犯肖像权的行为。同时,因为该行为可能导致被拍摄者的个人信息泄露,因此,街拍摄影师也涉嫌侵犯他人的隐私权。被拍摄者有权要求拍摄者和平台删除视频,若拍摄者和平台拒绝删除,则构成侵权。

此外,街拍行为还可能侵犯被拍摄者的隐私权。民法典规定,除法律另有规定或者权利人明确同意外,任何组织或者个人不得拍摄、窥视、窃听、公开他人的私密活动。未经被拍摄者同意的拍摄行为,涉嫌侵犯被拍摄者的肖像权和隐私权,街拍图片、短视频往往借助网络平台在短时间内迅速传播,还有可能

问:拍摄者不以营利为目的,是否就不会侵犯肖像权？

答:民法典中,对于侵犯肖像权的规定,不包括“以营利为目的”这一构成要件。因此,广州地铁女子拍摄大叔的行为,即使没有直接证据证明其具有营利目的,但其拍摄并在未经当事人同意的情况下在网上发布的行为,已经涉嫌侵犯大叔的肖像权。

就街拍行为而言,不管是街拍对象是自然景象或建筑物还是人物,不进行商用不构成侵权,如果进行商用则构成侵权。在未经被拍摄者同意的情况下,拍摄的视频或照片仅可以将其用于个人欣赏、课堂教学、科学研究、新闻报道等场景。如果用作其他目的用途,需要经过肖像权人的许可。

因此,摄影爱好者们在日常拍摄时,倘若当事人不同意,应立即停止拍摄行为。而经过被拍摄者同意的视频或照片完成拍摄后,也应当考虑到在网络上发布,是否可能会侵犯到被拍摄者的人格权等问题,必要时还可以咨询专业律师以评估其中风险。

本报综合消息

青海青藏国际旅行社有限公司

出境线路

1. 邂逅泰国双飞8日游 4580元/人

2. 五星双帆普吉岛7日游 5980元/人

3. 梦幻芽庄双飞8日游 3180元/人

4. 斯里兰卡深度7日游 6999元/人

5. 迪拜阿联酋深度8日游 4599元/人

6. 经典新马泰精品11日游 6380元/人

7. 埃及+迪拜深度10日游 9999元/人

8. 经典法意瑞12日游 12800元/人

国内专线:

1. 尚品江南深度双飞6日游 3380元/人

2. 印象云南双飞双动8日游 2680元/人

3. 湘西张家界双飞7日游 2980元/人

4. 北京+天津单飞纯玩6日游 2880元/人

5. 贵州梵净山双飞6日游 2980元/人

6. 西宁直飞桂林双飞7日游 2880元/人

7. 新疆全景大环线双卧14日 5680元/人

8. 港澳澳双飞双动7日游 4580元/人

国内境外报名电话:15500790188 13519781799(同微信) 报名地址:西宁市城西区黄河路23号 国源大厦4楼