

# 无孔不入的直播镜头，正在这个行业蔓延

## 汤泉馆休息大厅成直播场

刷手牌，换浴衣……曾几何时，当顾客们脱掉自己的衣服，打着赤足走进汤泉馆、洗浴中心的休息大厅时，他们所期盼的，不只是身体上的清洁，更是精神上的放松。然而，在直播镜头泛滥的今天，一些敏锐的消费者们发现，他们可能再无法在汤泉馆内找到曾经的轻松了。无孔不入的直播镜头，正在这个行业蔓延，穿着桑拿服的顾客们，已沦为了商家直播间中的背景板。

### 记者实探： 汤泉馆内架设直播镜头

1月18日下午，正值星期日，位于闵行区七宝镇的汤连得多喜温泉（闵行店）迎来了客流高峰。打着赤足、穿着桑拿服的消费者，不断途经木质楼梯，在位于二楼的洗浴区、食品区和三楼的休息区之间来回穿梭。活泼好动的小朋友们，时不时地将木质楼梯当作玩具，跑动跳跃。

顾客们所不知道的是，在线上平台，汤连得的抖音直播间，同样迎来了客流高峰。一台正对着楼梯区的手机，正将途经这里顾客的相貌举止，实时转播到汤连得线上直播间中。在那里，主播正在以汤连得多喜温泉店馆内实时画面为背景，卖力兜售着汤连得的洗浴套票。

抖音直播动态显示，在去年的一整年中，类似的直播，该直播间每月要完成40场，单场直播时长常常在12个小时以上。

记者观察数日发现，直播中的大部分时间，汤连得直播间的镜头都会对准楼梯通道，持续性地固定机位拍摄。这种拍摄方式，让直播中的画面，宛如监控摄像头录下的画面。由于镜头对准的位置是二楼洗浴区到三楼休息区的必经之路，直播期间，几乎所有通过楼梯上下楼的顾客，都会被拍到。

更令人不安的是，记者在实际探访中发现，在顾客进店消费过程中，汤连得并不会作出任何关于“馆内设置有直播镜头”或“馆内正在直播”的消费提醒。直播镜头附近，也并无任何关于拍摄的提示。如果消费者未曾关注过汤连得的直播间并恰巧路过拍摄者附近，就很难察觉到直播镜头的存在。

记者在实地看到，汤连得直播间的直播，日常蹲守的位置，位于汤连得三楼玻璃围栏的后方。主播的前方是楼梯天井，一侧有柱子遮挡。只有经过主播身后或坐在特定角度，才能看到正在直播的主播。由于直播设备很简单，即使发现了主播，普通顾客也很难意识到，对方正在直播。

1月20日，汤连得工作人员在电话中向记者承认，他们未曾就店内的直播行为，提前告知或征询过消费者意见。

### 商家辩解： “我们没有对着人拍”

面对新闻晨报记者的询问，汤连得工作人员强调，虽然并未询问过顾客的意愿，但其直播镜头“面对的是楼梯”，是“没有人的地方”。

“我们会换一个直播地点，然后会注意一下，以后不会拍到顾客的。”当记者指出，即使镜头面向楼梯间，依然可以拍到顾客时，汤连得工作人员给出了这样的承诺。

然而，就在汤连得工作人员承诺改进的数个小时后，记者在汤连得直播间看到，该直播间的直播镜头并未作出任何角度调整，身着桑拿服上下楼的顾客，依然可以被清晰地拍到。



类似的反应不止出现在汤连得一家。在对话中，记者发现，在一些汤泉馆商家看来，商家在自己经营的场所内直播录像无可厚非。只要直播镜头没有紧盯着顾客的脸，就不算侵权。

1月20日下午，位于奉贤区湖堤路上海齐乐汤在抖音上开始了直播。和汤连得的直播间一样，齐乐汤的主播选择将直播机位固定在了高处。类似于监控摄像头的高视角，让主播既可以将场馆内人來人往的场景清晰展现，又不会过多地引起顾客的关注。

在此后的通话中，齐乐汤的工作人员告诉晨报记者，他们确实正在进行直播。但在他们看来，自己并未将直播镜头对准顾客。

“我问过我们的主播了，主播说她没对着人，对的是我们的一个虎头。”工作人员回答。和汤连得一样，工作人员并未因质疑声中止直播，只是将镜头的拍摄角度进行了微调。

### 已成惯例： 多个品牌汤泉馆开设馆内直播

相较于其他行业，汤泉洗浴行业天生具有较高的隐私性要求，理应更注意保护顾客的肖像和隐私。为何这些汤泉馆的经营者们，却对消费者的隐私保护，表现得态度如此淡漠？申度新闻记者探查发现，这与直播行为在行业中的泛滥相关。

记者发现，如今，通过直播汤泉馆内实景卖洗浴券，已成为这个行业通用的线上营销法宝。仅上海地区，就有多家品牌汤泉馆，同一时间，在馆内架设直播间，拍摄实时画面。

这些汤泉馆直播间的主播们，有些会有意识地尽量避免拍摄到顾客，有些则会肆意地让直播镜头记录顾客的声音相貌、行为举止。良莠不齐的同类直播间，让不少品牌汤泉馆也逐渐放松了其消费者保护意识。

以1月20日当天的直播情况为例。1月20日当天，在抖音平台，记者共计刷到了包括汤连得、齐乐汤在内的9家上海地区进行直播的汤泉馆。他们分别是：汤连得多喜温泉（闵行店）、齐乐汤、澜庭温泉（松江店）、海美汇温泉酒店（宝山店）、汤来汤温泉、月润泉·汤泉悦享馆、游沐日记、极乐汤碧云温泉馆和极乐汤金沙江温泉馆。

除了澜庭温泉（松江店）将直播镜头架设在正对着温泉馆大门的大厅之外，其他8家汤泉馆的直播行为，均发生在顾客已换过

桑拿服的馆内区域。

其中，游沐日记（上海店）采取了真人主播持麦出镜的直播模式，直播间镜头主要集中在出镜主播身上。相较其他店而言，这家店的拍摄行为，告知的最为明确。

月润泉·汤泉悦享馆、极乐汤碧云温泉店、极乐汤金沙江温泉馆直播模式为：主播一边在镜头后方讲解，一边拍摄。记者观察到，在拍摄过程中，主播会有意识地将直播镜头，尽量聚焦到食物或设施上。镜头调转过程中，偶尔会发生消费者短暂入镜画面，相对而言，

顾客的露出时长较短，画面清晰度较低。

相对而言，同样采取了让直播镜头随着主播移动模式的海美汇温泉酒店（宝山店）和汤来汤温泉，由于镜头放置位置较低，在主播未加留意的情况下，顾客的容貌和举止，被暴露的最为彻底。

1月21日，记者分别致电了海美汇温泉酒店（宝山店）和汤来汤温泉，询问了20日晚的直播情况。两家店均承认了当晚店中确实进行了直播，但对拍摄前是否进行了告知这一问题，均未正面答复。

### 【新闻链接】



## 直播泛滥困扰多地消费者

此前，针对餐饮直播乱象的报道中，律师曾指出，在具有一定私密性的公共场所活动，不代表个人隐私的绝对丧失。公共场所管理方在未经允许下直播，让顾客被不特定的观众围观评论，属于侵犯消费者隐私权行为。

近年来，伴随着线上直播的快速发展，直播镜头侵权事件，屡见报端。此前，江苏法院发布的一则消费维权典型案例显示，商家在未经消费者明确同意的情况下拍摄视频并上传至社交平台公开发布，构成了对消费者肖像权的侵害。

值得指出的是，尽管消费者依法享有肖像权、隐私权等人身权利，在实际生活中，汤泉馆直播乱象，已然成为全国洗浴行业的通病。此前，在申度新闻账号评论区中，北京、广东、河北、四川等地均有网友留言表示，自己也曾遭遇或碰到过汤泉馆直播现象。顾客们反映，由于汤泉馆肆意直播，他们只能“绕着走”或“挡着脸”。直播镜头泛滥，已成为此类服务的新型消费难题。

晨报记者 张益维