顾客“衣冠不整”，商家拼命推销……

连游泳馆也在直播！根本喊不停！

连日来，新闻晨报·申度新闻栏目接连报道了餐饮店、汤泉馆经营者罔顾顾客意愿，对店内经营情景进行直播的情况。据消费者反映，除了汤泉馆外，游泳馆、健身房、瑜伽馆、美容院、理发店、超市等场所，也出现了直播泛滥的情形。这些直播间不仅肆意直播顾客的活动牟利，且难以“喊停”。面对质疑，经营者常常以一句“未对着人”敷衍了事。

很不适：顾客“衣冠不整”被暴露在镜头前

据读者爆料，目前，抖音等直播平台存在着大量游泳、瑜伽、美容直播间。此类直播间将镜头聚焦在正处于游泳、健身、美容等特殊状态下的顾客，给人带来的不适感，甚至超过了汤泉馆对着身着桑拿服的顾客进行直播。

1月19日至1月20日，根据读者提供的线索，记者在直播平台找到了大量分布在全国各地的游泳直播间，并对位于上海的“珀曼健身”直播间，进行了实探。

抖音数据显示，自2025年3月起，“珀曼健身－小常”账号已累计直播超过400场。据读者反映，该直播间的镜头会长时间对准泳池拍摄，导致泳池中的游泳者被暴露在直播间中。

如此直播，是否获得了消费者的同意？被纳入直播画面中的消费者，是否对自己被直播一事知情？1月19日，申度新闻记者以消费者身份，前往珀曼健身（上滨生活广场店）进行了实探。

在珀曼健身（上滨生活广场店）现场，暗访记者看到，一个全身黑衣的年轻男子，坐在泳池旁的塑料椅子上，他的旁边竖着一个不起眼的黑色三脚架，上面架设着一台对着泳池的手机。

该男子的目光并未在直播的手机上停留。如果不仔细观察，他看上去就像一个戴着耳机边刷手机边打电话的普通店员。

记者注意到，不断有游泳者从他面前的泳道中游过，那台不起眼的黑色手机，将画面忠实地呈现在了直播间中。

在暗访记者参观体验的全过程中，该店工作人员，始终未对该店的直播行为作出过任何提醒。

此后，申度新闻记者拨通了珀曼健身（上滨生活广场店）电话，以记者身份，向商家明确传达了消费者对泳池直播行为的担忧。

申度新闻：“请问一下，你们这边是在直播吗？”

珀曼健身：“对，有工作人员在线上做直播。”

申度新闻：“你们直播的时候有获得会员的同意吗？”

珀曼健身：“我拍的是我们健身房场馆的器械设施一些东西。”

面对记者关于是否告知的问题，珀曼健身的工作人员始终顾左右而言他，并含糊地回复道：“我会和他们说一下的。”

同样因直播“衣冠不整”的顾客而被诟病的还有美容直播间、理发直播间等。

根据消费者提供的线索，记者随机对话了上海两家开展线上直播活动的商家。在消费者提供的直播录屏中，可以清晰地看到，顾客们在店铺中理发、美容的场景。

与此前的所有商家一样，两个商家均无法正面回答，是否将直播举动告知了消费者。

“我们开直播时会斜着的，一般的话都不会完全对着人。”面对质疑，一家在泗泾地区经营美容生意的商家如是表示。

侵权吗？“未对着人”说法立不住

商家店内直播乱象引发热议后，不少媒体、单位均亮明了态度，直言：消费者的“脸”属于消费者自己，商家无权滥用。

《人民日报》1月15日的文章《吃个饭成直播间“背景板”？不可以》指出：“任何‘自由’都不能逾越法律红线。”

在江苏高院公布的一起判例中，因未经顾客同意将顾客的肖像暴露在直播镜头中，一家火锅店被认定构成了对顾客肖像权的侵权。

经审理，法院判决涉事火锅店通过直播账号发布道歉视频，道歉视频置顶不少于三日，同时向顾客支付精神抚慰金500元。根据法院披露的材料，在火锅店的辩解中同样可以找到那句熟悉的说辞：

“我哪里故意拍他了，我就是在拍店里的菜品和logo！”

1月19日，上海市虹口区司法局发布了针对商家未经顾客同意直播顾客行为的法律解读。文章中特别指出：尽管《民法典》列举了“合理使用肖像权”的例外情形，但“商业直播具有明显的营利性目的，不属于法定的‘合理使用’例外情形”。

文章中，虹口司法局还驳斥了商家拒绝终止直播的惯用托词，即未将镜头对准顾客“特写拍摄”，不构成侵权。虹口区司法局明确指出，这种说法无任何法律依据。

“隐私权的核心在于个体对私密性的合理期待，而非以物理空间认定隐私范围。即便直播是正常经营活动，只要未经顾客同意，侵入了顾客的私密活动空间、公开了顾客隐私，便可能构成侵害肖像权或隐私权。”

“肖像权或隐私权侵权并不要求展示特写镜头，即使顾客在直播画面中只是背景，只要其面部等外部形象足以被亲友或一般公众识别，仍构成肖像侵权。”

不仅如此，虹口区司法局指出，即使商家在场馆中张贴了“店内直播，入店即同意”的提示，也不意味着顾客同意了其直播行为。

“对于肖像权、隐私权等人格权的处分，法律要求权利人作出明确、具体、自愿的意思表示。同意应当是对特定行为的清晰授权，默认同意并不能直接认定为知情同意。”

喊不停：商家无视“投诉”自顾自直播

尽管相关单位、主流媒体以及司法判决，都反复强调“未经顾客同意肆意直播”是侵权行为，但记者在探访中却发现，对于铺天盖地的反对之声，商家的反应十分淡漠。他们用实际行动证明：只要惩戒措施不到位，顾客层面想要“喊停”直播就是一场空想。

1月20日，在珀曼健身工作人员承诺会和主播“说一下”后，记者在直播间看到，该店的直播镜头并未作出任何调整，直播画面中依然能清晰地看到消费者在泳池中游动的身影。

同样的情况，在申度新闻此前报道“餐饮直播乱象”“汤泉馆直播乱象”中均有发生。1月22日，申度新闻记者注意到，此前声称自己仅对着“虎头”直播的齐乐汤，在承诺调整后，直播角度反而变得更加清晰，紧贴着消费者拍摄的直播机位让消费者的面容细节，在直播镜头中一览无余。

在线下实测中，记者发现，商家的冷硬态度，不止针对媒体。对于因被拍到而投诉的消费者，商家的态度更为强硬。

1月18日，申度新闻记者以消费者身份，探访了位于闵行区莘朱路上的联华超市，据消费者反映，该超市在收银区长期架设直播设备，对店内进行直播。

发现架设在店内的直播设备后，记者以一名普通消费者身份向店员提出了质疑。对此，该店店员的回应是：“你可以不出现在这里，我只针对那一点（拍）。”

在记者指出，直播镜头所对准的区域，实际上正对着该店通行、结账的主要通道后，这名店员最终不情愿地表示：“知道了，我等下给它关掉。”

和前述商家一样，店员的承诺最终落为一纸空谈。当日，直播镜头始终未关闭。1月18日至1月25日，该店始终保持着每日10小时左右的高强度直播。

为何商家如此不愿关闭直播摄像头？珀曼健身工作人员此前的回复或许可以作为参考。

珀曼健身的工作人员告诉记者，遇到游泳者特别暴露的镜头，直播会用手遮住镜头，防止直播间被“封号”。在这些专职主播看来，直播活动有着严格的管理规定，如果直播间违规，必然会被平台封禁。那么反之，大量存在于直播平台的同类直播间足以证明，商家并未取得消费者同意的直播模式似乎并未被平台认定违规，这或许是商家敢于肆意直播的“底气”所在。

那么，直播平台又该如何从源头上对此类直播进行规范呢？

文/晨报记者 张益维
图/晨报记者 张佳琪