

超九成涉嫌存在测评标准类问题,过半涉嫌存在商测一体问题

“第三方测评”能信吗?

专家指出,应设置行业准入门槛,并强化对测评人员的审核

本报记者 杨召奎

缺乏测评标准、自立测评标准、测评标准前后不一致;夸大宣传、虚假测评、测评产品与实物不符、做商业性广告……

今天,中国消费者协会(以下简称中消协)发布的《“第三方测评”对消费者权益影响调查报告》(以下简称《报告》)显示,93.1%的“第三方测评”涉嫌存在测评标准类问题,其中缺乏测评标准的主观性测评多。

此外,《报告》还显示,55.7%的“第三方测评”涉嫌存在商测一体、以商养测类的模式,难保公正性;37.2%的消费者反映通过观看“第三方测评”所购买的商品出现过质量问题;35.7%的“第三方测评”存在涉嫌虚假测评类问题。

准入门槛低,相关账号众多

所谓“第三方测评”,通常是指未取得国家检验检测资质认定及CNAS(中国合格评定国家认可委员会)认可的机构或者个人,宣称通过自身测评或引用对比专业检测结果、分析调研数据、表达主观使用感受等方式对商品的质量、功能、设计、成分、服务、性价比等方面进行横向或纵向比较,并将结果主要通过自媒体以图文、视频或直播的形式进行发布推广,为消费者提供购买参考。

北京市中闻律师事务所律师李斌指出,“第三方测评”具有非官方性特征,但其测评的结果客观上会影响消费者购买行为,客观公正科学的测评结果有助于实现消费者的知情权、选择权、公平交易权等权益。反之,则可能误导消费者,损害消费者的合法权益。同时,不客观、不公正以及不科学的测评结果还会损害经营

阅读提示

近年来,“第三方测评”大量出现,但其测评方法和标准五花八门,测评质量参差不齐,涉嫌“以商养测”及“以测养商”的现象屡见不鲜。对此,专家指出,应明确规定从事“第三方测评”的准入条件,同时强化对测评人员的审核,推进实名制认证,商品信息认证,使测评者和商品信息有源可溯。

者商业信誉,破坏公平竞争的营商环境。

中消协有关负责人指出,当前,市场上“第三方测评”账号众多,测评方法和标准五花八门,测评质量参差不齐,涉嫌以商养测的现象屡见不鲜。少数“第三方测评”非但无法帮助消费者做出正确判断,反而影响了正常的市场秩序。

为此,近日,中消协对抖音、小红书、快手、B站、西瓜视频等12个互联网平台共计350家“第三方测评”账号进行了体验式调查。调查发现,整个“第三方测评”市场处于发展前期阶段,准入门槛低,市场参与主体呈现零散特征,具备法人背景的账号仅占比23.4%。

缺乏测评标准、虚假评测等问题频频

此次体验式调查发现,一些“第三方测评”存在缺乏测评标准、自立测评标准、测评标准前后不一致等问题。

例如,抖音平台账号“小红花测评”在2022年11月测试一款“嗜小侠奶片”商品时表示,其它奶片含有植脂末和食用香精不能放心给孩子食用。在展示该产品配料表后,以自身的品尝体验得出该奶片的香味最为浓郁(测过8款中最好的一款)。然而,奶片中含有植脂末和食用香精并不能完全代表

产品有问题、不能食用,没有植脂末和食用香精也不能代表产品就绝对放心。测评过程存在以偏概全、主观性较强、缺乏有效测评标准的现象。

快手平台账号“小杨数码圈”于2022年1月至9月先后4次对不同手机进行温度测试。在经过一定时间运行游戏后,使用测温仪对手机正面及背面进行测温,并对手机的温控效果进行点评,4次测评结果出入较大,不同品牌的手机测评前后标准不一。

此次调查还发现,有的测评账号夸大宣传。例如,小红书平台账号“喵喵哒哒哒”在视频作品中两款护肤产品进行夸大宣传,使用绝对性词语对产品进行相关描述。视频作品中提到“用一次就能瞬间提亮”以及“效果最快、最猛”。存在夸大产品功效,虚假宣传的现象。

有的测评账号涉嫌虚假测评,存在不正当竞争嫌疑。例如,B站平台账号“金汇智”在测评艾琳素颜霜时,表示提亮效果有限、味道刺鼻、留痕、瘙痒。经查询,该商品在淘宝、京东及小红书博主正面评论居多,多数商品消费者反馈中未出现博主所说的情况,考虑到其他“第三方测评”博主的正向评价,判断该测评作品存在一定的不正当竞争嫌疑。

还有很多测评账号涉嫌做商业性广告。

例如,B站平台账号“德文来啦”以打假为主,测评方法为主观使用体验,在实际使用中对比产品功效是否和宣传一致。但其在2022年11月5日、6日、8日分别测评料理机、地板清洁剂、语音声控灯三款产品,对测试结果表现较好的商品设置电商平台跳转链接。

建议设置准入门槛,加大监管力度

针对“第三方测评”存在的问题,李斌认为,政府监管、行业自律、社会监督应协同发力。应明确规定从事“第三方测评”的准入条件,设置基本准入门槛并制定合理的申请审批机制,针对从事商业行为的测评账号进行统一备案管理,强化对测评人员的审核,推进实名制认证,商品信息认证,使测评者和商品信息有源可溯,营造良好的“第三方测评”环境;夯实“第三方测评”主体责任,做到“谁测评、谁负责”;监管部门应加大监管力度,建立消费投诉的“绿色通道”。

中消协则建议,平台方需进行账号身份认证,强化问题账号审核。如对测评类账号进行身份认证,设置“第三方测评”标签,通过账号标签向消费者进行正面推广,针对未持有相关标签的“第三方测评”账号进行限流或屏蔽。加强对平台内的测评账号建立作品审核、信用投诉、宣传带货管理以及账号粉丝管理等多重监管机制,以保障消费者不被误导。建立“健康账号管理体系”,为测评账号管理提供科学有效的数据管理指标。

“接下来,我们将继续对‘第三方测评’这种商业营销宣传模式进行监督,重点加强对商测一体、以商养测的‘第三方测评’进行监督。”中消协有关负责人说。

(本报北京3月21日电)

加大信贷支持,补齐发展短板

金融支持脱贫地区发展成效明显

本报北京3月21日电(记者北梦原)记者今天从中国银保监会获悉,2022年,银保监会加强监管引领,突出工作重点,加大支持力度,助力巩固拓展脱贫攻坚成果同乡村振兴有效衔接,取得积极成效。

据介绍,过去一年,银保监会发挥金融优势,扎实做好脱贫人口小额信贷工作,持续加大对易地扶贫搬迁集中安置区的信贷支持。全年脱贫人口小额信贷累计发放933.5亿元,同比增长24%。截至2022年末,脱贫人口小额信贷余额1824亿元,支持脱贫户和防止返贫监测对象433.3万户。

产业方面,银保监会着力做好对脱贫地区,特别是国家乡村振兴重点帮扶县的金融支持工作,加快补齐发展短板。截至2022年末,脱贫地区各项贷款余额10.7万亿元,同比增加1.38万亿元;重点帮扶县各项贷款余额1.64万亿元,同比增长14.7%,高于全国贷款增速4.1个百分点。

同时,银保监会进一步完善国家助学贷款政策,支持家庭经济困难的大学生顺利完成学业。全年国家助学贷款累计发放569亿元,发放591万人次,同比分别增长32.3%和10.9%。

银保监会表示,将进一步完善金融支持政策,不断提高金融服务质效,坚决守住不发生规模性返贫的底线,努力增强脱贫地区和脱贫群众内生发展动力。

市场监管总局出台相关执法指南

广告绝对化用语执法将不再“一刀切”

本报北京3月21日电(记者杨召奎)记者今天从市场监管总局获悉,该局于近日发布《广告绝对化用语执法指南》(以下简称《指南》)。《指南》进一步厘清了法律适用边界,细化了广告绝对化用语不适用广告法第九条第三项的情形,避免机械化“一刀切”式执法。

市场监管总局广告监管司有关负责人表示,广告法第九条第三项禁止广告中使用“国家级”“最高级”“最佳”等绝对化用语,其立法本意是防止广告夸大宣传,误导消费者或者贬损其他经营者。但部分地方市场监管部门对广告绝对化用语监管执法过程中出现“一刀切”“简单化”倾向。

为此,《指南》结合广告法立法本意和广告监管执法实践,以列举的方式细化了广告绝对化用语执法中不适用广告法第九条第三项的情形,便于指导地方市场监管部门规范执法。例如,《指南》规定,仅用于对同一品牌或同一企业商品进行自我比较的,依据国家标准、行业标准、地方标准等认定的商品分级用语中含有绝对化用语并能够说明依据等情形不适用广告法关于绝对化用语的规定。

此外,为了保护广大人民群众切身利益和生命安全,《指南》针对教育培训、医疗、医疗美容、药品、保健食品、金融理财等重点领域,明确规定了在这些广告中使用绝对化用语不属于违法行为轻微或者社会危害性较小的情形,旨在防止广告绝对化用语从“简单机械”转向“宽大无边”,确保广告执法效果宽严相济。

区域再生水循环利用试点城市公布

首批纳入19个城市进行试点

本报讯(记者周烽)近日,生态环境部联合发展改革委、住房城乡建设部、水利部印发了《关于公布2022年区域再生水循环利用试点城市名单的通知》,明确了首批纳入试点范围的19个城市,包括山西省晋城市、运城市,浙江省台州市,安徽省宿州市等。

生态环境部水生态环境司有关负责人表示,我国水资源紧缺,同时污水再生利用水平却不高,大多数污水处理厂的出水水质已处理到常见鱼类稳定生长的程度,没有得到有效利用就直接排放,十分可惜。区域再生水循环利用是在重点排污口下游、河流入湖(海)口、支流干流处等关键节点因地制宜建设人工湿地水质净化等工程设施,对处理达标后的排水进一步净化改善后,在一定区域统筹用于生产、生态、生活的污水资源化利用模式。

该负责人指出,按照《实施方案》要求,试点城市主要承担的任务包括:强化污水处理厂运行管理,对纳入区域再生水循环利用体系的污水处理厂加强源头管控、规范过程管理、严格末端监管,确保出水达标。因地制宜建设人工湿地水质净化工程,准确把握人工湿地水质净化工程的功能定位和选址要求,合理确定设计规模,与污水处理厂处理能力、再生水和调配能力相匹配。完善再生水调配体系,因地制宜建设再生水调蓄库塘,形成合理的再生水调蓄能力,完善再生水管网设施。

防止施工方案和现场施工“两张皮”

8部门要求加强隧道工程安全管理

本报讯(记者时澜娜)住房和城乡建设部等8部门近日印发《关于进一步加强隧道工程安全管理的指导意见》(以下简称《指导意见》),要求贯彻“安全第一、预防为主、综合治理”的方针,坚持超前预控、全过程动态管理理念,进一步压实安全生产责任,健全制度体系,强化重大风险管控,夯实安全生产基础,有效防范隧道施工安全事故发生。

《指导意见》要求,完善现场安全管理制度,优化分包安全管理手段。建立健全施工方案落实监督和纠正机制,强化施工单位项目管理班子对作业班组的穿透式管理,严格施工现场监督检查,防止施工方案和现场施工“两张皮”。鼓励施工总承包单位建立分包单位“红名单”“黑名单”,加强对进场施工分包单位和从业人员的资质资格审核,杜绝无资质队伍和无上岗能力的人员进场施工。

在提升重大风险防范化解能力方面,《指导意见》明确,严格施工现场重大风险管控,深化事故隐患排查治理。严格落实风险评估制度,建立风险点管理清单。按照隐患动态“清零”的原则,督促加强施工现场“日检、周检、月检”等常态化排查治理,开展季节性、节假日、重大活动等专项排查,及时制止和纠正违章指挥、强令冒险作业、违反操作规程的行为,及时消除安全隐患。

探访雄安新区智能网联巴士

3月20日,智能网联巴士901线测试车在河北雄安新区容东片区道路上停靠。

连日来,河北雄安新区容东片区的智能网联巴士正在进行投入运营前的道路测试。据了解,该款巴士具有自动驾驶功能,搭载了多线激光雷达、毫米波雷达、高清摄像头等设备,能够对外部环境进行精确感知,车辆决策响应速度在100毫秒以内。依靠厘米级的高精度地图定位,车辆能够实现复杂天气及复杂城市路况下的安全行驶。

新华社记者 牟宇 摄



第三届消博会首批进境展品抵达海南

本报海口3月21日电(记者赖书闻 通讯员刘家)记者今天从海口海关了解到,第三届中国国际消费品博览会(以下简称消博会)首批进境展品顺利入境通关,抵达展会现场海南国际会展中心。本届消博会是今年以来国家级展会中首次线下举办的展会,相较于前两届,境外参展的品牌和展商数量显著增加。

首批展品共计37件,货值14.9万美元,包

括服装、首饰、家具等品类。展品采用“一体化”通关模式,从主宾国意大利起飞运抵广州白云国际机场,在经海口海关和广州海关申报、验放后转运至海口,为本届消博会的前期布展打好头阵。

为加快推进第三届消博会的各项筹备工作,海口海关提前对接参展企业展品进口需求,针对性指导企业利用“单一窗口”完成展品智进备案、通关申报、查验放行等手续。在

报关现场,设立“消博会通关绿色通道”,提供7×24小时全天候通关服务,确保参展商品和物资“零延时”通关。

“为了帮助我们及时申报,海口海关专门设立了‘一对一’服务机制,实时跟踪商品物流信息,悉心指导完成系统操作,切实让我们感受到了自贸港一流的通关环境!”物流服务商海程邦达国际物流有限公司李界岭说。

● 这些小问题给消费者带来大烦恼 ④

电影院不免费提供3D眼镜,让消费者自费购买,消费者质疑——

买了3D电影票,为啥还要另花25元买3D眼镜?

本报(记者窦菲涛)“好不容易去看场3D电影,电影院却不免费提供3D眼镜,还得自己多花25元买,挺不合理的!”近日,在云南某县城生活的消费者高女士向《工人日报》记者反映,自己看3D电影竟被影院要求自费购买3D眼镜。

“影院工作人员称,看3D电影需要单独购买3D眼镜,这个是‘自愿’的,想看电影的话就买,影院开业后就一直这样。”无奈之下,高女士和朋友买了两副3D眼镜,影院也未提供相应购买凭证。“没有3D眼镜怎么看3D电影?实际就是变相强制消费,让人蛮气愤的。”观影结束后,高女士把3D眼镜拿走了,

“能重复用但质感一般,一副25元,确实贵了。”高女士所在的县城只有这一座电影院。今年2月28日,她的朋友戴女士也遇到类似问题。

福建泉州市民李先生也向记者表示,3月9日,他在泉州浦西万达广场影院观看《阿凡达2》时也遇到类似问题,“影院没有免费提供3D眼镜,需要自己租或买”。

“买票花了大几十元,也不差买3D眼镜的那十几二十元,大部分人遇到类似问题可能不会太较真就认栽了。但是大家都不反映,这个问题可能就不会被关注、解决。”李先生建议,市场监管部门定期检查影院的情况,

及时查处相应问题。

据媒体报道,今年以来,四川、湖南、浙江、福建等地均有影院不免费提供3D眼镜的情况。那么,影院要求消费者自费购买3D眼镜是否合理呢?

记者注意到,在近日举办的川渝消费者组织2022年度优秀维权案例评选中,一起消费者看电影被强制要求购买3D眼镜的案例入选。该案例显示,成都万达国际影城有限公司遂宁万达广场影院在2022年4月29日至2023年1月7日期间,共向消费者提供了40342人次的3D电影,销售了15422副3D眼镜,最终被四川省遂宁市市场监管局处以没

收违法所得4624元、罚款1.5万元。

北京市大兴法院民事审判一庭副庭长蒋怡琴解释,3D眼镜是观看3D电影必需的设备,影院和消费者之间形成服务合同关系,影院收取观影费用,依照双方合同约定及观影需求、行业惯例,就应提供与电影类型相配套的服务内容,否则可能构成违约。

“免费提供3D眼镜属于影院的合理义务。”北京市兰台(郑州)律师事务所律师刘国营认为,影院自行将自身应当承担的服务义务拆分开来,转嫁给消费者,加重消费者负担,违背公平诚信,即使存在相关条款、声明、告示等,也属无效内容。