

中消协发布消费提示——

对“第三方测评”多个心眼

本报记者 余颖

“第三方测评”可以为消费者购物提供参考，也可能因“跑偏”“变味”而误导消费者。须切实筑牢平台监管、服务规则，让广大消费者放心消费。

“双11”即将开启。面对花样繁多的商品，买哪个好，难住了消费者。此时，“第三方测评”往往成为消费者网购决策的参考，许多人养成了“买前看‘测评’”的消费习惯，测评成了“种草机”和“拔草机”。

为帮助广大消费者理性看待互联网促销活动和商品测评类营销信息，近日中国消费者协会发布消费提示，提醒消费者理性审视消费需求，切勿迷信“种草”流量。

结果未必客观公正

随着“种草”“真实体验”等概念兴起，一大批以“测评”“评测”为名的网络账号走俏。记者在小红书平台看到，关于“测评类博主”已有上万条笔记，可测评零食、女装、粉底、装修、数码等，涵盖日常消费的方方面面。其他内容平台情况类似，均有大量“测评红黑榜”“必备好物清单”“避雷清单”等，有的测评分类细化到某个店铺或电商平台，有的测评博主已经成为颇有影响力的大V，其测评结果成为商家宣传和消费者选购的重要参考，博主本人也开通了带货功能。

据中消协监督部相关负责人汤哲介绍，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中国合格评定国家认可委员会(CNAS)认可的机构或个人，宣称通过自身测试、测验、体验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，并将结果通过自媒体以图文、视频或直播的形式进行发布推广。“第三方测评”可以为消费者购物提供参考，也可能因“跑偏”“变味”而误导消费者。

消费者以为测评是客观公正的。然而，中消协发现，部分“第三方测评”账号在经营过程中没有把握好公正客观和经营盈利的关系，为了商业利益变身流量代言人，以“科普”“分享”为名行“营销”“带货”之实，涉嫌侵犯消费者知情权和公平交易权。有些“第三方测评”账号本身就经不起测评，不同博主对于同一款商品可能有不同的感官评价甚至是截然相反的结论，同一博主在不同时期测评同类型相关产品时也有可能得出不一样的结论。还有些“第三方测评”账号发布的信息并非原创，均为网络搬运或复制杂糅相关信息整合而成，可信度和科学性有待商榷。

由于大量发布作品的“第三方测评”账号背后是不能承担责任的自然人，让轻信“第三方测评”的消费者在消费维权上面临难题。

汤哲提醒，消费者在浏览相关测评信息时，对于评论吐槽意见较多、带货推销倾向明显甚至有失公允的，要及时搜索查证、自觉远离；针对偷换测评概念、测评结果自相矛盾等涉嫌误导欺骗消费者的行为，可保留证据向相关互联网平台和有关部门进行投



在重庆北碚天润园区共享食品检验室，检验人员对送检的食品进行检测。

秦廷富摄(新华社发)

诉举报，依法主张自身权益。对于“第三方测评”主播、博主提供的引流优惠信息，特别是所谓“无脑购入”“家人们放心冲”等具有强烈情绪和引导性质的标题、口号，消费者更应保持清醒，聚焦自己和家人的真实需要，不迷信“流量”，不信“流量”。

综合比较慎重选择

“第三方测评”信息吸引网友关注的因素之一，是其基于普通消费者真实感受和视角，利用更加多元、细致、专业的测试、测验、体验等方式，向众多多维度展示或推荐不同品牌、系列的商品和服务信息，为消费者提供决策参考、承担“试错成本”。

但是在实际发布中，一些“第三方测评”账号披露的测评过程全靠主观评价，缺乏科学的测评方法，无法提供真实可信的实验凭证；一些博主、主播的点评话术充斥着“必入”“智商税”“谁买谁后悔”“错过等一年”等词句，看似情真意切，其实套路深沉，不仅误导消费者，有些还涉嫌不正当竞争或商业诋毁。

测评工作的准确说法叫“比较试验”，实际上是很专业的事情，需要投入大量人力、物力购买样品，科学取样，并请专业机构检测。

近期中消协发布的无线耳机比较试验结果，就是从市场上选购了36款耳机，平均价格达到620.69元。这样高的成本，普通测评博主一般不能承受。另外，耳机测评需要对最大声压级(声剂量)、总体音质主观评价、总谐波失真、综合降噪(主动降噪+被动降噪)、通话降噪主观评价、续航能力、充电时间、防水等级等方面进行检验和评测，中消协委托了北京泰瑞特检测技术服务有限责任公司(国家广播电视产品质量检验检测中心)承担，普通博主很难有这样的技术实力和装备。

汤哲提醒，消费者

在浏览有关“第三方测评”信息和推荐产品时，要留意查验有关测评项目是否合理，测评信息或数据来源标注是否清晰，相关数据结论有无常识性错误或逻辑谬误，还可以翻阅查验该账号作者往期成果、点赞情况和网友评论留言，综合比较信息的真实性和合理性。

广告发布亟待规范

《互联网广告管理办法》第九条规定：互联网广告应当具有可识别性，能够使消费者辨别其为广告……除法律、行政法规禁止发布或者变相发布广告的情形外，通过知识介绍、经验分享、消费测评等形式推销商品或服务，并附加购物链接等购买方式的，广告发布者应当显著标明“广告”。而大多数测评类博主显然并没有做到这一点，平台也没有硬性要求，涉嫌违规发布广告。

汤哲介绍，还有少数博主、主播和经营者偷换检验检测指标项目概念或虚假展示检验检测报告，更有甚者直接伪造虚假检验检测报告，推销涉嫌高价低质的仿冒、伪劣商品，一经查实均须承担相应法律责任。

既然是广告，就要承担起广告发布者的责任和义务。“中消协敦促各第三方测评营销主体，应恪守公平、诚信原则，为消费者呈现真实、有效、可信的消费参考信息。”汤哲说，同时建议有关网购平台和互联网内容平台切实筑牢平台监管、服务规则，压实平台内有关经营主体责任，督促做好亮证、亮照、亮规则、亮承诺，进一步完善检验检测报告适用和查验规则，帮助公众更加方便、快捷、精准识别各类消费信息和营销内容，让广大消费者放心消费，提振消费信心。



游客在云南省保山市隆阳区咖啡直播基地购买咖啡。

梁志强摄(新华社发)

拉动“味蕾游”，平台也发挥了重要作用。一张张丰富的美食榜单成为消费者心中的“美食之旅向导”，让更多市井长巷的地道美味和消费者联系在一起。数据显示，大众点评“必吃节”期间，上海餐饮商户线上流量环比增幅超过220%。助力“味蕾游”持续繁荣，平台还要进一步加强策划引导，通过线上流量扶持、数字化经营指导等措施丰富游客体验，为商户带来实实在在的好生意，让美食成为城市一张亮眼的名片。

以旧换新热情高涨

本报记者 李景

“消费品以旧换新既利当前又利长远，既稳增长又促转型，既利企业又惠民生。各地要以新一轮政策迭代升级为契机，策划一批宣传力度大、换新体验佳、消费场景新的惠民促销活动。”近日，浙江省全力推进消费品以旧换新系列活动启动仪式在绍兴柯桥举办，浙江省商务厅党组书记、厅长韩杰表示，9月至12月，浙江全省范围将组织开展以旧换新主题活动促消费活动超过100场，全力打好以旧换新组合拳。

为深入推动汽车以旧换新政策落地，今年以来，绍兴柯桥的车展不断。从4月份的春季车博会、6月份的瓜渚湖汽车节，到9月份的秋季车展，持续激发市民购车热情。

柯桥居民徐金磊趁着车展，把一辆开了多年的燃油车置换成了新能源车。他给记者算了一笔账，旧车可抵2.5万元，新挑选的一款比亚迪新能源车价格是15.58万元。根据浙江省以旧换新补贴，可优惠1.5万元，厂家优惠4000元，根据门店的按揭政策，还可以优惠1万元。这样算下来，他只要首付不到2万元就能把新

车开回家，每月车贷也不过2000多元，减轻了不少购车压力。

以旧换新政策的持续加码让二手车评估市场热了起来。在上汽大众柯桥4S店，二手车评估员忙得团团转。“每天都有十几组客户要做二手车评估，都是冲着以旧换新政策来的。”该店销售总监何峰表示，为更好适应新政，店内也推出二手车置换一条龙服务，可实现旧车开来，新车开走。客户有需求，评估员也可上门服务。就在不久前的柯桥秋季车展现场，该门店就接到60多张订单。

“家里刚好装修要买电器，赶上这波家电补贴，一下子省了1万多元。”家住浙江省台州市椒江区的刘冉冉不久前在商场一口气购买了厨具、热水器、冰箱、洗衣机、电视机等大件高端家电，原本需花费9万多元，通过家电补贴，最终用7万多元就把这些产品带回了家。

家电补贴激发的消费需求不在少数，椒江就在近期掀起了家电消费热潮。在位于椒江区解放南路的国商广场，店内张贴着“购家电政府补贴至高2000元”“一级及以上能效或水效标准

产品让利20%”等醒目广告，即便在工作日，来看家电的人也不少。

“商场从9月6日开始执行家电补贴，活动开展以来，销售业绩一直很不错。9月6日至17日，平均每天卖出约5000台家电。”国商广场经理叶玉生告诉记者，此次家电补贴为二级以上能效产品，中高档机型成为消费者首选。补贴活动开展以来，该商场的家电销售均价从原来的4000多元提高到了5300元左右。

以旧换新也为杭州市上城区的汽车和家电消费市场带来“换新”高峰。这几天，位于上城区的天猫优品秋涛路店热闹非凡，不少消费者被店内的补贴活动吸引驻足。天猫优品线下店总经理白和平介绍，该门店在政府补贴基础上配套推出优惠，叠加后力度达到30%左右。自活动启动以来，门店销量增长2倍以上。

与火热的线下门店相比，线上补贴同样引人关注。浙江百诚集团股份有限公司在线上销售冰箱、洗衣机、空调等大家电，在天猫、京东等平台共有12家店铺。该公司市场部经理项友万介绍，消费者在线领取补贴

券后下单时会自动立减，补贴对于销售拉动非常明显。“某家店铺之前日销七八万元，补贴推出后销售额可达20万元左右。为满足消费者需求，公司还提供延迟发货服务，暂时不上新家电的消费者可享受两个月的暂时存放服务。”

除政府补贴外，上城区还联动各业态商家，推出2024秋季促消费活动。比如在家电领域，各大商场设置智能家居体验区，将家电融入购物场景，提升消费者体验。在汽车领域，除汽车企业推出让利外，商场、餐饮、加油站等商贸企业也联动推出相关活动。同时，为增加政策知晓度，上城区商务局还联动辖区各街道、社区，通过新媒体、电子屏播放、发放宣传折页等方式，加大以旧换新政策传播解读力度，营造浓厚氛围。

“截至10月17日，上城区以旧换新拉动汽车消费12亿元、家电消费4亿元。”杭州市上城区商务局局长周邱亿表示，希望通过“政策驱动+活动带动”，以真金白银为商家引流、为消费者带来实惠，掀起新一轮消费热潮。

市场
味蕾游

激发

姜天骄