

网购前货比三家 理性辨识“第三方测评”信息

中消协发布消费提示，
应理性看待互联网促销活动
和商品测评类营销信息



理性辨识 新华社发 徐骏作

进入一年一度的“双11”网购促销季，消费者面对海量的促销商品，有必要货比三家、综合考察。随着“种草”“真实体验”等概念兴起，一大批“第三方测评”网络账号走俏，吸引不少消费者购物时将其作为决策参考。中消协16日发布消费提示，“第三方测评”可以提供参考，也可能因“跑偏”“变味”而误导消费者，应理性看待互联网促销活动和商品测评类营销信息。

沈阳： “一件事” 办进群众心坎里

新华社沈阳10月17日电（记者 于也童）“近50家餐饮企业入驻我们商业广场，本以为办手续至少要一个月，没想到连门都不用出，在网上统一提交材料后，不到一周就办好了，太有效率了！”沈阳天润广场常务副总经理李艳艳说。

记者在近日举行的沈阳“高效办成一件事”场景上线发布会上了解到，沈阳全力推进“高效办成一件事”改革，通过搭建政务服务“数字高速公路”，由沈阳市营商局牵头，联通教育、房产、公安、卫健等多个部门，推行跨部门集成式服务，将原来需要跑多个部门办理的多个事项或环节，整合成“一件事”，实行“一张表单、一套材料、综合受理、一次办结”的集成服务模式。

“我不喜欢自己的名字，早就想改一个，但改名涉及社保、医保、公积金、车辆、房产，太麻烦了，有什么好办法吗？”面对沈阳市民赵女士的烦恼，沈阳市公安局行政审批管理处处长李众表示，为让群众办事更方便，依托沈阳政务服务网，沈阳推出了“公民信息连锁变更一件事”改革服务。

“通过打通数据壁垒，我们实现了跨部门联动联办，公民信息连锁变更可以‘只填一张表’。”李众介绍，沈阳户籍居民变更基本信息时，只需在沈阳政务服务网上提交一次变更申请，审批通过后，立即启动多部门、跨部门联动办理。

“新的身份证、驾驶证、机动车登记证等证照全部免费邮寄到家，医保和公积金账户等也同步实现变更办理。”李众说。

“让数据多跑”是“让群众少跑”的基础。据介绍，沈阳市营商局创新以“数据”替代“事项”作为最小业务梳理单元，按照“事项-情形-材料-字段-数源”五个层级递进拆解全部政务服务事项。当前已累计完成市、区两级2851个事项梳理，并充分发挥一体化平台枢纽作用，累计收录数据150万条。

“今年以来，沈阳已有2498项材料实现‘只提交一次’或免于提交。”沈阳市营商局局长车东育说，我们将持续聚焦优化服务体验，大力推动数字化服务普惠应用，为企业和群众提供更广范围、更深层次全生命周期的衍生服务、增值服务。

关注“第三方测评”主体口碑信用

中消协有关负责人介绍，“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认可的或者个人，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。

一些“第三方测评”账号主体的口碑信用不佳，不同平台的博主对于同一款商品可能有着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。

还有一些“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。大量发布作品的“第三方测

评”账号背后，许多是不能承担责任的自然人，让轻信“第三方测评”的消费者在情感上受挫，在消费维权上也面临难题。

因此，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诉举报，依法主张自身权益。

留意宣称测评方法

“第三方测评”信息吸引网友关注的原因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，向公众多维度展示或推荐不同品牌、系列的商品和服务信息，承担“试错成本”，为消费者提供决策参考。

然而，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。

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。

警惕以科普分享为名行营销带货之实

针对某些主播、博主推出的各类“测评红黑榜”“必备好物清单”“避雷清单”等，应当多平台、多渠道进行比较，客观理性看待各类测评榜单和测评内容。

针对“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、口号时，消费者更应保持清醒。

2023年5月起施行的互联网广告管理办法明确规定，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、体验分享、消费测评等形式推销

商品或者服务，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”。

部分“第三方测评”账号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。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，推销涉嫌价高质次的仿冒、伪劣商品，一经查实均须承担相应法律后果。

消费者权益保护法实施条例规定，

经营者以商业宣传、产品推荐、实物展示或者通知、声明、店堂告示等方式提供商品或者服务，对商品或者服务的数量、质量、价格、售后服务、责任承担等作出承诺的，应当向购买商品或者接受服务的消费者履行其所承诺的内容。

中消协敦促各“第三方测评”营销主体，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。建议有关网购平台进一步完善检验检测报告适用和查验规则，让广大消费者放心消费，提振消费信心。

新华社北京10月16日电