

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?



新华社发

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……

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。

1 准入门槛低,相关账号众多

3月21日,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。

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)认可的组织或者个人,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作出正确判断,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%。

2 缺乏测评标准、虚假评测等问题频现

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“喵小侠奶片”商品时表示,其他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”在视频作品中对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。

3 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。

(据《工人日报》)