

法制文萃报

国内统一刊号:CN11-0196 国内邮发代号:1-163
每周四出版 零售价:6元 全年订价:300元



司法部主管 法治日报社主办 法制文萃报出版

2024年12月12日 总第2834期 本期8版

入选农家书屋推荐目录唯一法治类报纸

冒用兄弟身份 两度杀害女性 威海公安抓获潜逃19年命案逃犯 8版

考虑到犯罪嫌疑人一直冒用他人身份的惯用伎俩,普通的侦查手段难以发现其踪迹。专案组民警转变思路,把高科技、新手段作为提升命案积案侦破新的增长点。



白先勇:复兴昆曲,天意垂成 4版

2000年,白先勇突发心脏病,度过生死危机后,他在给友人的信中写道:“上天留我下来,仿佛还有未竟之业。”命运的轮盘就此开始转动,将白先勇推向了昆曲复兴这条路。

代挂专家号创收 摇身一变“黄牛” 陪诊行业鱼龙混杂亟待规范 6版

陪诊行业的兴起满足了特定人群就诊时的陪伴需求。作为一种服务新业态,陪诊师的出现是以陪伴病人、代跑腿为主营业务,为何患者挂不到的专家号,“陪诊师”能挂到?

涉案超1.4亿“金主”被判无期 浙江特大跨境电信诈骗案侦办纪实 7版

11月11日,随着犯罪嫌疑人唐某落网,浙江金华2020年“12·30”特大跨境电信网络诈骗案到案再添一人。近日,记者赴浙江金华采访,还原这起电信诈骗案侦办始末。

各种“第三方测评”活动在为消费者购物提供参考的同时,也因“跑偏”“变味”而误导消费者,有的甚至引发社会舆情。12月5日,“第三方测评诚信自律同盟”正式成立,这是国内第三方测评领域建立的首个公益性、行业性自律协作机制。



图/视觉中国

先看测评后购物? 测评可能是“定制”!

推销涉嫌仿冒伪劣商品,或须承担法律后果

假测评真带货,消费者频“踩雷”

如今,“先看测评后购物”成为不少消费者的习惯动作。中消协2023年发布的《“第三方测评”对消费者权益影响调查报告》显示,近八成消费者在购物前经常会在网络上搜寻相关产品的“第三方测评”。

口红、零食、手机、汽车……几乎万物可“测”。“第三方测评”本该为消费者“排雷”,但一些测评博主在视频中“偷梁换柱”,让消费者频频“踩雷”。

有的博主还假测评、真带货,用绝对性用词过度宣传。美妆爱好者吴女士说,她近期发现,一名测评博主通常在测评各种大牌后,推荐一款“小众”的美妆产品;该博主称,这款产品只要几元钱,就堪比大牌效果。“看多了才知道,这是借着测评的名义带货,带的货还是‘三无产品’。”

记者在几个社交平台上搜索“测评博主翻车”“测评踩雷”等关键词,不少用户发帖吐槽观看的测评博主“恰烂饭”(赚黑心钱),有消费者因购买的美妆产品而“烂脸”。

实际上,虚假测评不仅会误导消费者,也会侵害生产者和经营者的合法权益,扰乱健康的市场秩序。苏州市中级人民法院不久前披露的一起典型案例,也揭露出“拉踩式”测评的真面目。

苏州一家电子商务公司在没有科学依据的前提下,在社交媒体上发布测评文章,随意对不同品牌的8款防晒衣的防晒力进行对比,其中,评论甲品牌“面料厚实、发货较慢”,而乙品牌则“冰感十足、防晒强”,引导消费者选择某些品牌的防晒产品。

法院审理后认为,被告公司测评文章中,对甲、乙品牌防晒衣的紫外线性能数据缺乏科学性和可靠性,易误导相关公众、影响消费者的购买决策,构成不正当竞争行为。

不少测评账号的最终归宿都是带货。从事MCN机构运营的刘萌(化名)

表示,博主通过测评内容快速涨粉,然后通过带货转化。如此一来,“第三方测评”便丧失了客观中立的立场。

一条“测评”诞生背后,是成熟的产业链。

“3万到5万粉丝的测评博主,拍摄一条60秒以内的原创视频,价格在1000到2000元不等。”根据记者“美妆测评”“万粉以上”的要求,一个广告营销公司很快给出报价,并为记者推荐了几名测评博主。根据该公司的报价单,按照不同博主的人设和粉丝量,价格各有不同,“美妆测评价格高一些,时尚类测评则更实惠”。

除了“定制化”博主以外,测评的内容、维护也能全流程“定制”。某广告公司工作人员王女士介绍,公司主要负责社交平台的代运营,根据品牌方提供的素材,定制测评笔记。前期提炼产品卖点,细化测评内容,排期依次投放博主笔记;后期定制评论文案,持续增加互动,助力笔记流量。

在品牌推出新品的节点以及在电商平台的购物节大促期间,品牌推广需求增大,批量测评内容就会“面世”,进行刷屏式宣传。“一般在品牌推广初期,会优先选择粉丝量较低的博主,通过‘人设+干货’‘种草’的测评,更容易引发网友的关注和讨论。”刘萌介绍。

记者在一个广告接单群中看到不少测评招募信息。测评内容通常也会被统一“安排”。例如,某儿童书包品牌测评须由4至12岁的小学生出镜,并与书包一同出现在游乐园、海洋馆等亲子场景;某高端护肤品牌则要求博主的账

号符合“30岁以上真正贵妇”的人设,自然植入医学背书。

或涉嫌虚假宣传和不正当竞争

广州市律协电商与物流委副秘书长林媛媛指出,以测评之名行推销之实的行为,可能违反广告法的相关规定,涉嫌虚假宣传。“在一些商品对比测评中,如果涉嫌商业诋毁,可能构成不正当竞争;委托进行对比的商家及做对比的‘第三方测评’需要承担相关法律责任。”林媛媛说。

2023年5月1日起施行的《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,能够使消费者辨明其为广告……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”。

部分“第三方测评”账号以“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,更有甚者直接伪造造假检验检测报告,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。

江苏省近期发布“第三方测评”合规指引,对涉及“第三方测评”的普通博主、广告发布者、网络直播营销人员服务机构等进行合规提示。指引规定,与从事“第三方测评”的个人签订协议的

网络直播营销人员服务机构,应当依法依规提供经纪服务,加强信息审核与人员教育管理。

中国电子商务协会副秘书长林汉钟建议,平台应当构建一套全面而有效的管控机制,设置测评博主的认证和准入管理机制以及封禁相关违规账号、限制违规笔记流量等。同时,还需建立健全严格的审核把关机制和投诉应急处理流程,充分利用数字技术对“第三方测评”内容进行实时监测。

“针对虚假广告和不正当竞争等违法行为,应依据现行法律法规予以严厉处罚,并明确平台方与博主在此类事件中的连带法律责任,以确保市场环境的公平与健康。”林汉钟说。

12月5日,在市场监管总局执法稽查局和中国消费者协会的倡议指导下,“第三方测评诚信自律同盟”(以下简称“自律同盟”)正式成立。其创始成员包括抖音、快手、小红书等30家从事第三方测评的组织或个人。

据悉,自律同盟下设管理委员会,由《中国消费者》杂志社承担日常工作。这也是国内第三方测评领域建立的首个公益性、行业性自律协作机制。

市场监管总局认可检测司也特别提示消费者,第三方测评是一种消费体验分享,与取得资质认定(CMA)的产品质量检验检测机构开展的检验检测活动有本质区别。

□杨淑馨 尹一如 王惜纯 李卓谦等
新华网、中国质量新闻网、《民主与法制时报》
12月9日

时论珠玑

破解欠薪难题 “工具包”要用好用足

全国总工会近日印发了《关于开展治理欠薪冬季行动的通知》,要求做好岁末年初保障农民工工资支付和被欠薪农民工工会帮扶救助工作,开展欠薪失信多部门联合惩戒。

纵观此次专项行动的具体动作,主要是对劳动者讨薪工具包内各种工具的梳理,并提供讨薪维权的各类路径指引。比如通知提及,各级工会应配合行业主管部门统筹推进、协同治理解决拖欠农民工工资与拖欠企业账款问题,“优先支付农民工工资”。事实上,工人工资优先权也同样得到包括劳动合同法、企业破产法等多部法律的明示保障。而根据2020年5月实施的《保障农民工工资支付条例》,哪怕是“不具备合法经营资格或者未取得相应资质”的主体被用人单位选用,其工资也应由用人单位清偿。如果前用人单位未依法清偿农民工工资,其出资人就算再注册新机构,也需要先提前完成工资清偿。

工会组织在讨薪问题上的职责与使命,除了协调、配合追偿、核查相关欠薪线索和疏通相关讨薪渠道,还应当“按照职责依法维护农民工获得工资的权利”。而从法律视角看,则要激活其作为工人合法权益代言者和捍卫者的角色使命。

讨薪的工具包要高效、充分地用起来。从监管执法、司法裁判到执行保障,捍卫劳动者合法权益,积极履职、主动作为的工会在其中扮演的角色不仅正愈发重要,而且有能力成为治理欠薪难题的关键一环。

(本版有删节)

□南都社论
《南方都市报》12月8日

总编辑:章兴成 总编辑助理:郭志萍 彭飞
副总编辑:阮加文 新媒体主任:吴灏
执行主编:马霞 发行部主任:王健伟

●地址:北京市朝阳区花家地甲1号
邮编:100102
广告发行:010-84772978
●本报法律顾问:
北京市安理律师事务所律师 李学辉
电话:13701097156

法制文萃报

以案讲法 / 出类拔萃 / 博采精华 / 启迪智慧

国内统一刊号:CN11-0196 邮发代号:1-163

《法制文萃报》是由中央政法委员会机关报——法治日报社主办,以法治宣传为主旨的综合性报纸。《法制文萃报》面向全国公开发行,是全国邮政发行重点畅销报纸,并曾连续多年被评为“最受读者喜爱的报纸”。2023年3月,经中宣部组织专家评选,《法制文萃报》再次入选农家书屋重点报刊推荐目录,是唯一入选农家书屋重点推荐目录的法治类报纸。

2022年,创刊三十周年的《法制文萃报》实施改版和创新,以独特的视角和生动的表达,讲述法治故事,聚焦法治进程、社会治理、乡村振兴、犯罪改造等重要领域,关注医疗健康、经济发展和文化教育,将以人民为中心的发展思想体现于办报理念之中。

2025年,《法制文萃报》将以“更广、更新、更精”的品质回馈广大读者,坚持走精品之路、特色之路、创新之路。多平台、全方位、深层次推进普法报道,围绕全面推进依法治国总目标彰显法治媒体的使命和担当。

《法制文萃报》对开八版,全年订价:300元
每周一期,周四出版,全年出版50期
全国各地邮政局(所)均可订阅



欢迎订阅2025年《法制文萃报》



中国邮政扫码订阅
订热线
010-84772978