热点聚焦

“商测一体”“以商养测”乱象多

超三成“第三方测评”涉嫌虚假测评

■ 本报记者 阎 密

“这款面霜适用于所有类型的肌肤!”“该款风衣特别适合小个子穿。”“其他品牌的奶片含有植脂末和食用香精,不能给孩子食用。”……如今,在购买某些商品前,消费者一般会参考社交媒体平台上发布的测评,来了解商品的性能、质量、效果、性价比等。但这些测评是否真实客观,是否只是博主信口开河,或是变相打广告,让人颇感困惑。

中国消费者协会3月21日发布的《“第三方测评”对消费者权益影响调查报告》指出,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,不科学、不公正、不客观的“第三方测评”对生产和消费造成严重干扰。

中消协对抖音、微博、小红书、快手、B站、西瓜视频、微信平台等12个互联网平台共计350家“第三方测评”账号进行体验式调查后发现,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;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,以实现择优汰劣的目标。

中消协指出,“第三方测评”是独立于国家司法部门、行政机关、经营者和消费者之外的民商事行为,具有非官方性特征。第三方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保障消费者的知情权、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结果还会损害经营者商业信誉,破坏公平竞争的商业环境。

数据显示,目前整个“第三方测评”市场还处于发展前期阶段,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%。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”及“以测养商”的现象屡见不鲜。

中消协报告显示,针对消费者通过观看“第三方测评”所购买的商品出现过质量问题的情形,九成以上被调查者认为测评者应对测评结果负责。

中国消费者协会建议,政府监管、行业自律、社会监督协同发力,设置行业准入门槛,加大市场监管力度。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。夯实“第三方测评”主体责任,做到“谁测评、谁负责”。

中消协还建议,平台方需进行账号身份认证,强化问题账号审核。例如针对未持有相关标签的“第三方测评”账号进行限流或屏蔽。

此外,消费者需提高对测评作品的鉴别力。如选择法人主体、粉丝量和点赞量高、评论区正向评价的测评账号;留意测评方法,拒绝“只评不测”的主观推断。

中消协表示,将继续对“第三方测评”这种商业营销宣传模式进行监督,重点是对“商测一体”“以商养测”的测评进行监督。

春节以来,伴随着大众出游需求的显著释放,旅游消费市场复苏按下了加速键。但伴随旅游市场快速升温的还有大幅增长的问题投诉。

某旅游企业负责人介绍,目前,订单退改难、产品体验不佳、网红地虚假宣传、服务价格虚高等成为旅游投诉的重灾区。而实际上,大多数旅游投诉案例中存在消费者对条款误解的情况。“如果在出行前能知悉相关信息,游客的旅游预订体验将有大幅提升。”该负责人表示。

特价旅游产品退改纠纷大增,消费者购买需谨慎

■ 本报记者 刘旭颖

目前,综合各家消费提示可以看到,机票订单退改、旅游产品价格等存在误区最为常见。其中,购票退款纠纷最多。深圳的蔡女士就遭遇了这一情况。今年2月份,她从去哪儿旅游App上预订了两张往返深圳至北京的机票,后因有事想取消时却发现,票价815元,退票时却要收取635元的手续费。

业内人士表示,通常来看,用户预订机票的渠道包括航司官网及App、旅游平台官网及App或是一些线下门店渠道。无论任何正规渠道的售票,机票退改规则均严格按照航司的政策执行,旅游平台不得加收任何手续费。

不过,这其中也存在一些特殊情况,比如特价票。广东经济科教频道在2月报道了一起购票4分钟后退票、扣除90%票价的案例。业内人士表示,消费者因购买的是特价机票,退改条件的确更为苛刻,航司和购票平台也均在详情页面对相关条款做了提示。“消费者在购票前应当仔细了解,避免不必要的损失。”

此外,如因消费者自身原因无法出行的退改,也需承担相关退改费用。“总体来看,机票价格越优惠,退改费用越严格。如出行可能有变化,建议消费者选择退改签条件宽松的价格预订。”旅游企业相关负责人表示。

实际上,不止是机票价格,预订酒店也会发生价格不一致的情况。入住日期、间数、房型、是否含早、是否可取消,以及用户等级、平台会员卡等要素不同,价格也会有差别。不过,如果酒店存在要求消费者入住时加价、服务内容与预订不一致等情况,消费者也要及时保留好证据,积极维权。

据旅游企业负责人介绍,今年以来,由于旅游市场升温较快,旅游产品价格也存在波动较大的现象。这与旅游供应链仍未恢复、相关资源供不应求有关。建议消费者在确定出游计划后尽早预订。

此外,对于有出境游计划的消费者,上述负责人也建议,目前多地出境大厅办理护照已大排长龙,一些地区预约办理排到了一个月后。建议有“五一”假期出境需求的消费者提前完成护照办理,并申请好相关地区签证,为疫后首次出境旅行预留充足的时间。

3月21日,由商务部国际商报社和福建省福鼎市人民政府主办的2023乡村振兴“一县一品”推介会(福鼎专场)在北京举行。活动现场,与会嘉宾围绕如何全面推进乡村振兴重要工作、福鼎市在乡村振兴推进过程中的创新举措与典型经验及如何增强茶企竞争力等议题进行了分享和讨论。

福鼎市商务局党组书记、局长余建铭:

三大举措促进白茶产业发展

■ 本报记者 阎 密

福鼎白茶是福鼎市的知名产业,也是福鼎的乡村振兴战略性支柱产业,福鼎商务部门主要通过三大举措来促进白茶产业发展。

一是拓渠道。积极帮助茶企业拓展线上销售渠道,在鼓励企业维护好淘宝、京东、天猫的网络销售渠道之外,积极鼓励他们在抖音、小红书等社交媒体平台上开展直播。商务部门还通过各地各级电商协会和知名茶企邀请网络达人和明星团队到福鼎,跟当地企业合作,进行电商直播带货。

二是建平台。建设白茶电商产业园,引进专门的电商公共服务企业,打造白茶电商公共服务型平台。平台具备产品设计、直播、产品供应、仓储、金融的功能,整合白茶产业链和当地电商资源,优化福鼎白茶的存量,做大增量。

三是强服务。用好各级政府的扶持资金,利用资金的杠杆作用促进企业发展电商直播。加大电商人才的培训力度,整合各部门、各级协会的资源进行电商培训,同时从发达地区引进电商人才,促进福鼎本地电商提升软实力。

北京中科老专家技术中心执行主任魏立新:

科技赋能农业 走出高质量发展之路

■ 本报记者 刘旭颖

农业农村现代化是实施乡村振兴战略的总目标,而农业现代化关键在科技的进步和创新。老专家技术中心正是一家将科技成果产业化的专业单位,这里汇集了一批中科院老专家,他们在推动农业科技发展的道路上持续发光发热。

在农业生产的整个产业链上,从种子资源到种植、养殖,再到产业化、深加工等环节,甚至在赋予农产品特殊功能方面,技术中心做了大量的工作。十多年前,吉林一位大米种植户找到中心,希望能够提升大米的附加价值。科研人员研制了能够种出富硒大米的土壤配方,通过对配方进行不断迭代改良,大米的硒含量从一公斤不到10微克增至几百微克。后来,他们又根据市场需求开发了儿童大米、老年人大米、孕妇大米等一系列功能性大米,帮助企业和农民实现了增收。

不用打疫苗的太空鸡、动植物更易吸收的螯合钙……科技赋能农业发展,这样的案例还有很多。目前,技术中心启动了“双百工程”,百位专家走访各地,帮助科技项目更好落地。

在推进农业现代化发展的进程中面临的一个问题是,科技资源往往集中在大院大所,而科技创新的主体则是企业,要实现科研人员与企业的结合需要长期探索。

企业对于市场需求要有提前布局,与此同时,科学家也要有市场的眼光,要有引领社会发展的格局,能够进行前瞻性研究。两者应进一步开展前沿领域的引领性合作。需要看到,农业科技实验的周期很漫长,这更需要企业和科研人员开展多方位布局,缩短研究成果进入市场的时间,让农民和企业更快获益,才能推动形成更好的合作机制。

福建省大沁茶业有限公司董事长陈颖:

突出品牌独特性,从同质化竞争中突围

■ 本报记者 阎 密

目前白茶生产企业很多,行业竞争激烈。如何从同质化竞争中突围,我们秉持的核心理念是突出品牌的不可复制性。

第一,大沁白茶在地理位置上具有不可复制性。大沁十三坪茶园位于福鼎白茶的核心产区磻溪镇,茶树种植条件得天独厚,茶叶品质获得业界肯定。

十三坪茶园又叫“知青茶园”,由上世纪七十年代的下乡知青开垦而成,具有独特的文化精神内核。据此,我们打造了王牌旗舰产品“知青茶园系列”,赋予产品独一无二的文化属性,这是差异化的第一步。

第二,大沁一直把品牌建设当成战略,投入大量的人力、物力、财力,不断突出品牌的特点,这几年成效不错。例如,我们根据不同节日和场景推出各类精美茶礼,唤醒消费者的需求,加深大众对品牌的印象。

第三,为了突出大沁品牌的独特性,大沁先后打造花园式厂区、白茶文化体验馆,结合十三坪知青茶园真正做到“茶旅融合”。我们还会在生产基地举办特色文旅活动,比如福鼎白茶冬藏节,在文化建设上区别于其他企业,给消费者一个独特的记忆点。

目前大沁面临的挑战其实也是整个白茶行业面临的挑战,市场就这么大,六大茶类都在竞争,如何突出白茶的优势就是最大的挑战。同时,这一挑战也是机遇,如果能让福鼎白茶的知名度更大、影响力更广,大沁也会受益良多。

这是个“茶香也怕巷子深”的年代,没有品牌营销,产品就很难进入大众视野,很难抢占市场。希望加大力度宣传“福鼎白茶”这一区域公共品牌,做一些跨界营销,让“福鼎白茶”出圈,让整个白茶行业都能被大家看到。

福鼎市茶产业发展中心主任张青碧:

品牌建设与数字化管理并重

■ 本报记者 阎 密

福鼎白茶的品牌建设比较突出,从2004年开始,通过近20年时间,福鼎白茶从一个不为人知的小茶类变成最有品牌带动力的品牌。目前我们在打造世界白茶中心,吸引茶人、茶企来福鼎发展。我们以“1+N”的方式统筹公共品牌和企业品牌,同时融合发展、融合宣传。“1”是指福鼎白茶开茶节,今年3月28日将举办第12届,“N”指举办国际国内各种茶事活动,例如国际白茶论坛、国际茶商大会。双品牌的融合发展能提高整体品牌的知名度和美誉度,扩大国际影响力。

在市场规范和质量监督方面,我们制定实施了福鼎白茶“八项规定”,即“五取消”“一拉黑”“两移送”。如果茶企出现质量安全问题或者诚信问题,在查证属实的情况下,会被取消“福鼎白茶”授权、政府项目补助,参展资格、参赛资格,以及协会、研究会的会员资格,并在公共网站上进行“黑名单”公示,如果涉及民事、刑事问题,会被移送至公安部门、检察院。

我们还打造了全国首个福鼎白茶大数据溯源系统,通过数字化的方式把福鼎2800多家茶叶加工主体纳入大数据的管理系统中,从原材料的把控,到毛茶的生产,再到市场销售,做到全链路监测。通过卫星遥感数据和无人机航拍,让全市36万亩茶园、252个产茶村、79900户茶农都进入了大数据系统。自该系统2021年启动后,福鼎白茶产品包装上都贴有大数据溯源标,消费者可通过扫码来溯源。

农业农村部乡村振兴研究专家、研究员刘年艳:

中国茶产业要着力提升四方面能力

■ 本报记者 刘旭颖

产业振兴是乡村振兴的重中之重。习近平总书记近期在《求是》上发表的重要文章中指出,“各地推动产业振兴,要把‘土特产’这3个字琢磨透。”

在中国,茶是一类独特的土特产,其资源丰富,历史悠久,但中国茶业的国际竞争力和品牌影响力不强。如何推动中国茶业整体的创新与变革?刘年艳认为,要着力提升四方面的能力。

首先,提升优质茶产品制造能力。一是改变传统产品制造路径,由生产导向向市场导向转型发展,形成市场需求决定从原料到生产到终端产品全流程的发展路径。二是筑牢优质茶园原料基础,创建规模化现代茶区,实现茶园种植优质化、管理科学化。三是适应茶叶市场的区域化、原产地化、个性化及综合功能的新需求,创建智能化的茶产业供应链体系。

其次,提升中国茶产业供应链全球配置能力。一要着力配置先进产能资源,面向全球茶产区,推进现代茶产业装备创新,以生产能力输出影响全球茶叶市场。二要发挥中国茶产品品类多、特种茶品质好的优势,做好茶产品市场资源的全球配置。三要发挥中华茶文化的独特魅力,以其传播促进全球茶叶市场的开拓。

再次,提升产业规模集群能力。一是推进产业集群建设,提升主导优势产品的制造能力。以主导产品为核心,推进茶产业功能多元化创新、茶文化功能创新、茶产业多资源融合创新,构建中国茶产业集群。二是推进茶企群体生态化,以龙头企业引领茶产业全球化,构建“龙头企业+相关企业”的产业生态,形成供应链体系健全、韧性强的现代茶产业体系。三是推进产品集群建设。发挥中国茶原料、加工技术优势,结合文化元素及中国茶的多元特色,创造多元产品集群,满足全球多元市场。

最后,提升综合性品牌影响力,创建起品牌体系支撑的现代茶产业。要以品牌支撑品质服务,充分发挥品牌对消费者的影响力从而拓展市场,充分发挥中国茶品牌的集群优势,推动现代茶产业的可持续发展。

闽翁茶业总经理翁文侃:

希望为茶企搭建“沟通桥”

■ 本报记者 阎 密

创新是企业的灵魂,只有创新才能形成竞争力,从市场竞争中脱颖而出。闽翁茶业采用的是差异化策略。其实践需要企业不断掌握市场信息、了解目标客户需求和偏好,并通过产品设计、品牌营销等方式,实现产品的差异化。企业还需要不断调整差异化策略,以保持市场竞争优势。

例如,闽翁的专利产品方晓白系列,2017年面市即成为畅销爆款,闽翁创新先行者的标杆也随之深入人心。方晓白系列采用首创单泡松压技艺,最大限度保留茶的内含物质与叶底完整度。它与其他小块白茶不一样的是每一泡都是单泡称重单泡松压。每一泡都是独立包装、食品级棉纸+食品级铝箔袋。无论是商务宴请、办公接待,还是居家旅行、送礼自饮都合适,而且价格亲民。

在诉求方面,我们希望在茶企之间搭建沟通与联络的桥梁,为广大茶企提供生产、加工、交流、合作的平台,组织茶企参观考察、交流合作、赴外地参展;开展技能培训,提高茶叶从业人员的整体素质,为带动整体人才发展创造条件。我们还希望在技术创新、人才引进等方面给予支持。