

网购别盲目迷信“第三方测评”

新华社北京10月16日电(记者 赵文君)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,理性看待互联网促销活动和商品测评类营销信息。

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组织或者个人,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,其实套路深坑,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。

国家医保局发文规范医保药品外配处方管理

新华社北京10月16日电(记者 徐鹏航)记者从国家医保局了解到,近期国家医保局组织的专项飞行检查发现,一些定点医疗机构和定点零售药店外配医保药品处方管理粗放,虚假处方、超量开药等现象屡有发生。国家医保局16日印发《国家医疗保障局办公室关于规范医保药品外配处方管理的通知》,进一步规范医保药品外配处方管理。

根据通知,已上线医保电子处方中心的统筹地区,定点医疗机构应通过电子处方中心提供处方外配服务。支持将电子处方打印成纸质处方,方便老年人等有需求的参保人持纸质处方前往定点零售药店购药。暂未上线医保电子处方中心的

统筹地区,定点医疗机构开具的纸质处方须经本院医保医师签名并加盖外配处方专用章后有效。

通知明确,定点零售药店为参保人调剂外配处方时,应认真检查处方的真实性、合法性、规范性,核准处方用药信息、有效期等以及参保人信息,发现问题的可以拒绝调剂,并及时向当地医保部门反映存疑外配处方线索。

原则上,定点零售药店凭本统筹地区定点医疗机构外配处方销售的药品,符合规定的可以纳入医保统筹基金支付范围,暂不接受本统筹地区以外的医疗机构外配处方。

通知要求,加快推进电子处方中心建

设。自2025年1月1日起,配备“双通道”药品的定点零售药店均需通过电子处方中心流转“双通道”药品处方,不再接受纸质处方。特殊情况需要延长纸质处方使用时间的,由统筹地区报省级医保部门同意,并向国家医保局备案,延长时间不超过3个月。

通知提出,集中开展医保外配处方使用专项治理。统筹地区医保部门要将检查定点医疗机构和定点零售药店外配处方情况纳入打击欺诈骗保相关行动,2024年12月底前,针对门诊慢性病和特殊病保障、城乡居民门诊“两病”用药机制开方药品,以及其他金额高、费用大、欺诈骗保风险高的开方药品开展专项检查。

中国科学院与“两弹一星”纪念馆重新开放



10月16日,嘉宾等在中国科学院与“两弹一星”纪念馆参观展览。新华社记者金立旺摄

新华社北京10月16日电(记者 张泉)10月16日,我国第一颗原子弹爆炸成功60周年之际,中国科学院与“两弹一星”纪念馆经改造升级后重新开放,通过缅怀科学先辈,弘扬“两弹一星”精神,助力立德树人。

中国科学院院长侯建国在纪念馆重

新开放仪式上表示,“两弹一星”的成功研制,是全国人民团结一致、奋力攻坚取得的伟大壮举。研制历程中,一大批优秀科研工作扎根茫茫戈壁滩,勇做惊天动地事,甘当隐姓埋名人,铸就了伟大的“两弹一星”精神。

中国科学院与“两弹一星”纪念馆位

于中国科学院大学雁栖湖校区的怀柔火箭试验基地旧址,于2015年正式开馆。纪念馆收录了在中国科学院工作过的17位“两弹一星”元勋的事迹资料,记录了中国科学院1万余名参研参试人员相关信息。2024年,中国科学院对纪念馆进行改造升级,进一步充实文物史料、优化展厅布局、强化育人功能。

改造升级过程中,纪念馆深入挖掘了大量具有珍贵历史价值和文化价值的重要档案史料和文物,包括“两弹一星”研制过程中重要科研仪器设备的图纸和模型,部分“两弹一星”元勋的手稿和在重要历史场合穿过的服装等。同时,中国科学院大学雁栖湖校区内保留的“两弹一星”旧址遗迹也被进一步发掘标识、分类整理。

纪念馆重新开放仪式后,部分“两弹一星”事业亲历者、见证者,“两弹一星”元勋亲友代表及学生代表参观了中国科学院与“两弹一星”事业展。

“两弹一星”事业亲历者、中国科学院西安光学精密机械研究所研究员侯洵院士深情回忆了当时科研人员团结一致克服重重困难的感人事迹。他勉励新一代科技工作者继承和发扬“两弹一星”精神,始终瞄准国家需求,坚持自力更生、自主创新,在科研攻关道路上不断续写新的篇章。

小小米线店,一个月流水50万元?餐饮加盟成诈骗重灾区

“小小的米线店,一个月流水50万元”“97年女生创业开烤肉店,实现财富自由”……近年来互联网平台上此类分享创业的文章火爆,不少人怀着投资创业的热情,投入几十上百万元。然而,有的品牌只提供劣质产品或服务,有的甚至直接卷款跑路,餐饮类加盟成为诈骗重灾区,不少创业者上当受骗、血本无归。

餐饮加盟骗局增多

近年来,中国餐饮连锁化率持续走高。2023年4月,中国连锁经营协会联手美团发布的《2023中国餐饮加盟行业白皮书》数据显示,中国餐饮连锁化率已从2018年的12%提高至2022年的19%。有关“餐饮加盟”骗局的案例也随之增多。

一度迅猛扩张的卤味连锁品牌“遇见小黄鸭”因涉嫌非法吸收公众存款被查。2月26日,重庆市公安局渝中分局发布警方通报称,已依法对遇见小黄鸭(重庆)食品有限公司、遇见果之旅(重庆)科技有限公司涉嫌非法吸收公众存款犯罪立案侦查。

最高检前不久发布的一则“茶芝兰加盟诈骗”典型案例显示,上海某集团以合铺奶茶、茶颜光年、茶芝兰、炸鸡特工等24个品牌名义,累计骗取全国5800余名被害人钱财共计4.4亿余元。2023年8月,南京市中级人民法院发布一起利用特

许经营加盟实施的合同诈骗案件,诈骗团伙以“蜜桃里”奶茶品牌对外招商加盟,300余名被害人共被骗取加盟费5400余万元。

根据尼尔森调查,2019年至2021年,餐饮加盟骗局数量增长了30%,涉及金额高达5000亿元。其中,快招公司(指短时间包装打造品牌,大规模快速招商加盟的公司)是餐饮加盟骗局的主要类型之一,占比超过50%。快招公司通常以快速致富为诱饵,吸引加盟商缴纳高额加盟费,但往往不履行承诺,提供劣质产品或服务,甚至直接卷款跑路。

手法并不高明,却能屡屡得逞

记者梳理发现,招商加盟骗局手法并不高明,多是利用人们希望快速致富的心理实施诈骗。

不少网民在遭遇降薪或裁员后,希望做一笔小生意增加收入,比如加盟奶茶店、炸鸡店、零食店等。不法分子瞄准此类人群开店的心理,打着“小投资、高回报”“快速回本”的旗号,炮制一批“以加盟名义,行诈骗之实”的公司,再使用“小小的米线店,一个月流水50万元”“97年女生创业开烤肉店,实现财富自由”等具有诱导性的文案进行推广。

此类行骗手法具有共性,一是贴靠大牌后标榜自身为成长空间大的品牌;二是当品牌价值被榨干后赶紧跑路,打造新品

牌。

一些快招公司还通过明星站台、雇人虚假排队等方法营销造势。如某奶茶品牌设计编印大量宣传材料,在加盟商实地考察时,以每人每日40元至80元不等的价格,雇人冒充消费者,在奶茶店铺前循环排队,营造生意火爆假象。

加强监管和源头治理

上海中申律师事务所创始人郭霁认为,不少加盟商维权、打官司,整个过程很漫长,即便赢了官司,到了执行阶段,快招公司负责人早就跑了。过去加盟纠纷一般以合同纠纷来处理,被定性为诈骗的较少。近期几个“加盟诈骗”案例的审判结果,有望对那些仍在用快招模式行骗的企业起到较大震慑作用。

北京京律师事务所律师孟博建议,加强市场监管,严厉整治不合规开展特许经营业务的餐企,对于特许经营纠纷较为集中的饮品、餐饮等行业,依法依规重点监管。各地商务、市场监管、公安等部门要定期联合开展商业特许经营专项清理整治。

法律界人士认为,应对开放加盟的特许经营者提出更高的管理要求,例如,备案后每年提交年报、依法履行信息披露义务、规范加盟合同条款、分特许人同样需要进行特许经营备案等。

据新华社