

金台视线

# 规范测评短视频 避免误导消费者

本报记者 赵兵

随着我国短视频行业快速发展,由视频博主制作的第三方测评视频大量涌现。测评内容涉及美食、美妆、电器、酒店等多方面,几乎涵盖了人们的衣食住行等各方面。由于鲜活地展示产品的质量属性和实际体验感,第三方测评视频逐渐成为消费者获取产品信息、判断产品优劣的重要渠道。

然而,问题也随之而来。部分测评博主为了博眼球、赚流量,夸大产品功效,还有的“商测一体”“以商养测”,甚至发布虚假内容,误导乃至欺骗消费者。对此,专家和读者呼吁,提升第三方测评视频的规范性和科学性,让第三方测评视频更具权威性,为消费者的购买选择提供更有价值的参考。

**测评水平参差不齐,存在误导消费者现象**

前不久,四川成都市的秦女士在观看了拥有千万粉丝的某美妆测评博主的视频后,购买了一款粉底液。视频中博主在使用该产品后持妆8小时,并宣称此款粉底液不仅防水、防蹭,还具备一定的养肤效果。可秦女士收到产品后发现,效果与视频宣传大相径庭。“我使用该产品后不仅没有视频所说的效果,还引起了皮肤不适,线下就医才得以好转。”秦女士说。

生活中,有秦女士这般遭遇的消费者不在少数。目前网络上传播广泛的第三方测评视频,绝大部分都是博主个人通过自身测评或引用对比专业检测结果、分析调研数据,对商品的质量、功能、设计、成分、性价比等方面进行比较。虽然相较于权威机构,其主观性较强,但对消费者影响却不可小视,数据显示,近八成消费者在购买商品前会观看第三方测评视频。

然而,在测评视频中,部分博主专业测评水平不足,还将个人喜好加入评价中。这种测评内容往往无法为消费者提供准确客观的产品信息。还有读者反映,一些测评视频采取“偷梁换柱”的方式,对消费者进行误导。湖南长沙市网友张先生反映,自己根据某短视频平台测评博主的推荐订了一家酒店,但他人住后发现房间设施陈旧,与视频描述严重不符。当张先生尝试与酒店交涉更换视频中的房型时,工作人员告诉他,“该房型是专门用于拍摄视频的特殊房型,视频中的布置也都被撤换了。”

“这个测评视频在网络平台上有十几万的点赞量和评论量,应该有不少消费者像我一样慕名而来。”张先生不满地表示,“但这个房型却不能预定和消费,这不就是骗人吗?”

还有的测评视频采取“踩多褒一”套路,看似公正的多产品对比测评,实则是

某一产品进行营销。

北京的朱先生购买汽车前,关注了几名汽车测评博主。“有的博主为了凸显某品牌车辆的优越性,拿多款车型共同测试,这些对比车型虽然是同等价位,但都是即将换新的老款车型。而且测评视频对其他车型优缺点说得很明确,但对其力推的品牌车型缺点一句话带过,主要说优点。”朱先生表示,他看了某视频博主的测评而购买了其主推的一款车型,但是买后发现“优点没说错,缺点却没说,感觉自己被误导了”。

凡此种种,一些消费者购买商品前视为客观决策参考的第三方测试,原来是某些产品的宣传广告或者博主的流量产品,令不少消费者发出了“看测评视频还不如不看”的感叹。

实际上,第三方测评视频不仅影响消费者,也会对企业 and 市场环境造成影响。“有些测评视频以不负责任的态度误导消费者甚至有意诋毁一些产品或企业,不仅会增加消费者的决策成本和购买风险,也会对企业品牌和信誉产生不良影响,破坏公平竞争的营商环境。”中国人民大学商学院副教授庞勇说。

**公正性、客观性、科学性不足,导致测评视频权威性不高**

当前,网络上第三方测评视频账号众多,测评方法和标准可谓五花八门,测评能力不足、测评方法不科学、测评立场不客观等因素影响了测评结果的可信度。

“分析可见,第三方测评有失公允的原因是多方面的,有的是因为缺乏客观标准。比如,一款护肤品是否好用,除了产品本身的因素,还有使用者的肤质、使用的时间和频率等都会影响测评结果。”庞勇认为,这些测评博主可能主观上并非故意,而是因为缺乏统一的测评标准,而导致测评缺乏权威性。

与此同时,测评方法不科学也会令测评降低可信度。一些测评博主缺乏专业知识或技能,导致测评结果失真。宁夏银川市读者张先生说:“有些测评视频可能忽视了产品的某些重要特性,或者对产品的使用方法存在误解,从而得出了错误的结论,误导消费者。”

“由于门槛较低,很多不具备资质和能力的人员或团队也进入第三方测评领域。如果这些测评账号本身不具备专业能力,测评的客观公正也就无从谈起。”武汉大学新闻与传播学院副教授李小明说。

还有一些测评博主在视频中夸大某一产品的优点、隐瞒缺陷,甚至恶意诋毁其他

产品,实则是披着测评外衣的商业性广告。中国消费者协会发布的一则典型案例显示,一名测评博主作品以打假为主,采用主观使用体验的测评方法,对比产品功效是否和宣传效果一致。在对料理机、地板清洁剂、语音声控灯等产品的测评中,对测试结果表现较好的商品直接设置了电商平台跳转链接,明显属于广告行为。

另有一些测评视频采用虚假测评或恶意剪辑的方式,以耸人听闻的标题或结论赚取流量。李小曼认为:“目前许多网络平台都以流量为取向,在这种逻辑之下,第三方测评会因过度商业化而失真,虚假剪辑、恶意诋毁等问题就会难以避免。”

更有甚者,部分“商测一体”的商家,以不正当竞争手段故意抹黑同行业其他品牌,给其他企业信誉造成严重不良影响。在江苏苏州互联网法院审理的一则案件中,一名测评博主于2023年5月至8月发布了一系列针对某品牌乳胶床垫、乳胶枕等产品的评价视频。在其视频中对该品牌用“卖垃圾,给消费者带来垃圾”等语句进行描述。后经调查,该测评账号运营者为另一家床垫公司。最终,法院判决该测评账号公开赔礼道歉并赔偿对方经济损失。

片面追求流量或以打压对手为目标,第三方测评很难做到公平公正。2023年3月,中国消费者协会在对12个互联网平台共计350家第三方测评账号进行调查后发现:93.1%的第三方测评涉嫌存在测评标准类问题;55.7%的第三方测评涉嫌存在“商测一体”“以商养测”等问题;37.2%的消费者反映通过观看第三方测评视频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。

“目前国内的第三方测评看似在数量上已经形成了一定的规模,但真正客观公正的少之又少。即使是一些头部测评机构,也因其商业模式而受到诟病。如果不加以引导,这个行业很难良性发展,最终可能沦为一种网红营销形式而已。”庞勇说。

**加强管理与规范,让第三方测评更公正透明**

从中消协的调查报告来看,目前我国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%。那么,如何对大量零散个人账号加以规范和引导?

实际上,真正独立、专业的第三方测评不仅能帮助消费者提高决策质量,还能够向企业及时反馈消费者的使用体验,为他们改进产品提供决策依据。测评视频通过互联网传播,也能够让好产品获得更高的关注度,有利于营造良好的市场环境。因

此,如何对其进行引导和规范,促进其有效为消费者服务、为企业服务,维护消费者权益,提升企业产品质量,是消费者的诉求,也是维护良好商业环境的需要。

河南漯河市读者张玉胜建议制定科学、统一的测评标准,让第三方测评有章可循,避免测评账号出现各定各调的“乱弹琴”状态。

实际上,已经有地方做出尝试。今年3月12日,江苏省消保委发布《第三方测评工作指南》团体标准,明确商品和服务类的测评程序,测评方法应以标准方法为优选,即科学合理选择国际、国家、地方等已经发布的标准化文件中的规范、指标或方法。

还有读者呼吁,第三方测评人员必须提升自身能力和素质。“测评人员必须秉持客观公正的立场,避免与被测评企业有任何直接或间接的利益关联。测评团队应具备相关领域的专业知识和技能,深入了解产品特性,确保测评结果的专业性和准确性。测评视频还应当公开测评的标准、方法、过程及数据来源,让消费者和公众能够清晰地了解到测评是如何进行的,提升可信度。”内蒙古阿尔山市读者王琪说。

庞勇认为:“第三方测评需要平衡好独立性与盈利性的关系。第三方测评必须解决商业模式的问题,即如何在不与企业或消费者发生商业利益关系的前提下实现盈利。解决了这个问题,第三方测评就有了保持真实、科学和公正的底气。”

网络平台也应当担负起应有的责任,不能只追求“流量为王”。“短视频平台需要加强审核与监管。比如,要求第三方测评账号提供资质证明,要求披露测评标准选取依据、与所测评产品相关企业无利益关系的承诺等,同时开辟消费者投诉举报通道,并在取证后对违规账号实施禁言、关闭等惩罚措施。”庞勇说。

“因为目前的准入门槛较低,应当采取一定措施把官方权威测评和民间自发测评区别开来。”李小曼提出,通过“标签化”的设置,对短视频平台测评视频进行分类,如分为“第三方测评”“权威机构测评”“企业官网测评”等类别,让消费者可以对测评短视频制作者的背景做到心中有数。

专家还建议,有关部门应当出台行业性的法律法规,提高行业准入门槛,制定行业标准,让第三方测评机构或个人有法可依;同时督促短视频平台落实职责,严格执行相关法律法规,加强对测评类视频的审核管理。

此外,消费者也应当提升对于第三方测评视频的辨别能力。“消费者不要单纯依赖一个测评结果,应充分对比不同的测评信息,以获得更全面的视角。同样,注意查看其他消费者的反馈和评价,特别是长期积累的用户口碑,帮助自己判断测评机构的可信度。还要留意测评者是否已声明与产品制造商之间的商业合作或赞助关系,这些都可能影响测评的客观性。”李小曼说。

(汪媛媛参与采访)

反馈

山西大同市——

## 毁损路面已修好

5月27日,人民日报“读者来信”版刊发稿件《毁损路面5年多仍未修复》,报道了我们反映的问题:5年前,修建高架时将通往我们小区南门的唯一道路挖开,高架修好后也没修复,导致此路坑洼不平、杂草丛生。

报道刊出的次日,市住建部门即开始动工修路。经多日施工,不但恢复了原本的石材路面(见下图),还修好了修建高架时损坏的小区周围其它路面。延宕多年的问题终于得到解决,小区居民再也不用担心雨天积水难行了。

山西大同市 张涛



身边事

## 公交站名

### 怎能随意改成商家名

我们是安徽六安市三里桥附近小区的居民。最近,乘公交车时发现,小区附近的“梅山北路解放北路口”站不知什么时候改成“悦牙口腔”站(见下图),让习惯在这一站上下车的居民很难适应,也给初到此处的人增添了麻烦。

公共交通作为城市公共服务的重要组成部分,公交站命名应有一定规则,应依据城市发展需要、城市历史文化,还要考虑市民认知习惯。希望有关部门能重视群众建议,让公交站名少些“商业味”。

安徽六安市三里桥附近小区居民



建议

## 弹幕游戏直播有待进一步规范

在直播间发弹幕就能参与游戏,点赞、送礼物就能增强自己支持的战队战斗力。最近,一种弹幕游戏直播流行起来,输赢全看获得支持的程度。谁得到用户的支持多,谁就能赢得本场游戏的胜利。主播会一直说“扣1加入游戏”“多刷礼物挽回劣势”之类的话,鼓动用户为自己支持的战队付费充值。

弹幕游戏凭借新颖形式吸引了不少年轻人甚至未成年人参与,在主播鼓动下,消费的不在少数。有关部门须综合发力,一方面加强法律法规的制定和执行,明确直播和网络游戏的界限,甚至有必要出台专门规定针对这类新兴模式作出相应规范;另一方面警示开发弹幕游戏的企业主体依法依规,不得侵害消费者知情权、公平交易权。同时,网络平台亦须负起责任。对于短时间内消费充值数据显著异常的直播活动应重点审核和评估。同时严格执行未成年人保护各项规定,做好风险提示。

北京朝阳区 杨玉龙

征集

近期,很多地方加快推进城市更新行动,路宽了、街新了,生活更方便、安全、舒适了吗?人民日报“读者来信”版联合人民网“领导留言板”推出“城市更新,说说你身边的问题和建议”征集活动。欢迎提出意见建议。

邮箱:rmrbdzlx@126.com  
传真:(010)65368495



百姓关注

## 变味“升学宴”不可取

当下正值录取季,在一些地方,办“升学宴”成为一种风气,各地餐饮商家也顺势推出各式各样的“升学宴”套餐。

家长对孩子寄予厚望,希望通过宴请来庆祝孩子成功升学,并借此机会与亲朋好友分享喜悦。然而,这种庆祝方式在一些地方逐渐变味成为攀比炫耀的活动。这不仅会给家庭带来一定的经济负担,也会助推形成不良社会风气。

“升学宴”变味,源于个人内心对成功的误解和对面子的追求。他们唯考试成绩论成败,忽略了人格、品德等其他方面的重要

性。希望通过宴席来展示孩子的“成功”,是对教育内涵的忽视。同时,由于缺乏有效的引导和规范,这种追求逐渐演变成盲目攀比。

事实上,宴席从来都不是分享升学喜悦的最好表达,更不是唯一表达。真正的庆祝应该更加注重内心的感受与亲情的传递,而非外在的奢华与排场。与宴席相比,一张亲手制作的贺卡,一声温暖人心的祝福,一份悉心的叮嘱,更能表达无限的欢心与喜悦,希望这样的表达成为庆祝升学的主旋律。

广东广州市 尹贵龙

## “研学游”要名副其实

近年来,暑假“研学游”越来越热。利用假期研学旅行,有助于学生拓宽视野,增长见识,补充书本外的知识,让学生跳出学校围墙,到外面的广阔天地去看世界。

然而,目前的“研学游”市场尤其是海外市场还不够规范。个别团队用名师做噱头,存在价格虚高,收费项目不清楚等问题。承办“研学游”的机构也鱼龙混杂,有的资质不全,研学项目也良莠不齐。另外,有的“研学游”片面追求形式,“游而不研”等问题也较为突出。

既然在“游”中纳入“研”,“研学游”还

是要名副其实,回到提升学生综合素质的本原,才能让家长和学生都满意。有关部门要加强对“研学游”市场的监管:一方面规范收费标准,另一方面可通过行业标准对“研学游”项目有所规范。如最近浙江推出了中小学生研学旅行的课程指南,对研学旅行的课程性质、课程目标、课程规划实施等都作出了明确规定。同时,还应建立健全中小学生参加“研学游”的评价机制,促进“研学游”品质提升。

河北石家庄市 戴先任

版式设计:张芳曼