

恶意拉踩、收钱就夸，网络测评乱象怎么治？

近年来，许多消费者在选购数码、美妆等产品时，会去参照同类产品的测评。顺应这样的需求，网络测评快速兴起。但一些网络测评存在夸大宣传、只评不测、商测一体等问题，测评方法和标准往往也是五花八门，难以令人信服。不仅影响消费者信任度和购物体验，也扰乱市场环境。

近日，国家网信办、市场监管总局联合印发了《网络测评活动规范》。新规如何破解上述市场乱象？提出了哪些针对性举措？

夸大宣传、只评不测、商测一体 网络测评乱象影响市场秩序

从手机到美妆，从食品到日化用品，记者在某短视频以及主流社交平台上搜索测评、对比、避坑指南等关键词发现，几乎所有的大众消费品都有各类第三方测评账号在做测评。

在一个粉底测评的视频中，某测评主播用所谓的测评对比，一方面贬低某品牌的粉底产品，却对另一个品牌的相关产品倍加推崇，评论区也有不少人表示“感谢博主推荐，放心冲”。

记者调查发现，在食品、数码产品、美妆护肤品等大众消费品领域，各类网络测评尤其多，其中夹带私货、拉踩抹黑的测评也不在少数。有不少消费者表示，上过“第三方测评”的当。

以商养测、隐形拉踩，这些越界行为将“第三方测评”或者“网络测评”变成了一门“灰色生意”。中国消费者协会、市场监管总局等有关部门此前就多次披露第三方测评市场乱象。

中消协消费监督部索木芽表示，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。少数第三方测评非但无法帮助消费者做出正确判断，反而影响了正常的市场秩序。

两部门出台新规 规范网络测评活动

针对上述乱象，此次两部门出台的新规明确，网络测评活动应当遵守法律、行政法规和国家有关规定，遵循商业道德、公序良俗，坚持客



漫画/朱慧卿

观、公正、全面、准确原则。

针对名为测评实为商业广告的“商单测评”，新规明确：接受第三方委托、赞助或者与测评样本相关方存在利益关系的，应当作出显著提示。

汽车、电子产品、家电产品等商品的功能和性能如何，是消费者在挑选商品时重点关注的“指标”之一。新规明确：涉及对产品功能、性能等项目测试，应当委托具有法定检验检测资质许可的检验检测机构按照相关标准以及技术规范开展测试。

对食品开展检验检测的，测试方应具备相应资质，不得使用非标方法，不得测评无国家标准检验方法的项目。

此外，新规还明确，网络测评不得采取不同标准、不同方法对同类产品进行横向、纵向比较，也就是说不能故意采取不同标准来拉踩诋毁。所测评的产品也不能是厂家送测的“优化版本”，而必须是消费者能在市面上买到的正常版本，杜绝针对性优化。

消费者如何警惕“跑偏”的“第三方测评”？

中消协建议——

消费者在浏览相关测评信息时，对评论吐槽意见较多、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。

新规明确，未对产品开展测试，仅凭感知、观察、体验等主观感受对产品进行评价，应当进行说明，并在信息展示过程中显著标明“仅为个人体验”或者“主观感受，仅供参考”等内容。

针对网络测评乱象，中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江建议——

有关部门应当有针对性地发布更多权威测评信息，建立更加便捷的产品检测渠道，简化检验检测流程；

对不检测，通过虚假数据欺骗消费者、误导公众的行为，要依法严厉查处或者建立相应的测评黑名单；

畅通维权渠道，从检测成本、举证成本以及消费维权的效率上方便消费者维权，满足消费者实际需求。

(来源：“央视新闻”微信公众号)

评论

据媒体报道，近日，国家网信办、市场监管总局联合印发《网络测评活动规范》(以下简称《规范》)。国家网信办有关负责人表示，《规范》旨在规范网络测评活动，维护公平竞争秩序，保护公民、法人和其他组织合法权益。

买东西的时候，很多人都追求“物美价廉”，因此少不了货比三家。伴随着网络购物平台的出现，消费者拥有了海量的选择，货比三家更成了一项“艰巨工作”，再加上网络购物的虚拟性，更容易使消费者“乱花渐欲迷人眼”。在这样的背景下，测评博主应运而生，主打一个先测先试，“我体验，你参考”。

各网络平台上百花齐放的测评帖，既是电商繁荣发展的缩影，也是互联网开放共享的体现。他人的“荐物”或者“避雷”，对消费者来说自然也是有用的信息参考。不过，当网络测评成为一桩生意，网络乱象随之开始滋生——有些测评博主既不专业也不客观，甚至于“满纸荒唐言，一心赚快钱”。

中国消费者协会曾对多个互联网平台上共计350家“第三方测评”账号进行体验式调查，发现此类测评账号问

题不少，主要集中在商测一体、以商养测的模式，难保公正性，有的账号还存在涉嫌虚假测评等问题。更有甚者，一些MCN机构用流水线的方式打造测评博主的人设和内容：先塑造专业人设吸引粉丝，进而在视频中带货“恰饭”。

现实中，有些人以“测评”之名，发布基于个人好恶的“一家之言”，此类行为不仅干扰消费者判断，而且影响到了正常的商业秩序。更有甚者，假测评、真收割，将网络测评当作吸粉引流的流量入口，严重破坏网络氛围和市场环境。《规范》对此直接亮出了“红牌”——网络测评是依法开展的专业行为，不是信口开河的营销噱头。

此前“双十一”期间，中消协发布针对“第三方测评”的消费提示，建议消费者切勿迷信“种草”流量，关注主体口碑信用，留意宣称测评方法，警惕“跑偏”的“第三方测评”。相比起单纯的消费

提醒，《规范》出台，意味着监管收紧——下一步，网信部门、市场监管部门将加强对网络测评活动监管，依法查处违法违规行为。

从具体内容来看，《规范》不仅明确了网络测评的定义，而且确定了网络测评的原则，同时对样品选择作出了具体要求：不得是为测评活动准备的特殊物品。通过这些规定，《规范》明确了几个根本性问题：什么是网络测评，谁能进行测评，如何开展测评。

值得一提的是，《规范》强调：未对产品开展测试，仅凭感知、观察、体验等主观感受对产品进行评价，应当进行说明，并在信息展示过程中显著标明“仅为个人体验”或者“主观感受，仅供参考”等内容。同时要求：通过网络测评等形式推销商品或者服务，并在测评内容中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”。

网络测评应经得起法治“测评”

■ 赵志疆

《规范》的出台，将散布在广告法、反不正当竞争法中的规定集合为一体，填补了专门性规则的空白。在此基础上，对加强监管作出了具体要求。对于网络平台来说，要加强网络测评信息内容管理，加大违法违规信息处置力度，及时处理处置对网络测评侵权信息投诉举报；对于职能部门来说，应当依据职责加强对网络测评活动的监督管理，并建立健全线索移交、信息共享、会商研判等工作机制。

徒法不足以自行。新规落地，既是划定网络测评行为边界，也是行业正本清源的契机。以法治为准绳，以诚信为底色，祛除网络测评中存在的行业乱象，才能还原其提供消费参考的本质，进而守护清朗网络空间，维护公平有序的消费市场。

(来源：光明网)

近年来，从汽车性能横评到日常生活小家电对比，“网络测评”已成为部分消费者在“种草”与“避雷”时的重要参考。

然而，当“第三方测评”演变为“有偿拉踩”，当“真实体验”沦为“暴力剧本”，这一领域的乱象已严重扰乱市场秩序。

近日，国家互联网信息办公室、国家市场监督管理总局正式联合印发《网络测评活动规范》(以下简称《规范》)，旨在规范网络测评活动，维护公平竞争秩序。

“测评”不能“水”

此次《规范》最大的亮点之一，是明确界定了“网络测评活动”的法律边界。《规范》指出，所谓网络测评，是指通过开展测试、对比分析数据、引用专业检测结果或表达使用感受等方式，对产品质量、功能、性价比等进行评价并发布的行为。

这意味着，纯粹的“消费体验”与“硬核测评”被明确区分。如果你只是买了一台吸尘器发朋友圈说“挺好用”，这不属于《规范》约束范围；但如果你通过对比实验、数据测试来推荐或贬低特定产品，就必须受此《规范》约束。

针对当前仅凭一张嘴、一个剧本进行“测评”的乱象，《规范》明确要求：未对产品开展测试，仅凭感知、观察等主观感受评价的，必须显著标明“仅为个人体验”或“主观感受，仅供参考”。这旨在防止部分博主打着“测评”旗号误导消费者，实则输出带有极强商业目的的主观偏见。

严打“假测评、真广告”

“商测一体”一直是困扰消费者的顽疾。许多消费者以为自己在看客观的选购指南，实则是在看高价广告。

针对这一问题，《规范》亮出“杀手锏”：通过网络测评等形式推销商品或服务，并在测评内容中附加购物链接等购买方式的，应当显著标明“广告”，并接受《广告法》的约束。

北京大学法学院教授薛军表示：“如果不加以规范，就会产生‘劣币驱逐良币’的乱象，把行业的声誉、公信力毁掉。如果严格执行规范，正规的、有能力的从业者才能生存下去。”

客观、公正是底线也是红线

据了解，《规范》的出台并非空穴来风，而是针对近年来一系列引发社会热议的恶性竞争事件。

此前有媒体通过卧底调查揭露了短视频平台上盛行的“暴力测评”黑幕。例如，在针对洗地机、扫地机的直播中，一些账号宣称“一镜到底、真实测试”，实际上却充满套路。为了凸显主推的A产品，运营方会在直播前将竞品B、C的机器直接关机，或者更换旧的硬件配件，甚至使用假冒的型号来冒充知名品牌进行对比。

这种通过篡改测试条件、制造对手“效果极差”假象的行为，直接违反了此次《规范》中关于“不得通过贬损其他产品抬高测评样本声誉”及“样本来源必须可追溯，不得是为测评准备的特殊物品”的规定。

2025年底至2026年初，国家网信办在专项整治中多次通报典型案例。其中，“汽车之家”“太平洋汽车”等垂直平台开展的“冬测”“智驾横评”等项目被点名。官方通报指出，这些测评存在“以偏概全”的问题，通过非标准化的测试方法误导公众对汽车性能的认知。

《规范》作出硬性要求：开展测评，必须委托具有法定资质的检验检测机构，并优先采用国家标准或行业标准；若采用非标方法，必须事先论证并说明与国标的异同。这意味着，以后拿温度计去极寒地区随意测一下续航就定论“某品牌电车不行”的粗暴测评，将面临极高的法律风险。

对于从业者，北京大学法学院教授薛军建议：“想做出品牌和声誉，就要抓住契机，培养真正的测评能力，拥有相应资质和技术条件，要建立长远的公信力。”

此次《规范》不仅约束测评者，也压实了平台责任。《规范》要求网站平台加强网络测评信息内容管理，加大违法违规信息处置力度。国家网信办有关负责人表示，出台《规范》是优化营商环境、维护企业合法权益的需要。下一步，网信部门和市场监管部门将依据职责，对违规测评进行查处，涉嫌犯罪的将移送司法机关。

(来源：新华社)

责编：张会 版式：李昂 校对：李雅

公益广告·移风易俗系列



无事不办酒 邻里情更久



贵州日报报刊社 贵州日报当代融媒体集团