

“真种草”还是“真广告” 监管见“疗效”

监管动态

浙江温州 儿童常用药 安全状况良好

近日，据浙江省温州市市场监管局消息，为保障儿童用药安全，今年以来，该局围绕儿童常用的抗菌消炎类、退热感冒类、开胃消滞类、润肺清热类、止咳化痰类、抗过敏、营养补充剂等药品，对医疗机构、药品零售企业，开展专项检查和药品抽检工作。截至5月底，该市共抽检116批次儿童常用药，检验合格率100%，近三年儿童常用药抽检合格率均100%，药品安全状况良好。

在抽检过程中，工作人员发现，对于儿童安全用药，还存在很多误区。为了让家长意识到用药安全的重要性，掌握更多儿童用药安全知识，温州市监局通过“安全用药月”宣传进校园、“共享社·幸福里”药师服务进社区、“药安社区”创建等活动载体，广泛宣传儿童用药安全科普知识，提高公众药品安全素养；通过鼓励零售药店积极参与温州市“儿童友好城市药店”创建，设立儿童用药销售专区，提高儿童用药科学化、精细化服务水平；通过官方微博以及微信视频号，进行儿童用药安全知识科普，并提醒家长：要给儿童使用专用药，不要随意给孩子服用成人药物；用药需谨遵医嘱，不要盲目给儿童用药或增减药物剂量，更不能混合服用多种药物；要谨慎存放家长药品，以免孩子误服。（郑铁峰）

陕西榆林 开展食品安全教育 进校园活动

为增强学校师生的食品安全意识，弘扬勤俭节约、尊重劳动、珍惜粮食的传统美德，近日，陕西省榆林市消费者权益保护中心走进榆林市高新区第八小学，开展“美好‘食’光·安全同行”食品安全教育进校园暨反食品浪费宣讲活动。

活动中，宣讲人员进行了生动有趣的科普宣讲，图文并茂地向同学们普及食品安全消费提醒、反食品浪费等方面的知识。同时向学生揭秘街边小吃、垃圾食品及身边常见的食品安全问题，让同学们了解当前的食品安全现状，提高食品安全意识。此外，互动问答环节可以让同学们通过实践操作来判断垃圾产品、“三无”产品、过期产品。

据悉，陕西省榆林市消费者权益保护中心将持续关注“一老一小”消费权益保障，加强与学校的交流与合作，帮助学生将食品安全知识和反食品浪费的习惯带回家，实现“教育一个孩子，带动一个家庭，影响整个社会”的社会共治格局。（徐文智）

近年来，随着互联网迅速发展及线上消费的普及，人们的消费决策也越来越多地受到博主“种草”、测评影响。这些“种草”和测评在给人们带来便利的同时，也引发了许多问题。5月1日，市场监管总局修订发布的新版《互联网广告管理办法》（以下简称《办法》）实施。《办法》要求，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，应当显著标明“广告”予以明确。

如今，新规实施已近一月，经营者是否知道带链接和消费测评形式的短视频应当标注广告字样？消费者能否分清广告和纯分享类内容？

“种草”广告逐渐明晰

艾媒咨询发布的一份调研报告给出了“种草”的定义：泛指“把一样事物推荐给另一个人，让另一个人喜欢这样事物”的过程。从某种意义上而言，“种草经济”是“网红经济”的进一步延伸。消费者被“种草”的主要渠道是网红达人的测评视频以及带货推广，占比超过六成。

调查发现，消费者容易被“种草”，主要是因为对网红效应的跟风，以及对原创真实性的信任。与此同时，虚假宣传也成为行业痛点，有72.4%的消费者表示受过虚假“种草”的影响。

《办法》对包括以达人探店、弹出广告、直播带货、产品测评等形式进行宣传的各种广告形式都进行了规范，如要求互联网广告应当具有可识别性，竞价排名要显著标注“广告”，以便于和自然搜索结果明显区分；对通过知识介绍、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，应当显著标明“广告”；弹出广告要确保一键关闭等。

为了解《办法》的实施效果，笔者点开几个APP，随机查看那些推销商品或者服务“种草”或推荐类内容是否按照要求标注“广告”字样。

“滴，纹眉卡，自然毛茸茸的空气眉YYDS。”笔者在大众点评首页看到，推荐的纹绣、塑形等店铺在图片左上方均有白色小字，标注“广告”字样，从首页展示的用户效果图进入则是商家页面。

笔者在小红书APP看到，护肤品牌“海蓝之谜”的首页推荐标注了“广告”字样。不过，美妆博主“狄小姐”发布的名为通勤彩妆分享的笔记，看似纯分享类内容，

结果点开后发现笔记下方附上了3CE眼影盘的购买链接。另外一条首页推送的“盘点值得入手的大牌眼妆”笔记，点开时在左下角有“购买同款”的购物链接，笔记中提到的商品均可以直接下单。这两条笔记均未标注“广告”字样。

“伪种草”易引起消费误导

笔者调查发现，目前不少平台已对短视频及“种草”类广告进行了明示。此外，除《办法》所规定的情形外，一些达人、博主通过较为隐晦的表达，令不少消费者难以辨识“伪种草”和软广告，可能由此产生消费误导。

近年来，很多消费者养成了在购物前观看第三方测评的习惯。测评博主对商品的亲测讲解，可以让消费者更好地了解商品的外观、功能、性价比等，避免“踩雷”。但是，笔者调查发现，比起明显的硬广植入，让消费者最摸不着头脑的还是那些隐晦的测评或“种草”类内容。

今年3月，中国消费者协会发布的《“第三方测评”对消费者权益影响调查报告》指出，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。

如何辨别测评是否是软广告，成为消费者关心的问题。一些资深用户在网支招。知乎网友“路过嗯哥”说，“如果评测只提到产品的优点，而没有提到缺点，或对缺点进行掩盖和淡化，那么很有可能是软广告。”

笔者发现，现在一些“种

草”类文章为避免广告嫌疑，不会直接挂出购买链接，而是在有人询问时再要求私信用户，或隐晦地表示私信有优惠等。

规范“种草”需合力共治

中经传媒智库专家张书乐表示，近年来，互联网广告的规章制度一直在不断完善，从硬广标注，再到慢慢把软广告等“擦边球”一项项清理出来，这是对消费者负责的一个发展过程。

张书乐表示，在商业利益驱动下，很多“种草”都是为了卖货。《办法》的出台，进一步规范了市场，让认真做内容的创作者实现良性发展。对于消费者而言，明确了广告的范围，也就意味着有了更好的维权渠道。对于“种草”博主而言，广告属性的确立，明确了责任，让“种草”、测评体验必须达成“忠于原著”的效果。

对于目前“伪种草”如何进行有效界定和监管？浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林表示，这是一个非常困难的过程，因为难以追踪背后的利益关系和交易，很难确认这些内容是否对消费者构成误导和欺诈。

盘和林认为，平台借助算法从海量内容中找到问题内容；平台要向用户说明要求，普及规范知识。

看懂APP联合创始人付学军表示，对于短视频、“种草”类平台来说，自律和加强监管是必要的。平台可以建立更加严格的审核机制，对于未标注“广告”字样的推介类消费测评添加购买链接的，进行封禁处理。同时，对于达人探店等形式的广告宣传进行标注，提醒用户注意。

（王小月）

“专利”人黄新胜：以专利助力现代企业发展

7个发明专利，40个实用新型专利，身为聚合（天津）智能制造有限公司的总经理黄新胜，在专利领域收获颇多。多年来，他潜心注重专利技术的研发，通过不断地刻苦钻研，应用于企业发展，成为中国工业自动化、智能化设备智能制造领域的知名专家。

一种多条绑带同步拉紧装置实用新型专利，一种不锈钢薄板抓取上料工装实用新型专利，一种定位精度高且间距可调型工件翻面架实用新型专利，一种可横移取放料夹爪装置实用新型专利，一种用于磁性物料的自动码垛装置实用新型专利，一种打磨抛光一体机实用新型专利，一种用于工业机器人的石墨乳喷枪实用新型专利，一种能够分离料边的金属薄板端拾器

实用新型专利，一种圆饼料全自动化上下料装置实用新型专利，一种可增大调节角度的重力对中机构实用新型专利，一种多层上下料运输车实用新型专利，一种带有导向和工件升降功能的移动小车实用新型专利，一种适用于高温环境的工件抓取装置实用新型专利，一种薄板全自动码垛装置发明专利，一种能快速更换抛光皂的抛光打磨一体机发明专利，一种双动力头卧式车床发明专利……7个发明专利，40个实用新型专利，黄新胜以丰硕的专利成果，为现代企业智能发展做出重要的原创性贡献。

以一种适用于高温环境的工件抓取装置为例，通过巧妙的设计，该实用新型专利利用两个抓手臂对工件进行抓取作业，两个抓手臂之间的距离可调

节，散热底板内设有C形冷却水循环腔，对散热底板进行散热，特别适合高温作业环境。

聚合（天津）智能制造有限公司在黄新胜的领导下，与多家知名企业签订了智能化装备销售合同。如天津市津宝乐器有限公司、济宁骏达机械制造有限公司、山东蓬翔汽车有限公司、三一重机集团有限公司、泉州吉川智能设备有限公司、南通锻压设备如皋有限公司等均成为黄新胜专利产品的受益企业。

早在2018年，山东蓬翔汽车有限公司与聚合（天津）智能制造有限公司签订了半壳成型工序喷石墨自动化系统购买合同。全球市值500强的三一重机有限公司，一举签下小挖大件折弯自动化、小挖折弯机器人两项合同，并且小挖折弯自动化在三一集团

的招标中成功中标。大同新研氢能源科技有限公司相继购买了冲压自动化生产线、清洗烘干自动化生产线、激光焊接自动化生产线、激光焊接自动化生产线CCD检测、焊接序测漏装置、镀膜前清洗预留工位传送装置等多款产品。

专利的发明不仅让专利权人直接阻止商业对手的相应竞争，同时有利于企业科学正确地决策，增加企业的价值，增强企业竞争力。多年来，黄新胜潜心研发、孜孜不倦，带领企业团队研发工业自动化、智能化设备智能制造产品，销售产品，将产品的核心知识产权形成专利，实现成果转化。黄新胜的专利不仅成为聚合（天津）智能制造有限公司的硬实力，也成为力企业的智能化发展，为社会发展做出了创造性贡献。

（赵文）