

“测评”夹带私货当休矣



资料图片

以商养测、隐形拉踩，或是“既当裁判员又当运动员”，这些越界的行为将“第三方测评”变成了一门“灰色生意”，更可能陷入恶性竞争的循环，失去消费者的信任。消费市场的秩序需要我们共同维护，管住“夹带私货”的手，鼓励发展客观、高质量的测评内容，方可让消费者更加舒心放心。

“买东西前看测评”如今已成为许多消费者的日常习惯，了解其他人的真实使用体验后，不少“选择困难”的消费者不再纠结，购买前后的预期落差也被“治”好了。然而，有个别商家盯上了“第三方测评”拥有的话语权，意图把测评变成自家产品的广告，甚至是攻击竞争对手的武器。近日，江苏苏州一法院披

露了一起测评公司“捧一踩一”的典型案，最终裁定其存在虚假宣传，引发广泛关注。

从案情经过来看，测评公司的套路主打一个绵里藏针、浑水摸鱼，其选取了市面上8个品牌的防晒衣进行对比，看似公正客观，实则暗中推广有利益关系的品牌，并暗贬竞争对手的产品，有意引导消费者做出选择。尽管违法情节尚不严重，但测评文章使用的相关数据缺乏科学性和可靠性，片面披露信息误导消费者，因而被认定为虚假宣传。这一判决具有典型意义，一方面，在合理范围内维护了竞争秩序；另一方面，对“第三方测评”这个新兴领域提供了可参照的司法规范。

消费者为何青睐“第三方测评”？网络空间信息冗杂，各路广

告“堆叠滤镜”，不少消费者无暇了解真实情况；产品型号和功能五花八门，折扣和红包迷惑性强，消费者很难做到按需选购；网络购物作为重要的消费渠道，存在一定的试错成本。“第三方测评”的出现，提供了一种更为客观中立的“使用者视角”，确实帮助许多消费者买到了心仪的商品，也有助于维护良性的竞争秩序。

然而，随着“第三方测评”的市场规模越来越大，参与者越来越多，部分测评也有向广告转变的趋势。有博主“分享种草”，实则与商家合作“拿提成”；有博主看似“拔草避雷”，亦是充当了网络水军的角色，变相攻击抹黑竞品。相比以直接推荐为主要形式的传统商业广告，此类手法更加隐蔽，却能在社交平台上获取较高的曝光度，帮助博主打造“权威”人设，避免人为限流。更有网友总结了这类“软广告”的规律：选取的品牌一定要多、知名度高的大品牌放在前面吸引用户点击、夹带的“私货”放在中间位置用大篇幅图文推荐……层层设套，让人防不胜防。

客观真实是“第三方测评”的“生命线”，亦是市场竞争的底线红线。以商养测、隐形拉踩，或是“既当裁判员又当运动员”，这些越界的行为将“第三方测评”变成了一门“灰色生意”，更可能陷入恶性竞争的循环，失去消费者的信任。“双11”临近，中国消费者协会发布消费提示，敦促各“第三方测评”营销主体恪守公平诚信原则，同时引导消费者理性审视消费需求，切勿迷信“种草”流量。

消费市场的秩序需要我们共同维护，管住“夹带私货”的手，鼓励发展客观、高质量的测评内容，方可让消费者更加舒心放心。

(默达)

胡舒乔：以游戏化营销开辟商业新境界

在当今竞争激烈的商业舞台上，传统的营销模式逐渐失去活力，广告让消费者感到疲惫和厌烦，促销活动也逐渐失去了往日的吸引力。面对此困境，游戏化营销凭借其创新形式横空出世，它将游戏的趣味性、互动性与营销巧妙结合，为沉闷的营销世界带来了全新的活力。在这个充满机遇与挑战的领域里，胡舒乔以其卓越的才能和前瞻性的思维，开辟了全新的商业营销道路，成为备受瞩目的游戏化营销专家。

胡舒乔的教育背景为她的职业生涯奠定了坚实的基础。2011年毕业于广东外语外贸大学法语专业的她，不仅拥有深厚的语言功底，还积极参加各种国际交流活动，不断拓宽自己的国际视野。她远赴法国巴黎工商会进行学习深造，锤炼自己的商业洞察力，培养了极为敏锐的商业嗅觉。这种独特的学习经历使得她在日后的工作中，能够更好地理解不同国家和地区的市场需求，为企业的国际化营销提供有力支持。

胡舒乔的教育背景为她的职业生涯奠定了坚实的基础。2011年毕业于广东外语外贸大学法语专业的她，更培养了开阔的国际视野和多元的文化思维。这种独特的背景使得她在日后的工作中，能够更好地理解不同国家和地区的市场需求，为企业的国际化

化营销提供有力支持。

毕业后，胡舒乔先后在华为技术有限公司、环球市场亚洲集团等企业担任重要职务。在华为技术有限公司担任国际客户公关经理期间，她积累了丰富的国际客户沟通和公关经验，学会了如何在全球范围内推广企业品牌和产品。在环球市场亚洲集团担任市场战略合作部经理时，她深入了解了市场战略规划和合作拓展的重要性，可为企业的长远发展制定了切实可行的战略方案。这些宝贵的工作经历，不仅让胡舒乔积累了丰富的市场经验和营销技巧，更让她对不同行业的营销需求有了深刻的认识。

然而，胡舒乔并没有满足于现状，她敏锐地捕捉到了游戏化营销的新趋势，在2018年毅然选择创业，成立了广州闪域科技有限公司。作为公司的总经理，她带领团队专注于游戏化营销服务，为客户提供创新、有趣、高效的营销方案。在她的带领下，广州闪域科技有限公司迅速发展壮大，与多家企业成为长期战略合作伙伴。胡舒乔深知，游戏化营销不仅仅是将游戏元素简单地融入营销活动中，更是一种以用户为中心，通过游戏的方式激发用户的参与度和忠诚度，从而实现品牌传播和销售转化的营销模式。

为了实现这一目标，胡舒乔深入研究用户心理和行为习惯，结合客户的品牌特点和需求，设计出了一系列具有创意和趣味性的游戏化营销方案。她为星巴克集团制定的一款小游戏，堪称游戏化营销的经典案例。这款游戏采用了独特的玩法，让玩家自由拼出当下流行的各种祝福元素送给亲朋好友。游戏既充满了趣味性和挑战性，又能让玩家深切感受到浓厚的情感氛围。玩家在完成游戏任务后，可获得相关奖励，这种机制极大地激发了玩家的参与热情。小游戏上线首日便新增大量用户，分享率有显著提高。对于星巴克而言，此次成功的游戏营销带来了巨大的商业价值，它不仅吸引了大量新用户，提高了品牌知名度，还增强了用户与品牌之间的互动与黏性。而对于游戏化营销行业来说，它充分展示了游戏化营销的强大潜力，为行业树立了一个崭新的标杆。

作为一名游戏化营销专家，胡舒乔用创新的思维和实践，为品牌带来了全新的营销体验，为商业世界注入了新的活力。她的成就不仅在于为企业创造了价值，更在于为游戏化营销领域树立了标杆，推动了整个行业的发展。展望未来，胡舒乔将继续在游戏化营销的道路上砥砺前行，为更多企业带来成功的营销案例，促进游戏化营销行业的革新。

(许思颖)

山东肥城：严打假劣肉制品 维护群众舌尖上的安全

为切实保障人民群众食品安全，近日，山东省肥城市市场监管局联合市农业农村局、公安局开展“严打假劣肉制品，维护群众舌尖上的安全”专项整治行动。

据悉，整治行动针对夜市、烧烤店、大排档等经营场所随机进行，重点检查经营者是否查验国产畜禽产品的《动物产品检疫合格证明》《肉品品质检验合格证明》，是否采购、使用或者销售来源不明、缺少检验检疫合格证明文件、未经检验检疫或者检验检疫不合格的畜禽产品，是否以其他畜禽产品生产加工制作假冒牛（羊、驴）肉类制品等行为。截至目前，共检查相关经营单位73家次，发现问题7项，均已整改完毕。

检查过程中，执法人员通过采取现场讲解、发放宣传资料等方式，宣讲了相关法律法规，提高群众的法律意识，督促肉制品经营使用单位全面落实食品安全主体责任。同时，通过设立热线电话、网络平台等多种方式，畅通投诉举报渠道，鼓励群众对发现的违法线索进行举报，对投诉举报线索迅速核查处理，及时反馈结果，形成“人人关心食品安全、人人参与食品安全监督”的良好社会氛围。

(尹训银)

吉林镇赉：检查+培训 保障食品安全

为消除食品安全隐患，保障人民群众饮食安全，近日，吉林省镇赉县市场监管局对辖区餐饮单位和企业食堂进行食品安全专项检查，并对食堂员工进行专门培训，从严从实从细抓好食品安全监管工作，确保不留空白、不留隐患。

执法人员着重检查了经营主体资质的有效性及信息公示情况、原料控制情况、物品采购索证索票情况、加工制作过程等，同时提出仓库物品的具体存放要求，督促经营主体全过程落实从严从细原则，确保食堂就餐安全。

在培训过程中，执法人员依据《餐饮服务食品安全操作规范》等相关要求，从监管制度、个人卫生、操作流程、主体责任等多方面进行讲解宣贯，着重强调食品添加剂规范使用等问题。培训结束后，执法人员还以“一对一”的形式向食堂入库人员、清消员、厨师等进行进一步的内容讲解，督促有关责任人强化自律意识和安全意识。

(李洪涛)

广西龙胜：严把加油站计量关

“强检标签是加油机计量准确的重要标识，一定要确保在有效期内，容不得半点马虎。”近日，广西壮族自治区龙胜县市场监管局执法人员深入辖区加油站展开了一场细致入微的计量检查。

在龙胜县三塘镇加油站，执法人员仔细查看加油机上的强检标签，同时对加油站负责人开展合规经营教育。加油站负责人表示将积极配合市场监管部门的工作，定期开展内部检查，做到计量合格、精准。

执法人员随后要求打开加油机检查加油机主板、流量计等计量设备铅封是否完好。“铅封就像是加油机的‘安全锁’，如果铅封有破损或者被私自改动的迹象，可能存在计量作弊的嫌疑。”龙胜县市场监管局标准计量股负责人向加油站工作人员解释道。

据了解，在开展执法检查期间，执法人员还现场调解了3起加油计量咨询投诉，现场为消费者答疑解惑，及时化解了消费者的疑问。龙胜县市场监管局相关负责人表示，该局将通过构建“市场监管+社会监督+消费者教育多元化”的加油站监管体系，着力推进加油站计量管理规范、高效，严厉打击加油机作弊行为，为消费者营造公平公正的加油环境。

(顾艳伟)