

强冷空气来袭

新华社北京10月16日电(记者高敬、黄焱)一场秋雨一场寒。记者16日从中央气象台获悉,我国中东部将有大范围降水,随后新一股强冷空气将来袭,北方多地需要关注18日开始的大风降温天气对交通、农业生产及人体健康的影响。

16日白天,云南、江西、浙江等地部分地区出现中雨或大雨。预报显示,16日夜间至18日,华北中南部、黄淮、江淮北部、江汉、江南西部、华南西

部和北部、西南地区东部等地部分地区有中到大雨,其中,山东中南部、河南东部、湖北东部、湖南西部、贵州、广西北部等局地有暴雨或大暴雨。新疆西北部、西藏东南部等地部分地区有中到大雪或雨夹雪,新疆西北部局地暴雪或大暴雪。

气象专家提醒,17日雨雪进入最强时段,公众需关注雨雪天气可能导致的能见度较差、路面湿滑等对交通出行的不利影响,合理安排出行时间

及路线。

这一轮降水过后,预计18日至19日,长江以北大部地区大风降温天气将至,西北地区东部、东北地区、华北中东部、黄淮东部、江淮、江汉东部、江南东北部等地气温将下降8至10℃,华北北部、东北地区中南部下降10至12℃,局地降温超过14℃。降温过后最低气温0℃线将抵达华北北部一带。公众需及时关注气温变化,做好保暖措施,注意身体健康。

当前,多地秋收、秋种正在推进中。专家提醒,秋收区应抓住晴好天气加快秋收进度,晾晒已收获作物,确保颗粒归仓。北方冬麦区要及时腾茬整地,适时趁墒播种冬小麦。南方油菜产区避开降雨时段及时播栽油菜,已播地区加强苗期管理,促进油菜幼苗健壮生长。晚稻产区做好稻田后期水肥管理,促进晚稻产量形成,适时收割已成熟晚稻。

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,应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,其实套路深沉,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”

网购前货比三家 理性辨识“第三方测评”信息

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。

新华社北京10月16日电



我国成功发射 高分十二号 05 星

新华社酒泉10月16日电(李国利、李欣媛)10月16日7时45分,我国在酒泉卫星发射中心使用长征四号丙运载火箭,成功将高分十二号05星发射升空,卫星顺利进入预定轨道,发射任务获得圆满成功。

高分十二号05星主要用于国土普查、城市规划、土地确权、路网设计、农作物估产和防灾减灾等领域。

这次任务是长征系列运载火箭的第540次飞行。