

当下,越来越多的消费者在购物时受到“笔记”“测评”的影响——

“种草消费”需警惕“杂草” 虚假种草涉嫌虚假宣传

□仁箫琳 本报记者 赵蝶 文/图



随着黑水县公安局常态化推进扫黑除恶专项斗争工作会议的召开,四川阿坝州黑水县扫黑除恶工作拉开了常态化斗争新阶段序幕。近日,黑水县公安局芦花派出所开展集中销毁赌博违法工具活动,打响了常态化推进扫黑除恶专项斗争工作的“第一枪”。

上午 11 点,在芦花派出所院坝内,民警手拿铁锤,在一阵“噼里啪啦”的敲砸声中,将涉案赌博工具砸得粉碎。销毁期间,民警对涉案财物的型号和数量进行认真清点核对,同时登记造册,并在销毁过程中邀请督察大队进行全程监督,确保涉案财物销毁过程中安全、销毁结果彻底。

活动中,现场民警还通过以案说法,向围观群众讲解了赌博对家庭、社会的危害及相关法律法规,倡导群众远离赌博,同时也向社会各界表明了公安机关打击赌博违法犯罪的信心和决心。

芦花派出所所长龙志宏表示,将秉持“有黑扫黑,无黑除恶,无恶治乱”的理念,持续高压态势、重拳出击,打击一切违法犯罪活动,常态化推进扫黑除恶专项斗争工作。

据了解,此次集中销毁赌博工具活动,共销毁赌博机 6 台、麻将机 1 台,不仅起到了积极的宣传作用,更有效地震慑了以各种手段、各种目的进行赌博的违法行为,有效地净化了社会风气,为维护辖区社会治安大局持续稳定起到了积极作用。

成都高新区推出多项公共法律服务 助力企业解难题防风险

本报讯 (记者 王舒琴)“因居家隔离无法到岗,能不能正常领到工资?”“因疫情无法履行合同怎么办?”2 月 27 日,记者从成都高新区获悉,继出台七条惠企政策后,成都高新区又推出高新党员律师先锋队、“法律援助空缺代办”以及“小微企业法律服务包”等多项公共法律服务,为疫情防控工作提供坚实的法律支撑和有力的法治保障。

据悉,为满足企业和个人的法律咨询和维权需要,支持企业统筹做好生产经营和疫情防控,加大对企业员工的关爱保护,成都高新区专门成立“高新党员律师先锋队”,充分发挥辖区内律师资源丰富的优势,支持“高新党员律师先锋队”主动对接产业园区、辖区企业等,在法律政策宣讲、法律风险防范、矛盾纠纷化解等方面,提供多样化、精准化服务,助力企业解难题、防风险。

此外,针对辖区各类小微企业在疫情中面临的法律事务问题,成都高新区还将协调专业律师提供“小微企业法律服务包”服务,根据企业需求开展事前法务辅导、事中法务分析、事后法务代理等服务。

疫情期间,针对符合条件的当事人申请法律援助的需求,成都高新区

公告

减资公告

本公司股东决定,本公司注册资本由原 510 万元减少到 5 万元。请相关债权债务人于本公告见报之日起 45 日内,前来公司办理有关手续,过期责任自负。特此公告。

南昌县先科实业开发有限公司
2022 年 2 月 25 日

遗失公告

南昌县正直镇泉水豆花鱼庄《食品经营许可证》(证号:JY25119220062863)正、副本遗失,特公告声明作废。

南昌县正直镇泉水豆花鱼庄
2022 年 2 月 28 日

遗失公告

王奖将成都友星园林有限公司开具的融悦蓉城大丰项目一期-B1-2206 室购房收据(收据号:CDYRC12002361,金额:20000 元;收据号:CDYRC12002171,金额:80000 元;收据号:CDYRC12002515,金额:22841 元;收据号:CDYRC12002773,金额:245681 元;收据号:CDYRC12003166,金额:368522 元;收据号:CDYRC12006235,金额:491362 元)丢失,声明作废。

遗失公告

四川圣飞房地产开发有限公司 2015 年 12 月 21 日开给蔡山虎的 0007262 号名豪国际 C 区 4-1-31-1 首付款收据(金额 110604 元,大写:壹拾壹万零陆佰零肆元整)及 2015 年 12 月 21 日开给蔡山虎的 0007262 号名豪国际 C 区 4-1-31-1 首付款收据(金额 110604 元,大写:壹拾壹万零陆佰零肆元整)遗失作废。

蔡山虎
2022 年 2 月 28 日

遗失公告

本公司不慎将石棉县铁甲工程机械租赁有限公司法定代表人印章一枚(编号:5118245025715)遗失,特公告声明作废。

石棉县铁甲工程机械租赁有限公司
2022 年 2 月 25 日

注销公告

成都德宇实业发展有限公司(注册号:5101072005939)经股东会决议,拟向公司登记机关申请注销登记,清算组由公司全体股东组成,请债权债务人自见报之日起 45 日内向本公司清算组申报债权债务。特此公告。

注销公告

今有南充市高坪区魔力教育培训学校,办学许可证号:151130370000151,经股东大会研究决定,拟向南充市高坪区教科体局申请注销登记。特此公告。

**个人独资企业转型
清算公告**

个人独资企业绵竹川金方五粮酿酒厂(统一社会信用代码:915106832052547681)拟转型为有限责任公司,原个人独资企业将清算注销。原个人独资企业债权债务由原投资人承担无限责任,升级后的公司对原个人独资企业债权债务承担连带责任。特此公告。

绵竹川金方五粮酿酒厂
2022 年 2 月 28 日

朋友聚餐,上大众点评搜索附近推荐;买化妆品,翻翻小红书他人笔记;入手电子产品,打开知乎看看专业人士建议……如今,“种草”正在影响越来越多人的消费习惯,各大电商平台也纷纷加入,“种草消费”蔚然成风。

然而,不知从何时起,一些代写代发、虚构消费经历的“笔记”“测评”悄然出现,诱导甚至误导人们的购物决策,损害消费者的合法权益,遭到了公众的质疑。受访专家表示,“虚假种草”以分享为名,实为变相营销,透支了“种草”的信任根基,破坏了网络生态和市场秩序,亟待规范整治。

“种草”成为一种社交方式

“每次看到博主推荐的一些实用产品,我都很开心,想买来试试!”在北京顺义工作的小王是“90 后”,下班后没事就掏出手机,“刷刷”小红书、抖音。

下单前,小王会专门浏览别人对产品的使用评价,“听听过来人的建议”在她看来很有必要,因为自己很难对所有同类商品有全面了解。“别人可以种草我,如果我的消费体验好,也能种草别人,这是一个相互的过程。”小王说。

小王所说的“种草”,是网络流行语,泛指把某种事物推荐给他人,让别人也喜欢该事物的行为。“种草”的说法最早来源于各大小美妆类论坛与社区,随着新媒体的广泛应用,“种草消费”有了更大、更广阔的平台。分享推荐的不仅是产品,网友们不时调侃:移动互联网时代,万物皆可“种草”。

作为一种新消费业态,“种草消费”的盛行有多方面原因。“对消费者而言,既希望买到最好的产品,又想在购买时省时省力。可在多数情况下,人们要买好东西就得‘货比三家’,纠结一番。”中国人民大学商学院副教授丁瑛指出,“种草”抓住了消费者心理,提高其决策效率和准确率上提供了便利。

“今天的消费者已从被动的接受者转为主动的参与者,希望参与甚至主导消费体验。这一点在年轻人群中表现最为明显。”丁瑛表示。去年 5 月,中信证券一份研究报告显示,有 64.3% 的 Z 世代(1995—2009 年间出生的一代人)在购物时受到“种草”推荐的影响。艾瑞咨询在之前发布的《种草一代·95 后时尚

消费报告》中,将“95 后”称为“种草一代”,称其拥有很强的品牌传播和“种草”能力。

伴随互联网成长起来的年轻一代,对网络社交有着天然的亲切感。小王告诉记者,相互“种草”是一种社交方式。即便互不相识,但通过分享“种草笔记”、了解产品口碑、探讨消费体验,大家就能找到与自己兴趣相投的群体,收获认同感与归属感。如果推荐的商品被人选购并认可,内心也会十分愉悦。

网红博主、达人等群体在“种草消费”中发挥了很大作用。“消费者在做决策时,很大程度会受参照群体的影响。”丁瑛说,不同于代言明星,网红等群体与大家的日常生活更贴近,像身边的朋友。如果对他们的人设产生了自我认同,消费者就可能成为其“粉丝”,之后即使没有特别需求,看到推荐后也会产生购买欲望。

“希望在新的一年里,自己变得更气质。”新年伊始,刚在上海参加工作的小陈立下目标。“为此,我关注了一些感兴趣的博主、达人,有的推荐一些书籍,有的教如何穿搭,我想像他们一样睿智,时尚!”小陈认为,“种草”的过程也是重塑自我的过程。

“虚假种草”涉嫌虚假宣传

正当大家享受“种草”带来的便利时,一些“杂草”也野蛮生长起来。

旅游爱好者刘女士每次旅行前,都会搜一下目的地好吃、好玩的地方,依据就是网上的“种草笔记”。“多数情况下推荐的内容不错,但有很多笔记‘水分很大’。”刘女士坦言,比如极力推荐的餐厅其实菜品一般、价格高、服务差,分享的“打卡胜地”使用滤镜过度美化,真实景观与图片严重不符。

不少网友都有类似刘女士的经历。去年国庆期间,一则“粉红沙滩”的笔记,吸引无数网友前去打卡,结果“浪漫美景”实为土褐色土地加上粗糙沙砾,让人大跌眼镜。有网友还晒出了自己的遭遇:被“种草”某款化妆品,用完后脸发痒,查询后得知是“三无产品”。中国青年报前不久一项调查显示,78.2% 的受访者有被网络“种草”坑过的经历,61.7% 的受访者认为护肤品、化妆品是网络“种草”容易踩雷的产品。

新事物在发展过程中,一旦有利可图且监管不到位时,往往就会背离初衷、乱象丛生。一位业内人士表示,一些“网红”不具备足够的产品鉴别能力,有的为了蝇头小利,没试用过产品就胡乱吹嘘。更有甚者,在形形色色的“种草笔记”背后,有大量代写代发团队,形成了一条灰色产业链;写手的任务是根据商家需求,编写细节丰富、煽动力较强的“文案”。随后,“文案”将转至提前选好的粉丝数多的博主、达人等手中,打着“亲测有效”的名号在各大平台投放、推广。有的商家还通过发私信的方式,邀请普通用户合作:用户无需使用体验产品,只要复制粘贴商家提供的图文素材,在自己账号下发布,就能获得几元到几十元不等的报酬。

“这不仅是对消费者的欺骗,更是对市场秩序的破坏。”丁瑛说,如果越来越多的商家只关注“文案”“聘请网红”,忽略产品质量和服务水平的提升,长此以往,不利于市场和行业的健康有序发展,并且随着消费者受骗次数的增多,也会导致社会整体信任水平的下降。

互联网不是法外之地。针对当前虚构“种草笔记”等情形,我国法律法规有明确规定。北京大学法学院副院长、电子商务法研究中心主任薛军表示,明知或应知内容不是发布者的真实经历,却以营利为目的虚构“种草笔记”的行为涉嫌虚假宣传。“根据广告法、反不正当竞争法、电子商务法等规定,利用虚假宣传欺骗、误导消费者的,相关人员将承担相应的法律责任。”

推进整体、全面、系统的治理

不久前,中央网信办在全国范围内部署开展“清朗·打击流量造假、黑公关、网络水军”专项行动,其中就有“重点整治雇佣专业写手和网络水军虚构‘种草笔记’、网红测评”。各大平台也积极配合,成效初显。以小红书为例,自 2021 年 12 月启动“虚假种草”专项治理以来,小红书共封禁 81 个品牌及线下商户,处理相关虚假“种草笔记”17.26 万篇,违规账号 5.36 万个。

为了应对“虚假种草”,网友们也绞尽脑汁,总结出若干“反种草”心得:打卡网红景点前先在社交平台上用“避坑”等关键词检索;多位博主短时间内推荐同



政策法规到门口 服务群众零距离

近日,四川省泸州市纳溪区永宁街道党员志愿者们正在给群众宣传食品卫生安全法规知识。

当天,永宁街道在现场设置惠民政策、法律法规、乡村振兴等宣传咨询台,积极向居民群众普及相关知识,主动为群众答疑解惑,真正贴心为群众服务,做到政策宣讲入脑入心、法律知识知晓掌握。

周超华 田燕 雷生 摄

整容遭遇欺诈 女子起诉美容医院要求三倍赔偿获支持

□本报记者 胡斌 嘉月

消费者在美容医院接受整形手术后,认为医院没有提供合同约定的服务,对自己构成了欺诈,故将美容医院诉至法院。近日,成都市武侯区人民法院审结这起医疗服务合同纠纷案件,撤销被告某美容医院与原告王某的医疗服务合同,并支付王某惩罚性赔偿金 36 万元。

2020 年 10 月,王某与某美容医院签订项目确认单,由该院向她提供胶原蛋白再生术、面部皮层光焊等在内的多个治疗项目,手术费 12 万元。手术后,王某出现面部浮肿、口唇闭合不严等症状,她认为,医院实施的手术是普通玻尿酸注射和抽取脂肪,并非约定的“胶原再生术、面部皮层光焊”。某美容医院以夸张的手术名称、疗效吸引自己,实施的却是普通美容项目,还收取高额的手术费,已经构成欺诈。于是,王某将某美容医院起诉至武侯法院,要求撤销医疗服务合同、退还医疗费用 12 万元,并支付惩罚性赔偿 36 万元。

武侯法院认为,医院曾向王某提

供玻尿酸下巴注射手术,使用产品为润百颜(一种填充剂)。在 2020 年 10 月的手术中,项目确认单名称为“胶原再生术”,手术记录记载产品仍然为润百颜,并未有记载任何促进胶原蛋白再生的产品。虽然王某签署了知情同意书,但签署这一行为系表示知晓和了解手术内容、手术风险并同意实施,案涉知情同意书中并未载明接受手术、使用的产品作用的机理或具体的功效,故不能达到签署知情同意书,就等于知晓手术内容和使用产品,与项目确认书胶原再生术通常理解的胶原蛋白再生之间,并不具有关联性的证明目的。

其次,某美容医院约定向王某提供皮层光焊服务,但手术记录仅有脂肪抽取记录,手术清点记录单中并未记录使用任何与皮层光焊有关的仪器设备。故法院对某美容医院抗辩其已为王某实施皮层光焊手术的意见不予采纳。

综上,法院认为,某美容医院作为医

疗美容专业机构,应当能够区分胶原蛋白再生材料与玻尿酸填充剂、高频电与强脉冲光之间的区别,营销以及预约时项目名称使用“胶原再生术”与“皮层光焊”,但提交手术记录记载手术名称和过程均反映其实施功效仿但实质不同的手术内容。某美容医院使用的项目名称足以使得王某发生实质内容上的误解。因此,法院认为,某美容医院明知其将提供美容服务的内容与项目确认单确认服务项目不符,而按照项目确认单确认项目与王某订立医疗服务合同行为已构成欺诈,双方订立的医疗服务合同应予撤销。

同时,法院认为,王某以美化面部容颜为目的与某美容医院订立医疗服务合同,明显区别于基于身体、心理机能存在需治愈的疾病或者修复的缺陷为目的订立医疗服务合同,女性对外观容貌美化的追求是一种精神生活上满足或享受,还可能间接影响其社会关系和生活环境,接受美容医疗服务应当属于生活消

费的范畴。某美容医院并非公益性医疗机构,其以营利为目的,自主进行产品定价、自主选择缔约相对方,在开放竞争市场通过提供美容医疗服务收取费用获得经营利润,符合消费者权益保护法中经营者的特征应当适用消费者权益保护法予以保护。

某美容医院虽在缔约时存在欺诈行为,但该美容医院系取得医疗机构执业许可证的医疗美容机构,为王某实施手术的主医和护士均具有相应的资质,手术前依法履行告知义务取得知情同意,手术中使用的产品符合安全质量标准,不具有返还的条件和折价的必要,故法院对王某主张退还已支付服务费的请求不予支持。某美容医院存在欺诈行为,系双方合同被撤销的原因,作为过错方某美容医院应当赔偿王某损失,依照《消费者权益保护法》第五十五条第一款之规定,应当赔偿三倍已支付服务费。

最终,法院做出上述判决。