



记者调查

朋友圈卖烟花？此举涉嫌违法！

本报讯(记者葛洋)春节前后,烟花爆竹销售进入旺季。近日,在网络、微信朋友圈里,一些人打着“送货上门”“低价团购”的旗号,开始抢先售卖“身份不明”的烟花爆竹产品。1月7日,三门峡市应急管理局相关负责人表示,在互联网和微信上销售烟花爆竹涉嫌违法,即便转发信息,也可能要承担责任。

近日,一些市民在微信朋友圈发现,不少售卖烟花爆竹的微商宣称自己销售的产品正规且价格实惠,并提供送货上门服务,销售信息下方还附有各类烟花爆竹的图片、价格表及联系电话。在一则售卖鞭炮的广告中,记者从商家提供的实物图上无法分辨出这些产品的产地及品牌。同时,一些商家为了扩大销量,留言请亲友帮忙转发销售信息。记者随机采访了多位市民,大部分人表示不知道在

网络、微信上发布烟花爆竹售卖信息涉嫌违法。

对此,市应急管理局相关负责人表示,烟花爆竹的销售是有资格限制的,如果没有经有关部门认可就可销售烟花爆竹,属违法行为。

根据《烟花爆竹安全管理条例》和《烟花爆竹经营许可实施办法》有关规定,所有烟花爆竹经营场所必须具有“烟花爆竹经营许可证”,进货渠道、零售的场所、经营面积等方面也都有规范和规定。我市所售烟花爆竹产品都是统一采购、配送。与此同时,从事烟花爆竹批发的企业和零售经营者的经营布点,还应当经安全生产监督管理部门审批。

河南峰山律师事务所律师张浩表示,市民在微信朋友圈违法贩卖烟花爆竹,根据情节严重程度,将受到《中华人民共和国刑法》《中华人民

共和国治安管理条例》相关规定的处罚。如果通过微信朋友圈贩卖烟花爆竹数量较大,将涉嫌非法经营罪,根据《中华人民共和国刑法》第二百二十五条规定,扰乱市场秩序,情节严重的,处五年以下有期徒刑或者拘役,并处或者单处违法所得一倍以上五倍以下罚金;情节特别严重的,处五年以上有期徒刑,并处违法所得一倍以上五倍以下罚金或者没收财产。

未获得正规销售许可证的市民通过微信朋友圈等网络形式销售来历不明或违禁的烟花爆竹属违规行为;帮助朋友在微信群、朋友圈转发宣传推销,一旦出现问题,依据《中华人民共和国治安管理条例》,售卖方、转发者均要承担5日拘留等行政处罚。

据悉,为加强2025年春节期间烟花爆竹管理工作,保障公共安全和居

热线 回复



热线电话:13939804222

这个公园建好了吗?

市民杨女士:我居住在三门峡现代服务业开发区,近期路过青龙谷公园时发现围挡已拆除,想了解公园是否已完成施工?能否进去游玩?

三门峡现代服务业开发区管委会:青龙谷公园主体施工目前已基本完成,绿化工作也已结束,正处于收尾阶段。因部分设施尚未彻底完善,建议市民暂勿急于进入公园游玩。目前,施工人员正加班加点,全力以赴推进各项收尾工作,争取近期实现公园正式开放。

领取失业保险金期间 是否能享受医保待遇?

网友刘先生:我是11月底离职的,当月医保是原公司给我缴纳的,12月我申请了失业保险金,目前钱已经到账。最近我发现我的医保参保状态是“参保中”,也就是我领着失业保险金也依旧享受医保待遇吗?

三门峡市人社局:失业人员在领取失业保险金期间,按规定参加职工基本医疗保险并享受基本医疗保险待遇,其应当缴纳的基本医疗保险费是从失业保险基金中支付的,所以失业人员也能享受到基本的医疗保障。

虢国博物馆还在招募志愿者吗?

网友“安宁”:我一直想做一些有意义的文化志愿服务,最近看到虢国博物馆志愿者招募公告,有加入该志愿团队的意向,想了解下志愿者招满了吗?

三门峡市虢国博物馆:我们正在招募志愿者,协助博物馆开展日常导览、咨询及志愿讲解等工作,协助策划和组织讲座、展览、社会教育活动等。此次预计招募20余名志愿者,目前还有名额,有意向者可携带个人简历、身份证复印件等相关材料前往虢国博物馆办公室报名,经面试合格即可录用。

(本期值班记者 吴若雨)

我市健身秧歌 喜获文艺大赛一等奖

本报讯(记者单义杰)日前,三门峡经济开发区老体协广场舞队参赛的健身秧歌《黄河岸边庆丰收》由市老体协选送,表现的是黄河儿女庆祝丰收、享受丰收的喜悦场面和欢乐景象,该节目用精彩的表演生动演绎了黄河生态文化,感染了来自各地的老年朋友。

据了解,去年11月,《黄河岸边庆丰收》曾在全省第十一届老年人文体优秀节目大赛中获得金奖。

和积极向上的生活态度。

据介绍,此次获奖的健身秧歌《黄河岸边庆丰收》由市老体协选送,表现的是黄河儿女庆祝丰收、享受丰收的喜悦场面和欢乐景象,该节目用精彩的表演生动演绎了黄河生态文化,感染了来自各地的老年朋友。

据了解,去年11月,《黄河岸边庆丰收》曾在全省第十一届老年人文体优秀节目大赛中获得金奖。



温馨提醒

商场逛街购物 留意电梯安全

本报讯(记者吴若雨 实习生白丙丁)年关将至,许多市民纷纷走进商场置办年货,在享受商超便利服务的同时,乘坐电梯时的安全问题也不容忽视。1月4日,记者走访我市多个商场,了解电梯安全情况。

记者走访中了解到,我市各大商场在电梯安全方面都采取了诸多积极举措,商场内的自动扶梯普遍加装有防护玻璃挡板,加装了安全坠网,同时,扶梯上的安全提示标识也十分醒目,急停按钮也做了醒目的标记,以便在紧急状况下能够让人迅速作出反应保障安全。

在丹尼斯超市、新世纪百货,商场自动扶梯口处摆放有绿植或小型展位,既美观又巧妙地扩大了顾客与围栏之间的距离,避免人员过于靠近围栏可能出现的风险;在梦之城购物中心、梦乐城购物广场,护栏还加装有高位玻璃挡板。

记者在位于黄河路的一家商场发现,这里的电梯虽然也安装了坠网,但护栏高度相对较低,有个别市民正倚靠在护栏上休息,看上去存在一定的安全隐患。

商场工作人员也提醒广大市民,在乘坐电梯时,要留意安全提示,遵守乘坐规则,共同维护好公共场所的安全环境,开心安全置办年货。



浓浓粥香暖人心

1月7日,卢氏县东明镇红石谷路社区联合碧桂园翡翠学府小区物业,在小区现场为居民熬了热气腾腾的腊八粥。居民们有序领取,一边喝粥,一边唠家常,现场粥香四溢,年味满满。

本报记者 吴若雨 摄

“网络测评”频频引发争议 “新流量”不应“走歪路”

紫光灯一照,众多大品牌洗发水纷纷陷入“致癌”风波;对比配料表,经过简单实验,就能够得出当红奶茶属于“科技乳”的结论……近期,多个由测评博主制作的“科普视频”深陷争议。据了解,一些网络测评的方式简单,结论往往耸人听闻,甚至为了获取流量,采取“拉踩”手段;有的网络测评与直播带货紧密结合,打击商业对手。网络评测如何才能经得起社会的测评?

网络测评频频引发争议

“消费者的天塌了,原来我们用的都是毒洗发水?”新年伊始,不少类似的视频出现在各大短视频平台上。视频中,测评博主将个别新兴品牌的洗发水和众多名牌洗发水作比较,用紫外线手电筒照射洗发水样本,检测后得出众多名牌洗发水含有荧光剂的结论。

评论区中,对于这样的检测结果,有的消费者信以为真,并直呼“找到了脱发原因”。

事实上,上述博主采取的检测方法和由此得出的结论并不准确。科普作者、从事皮肤学研究的同济大学医学博士冰寒(笔名)表示,日化用品中的许多成分均在紫外线的照射下呈现荧光反应。包括洗发水在内的清洁常用的磷酸盐类表面活性剂就可能在紫外线下发出荧光,并非这些博主声称的“荧光剂”。

无独有偶,近期另一位知名博主的测评视频,对某些奶茶是不是健康饮品提出质疑,该博主测评了12款当红奶茶,提出部分奶茶配料中含有的“冰勃朗”成分与植脂末存在相似之处,因此将“冰勃朗”称之为“科技乳”。

乳业专家宋亮表示,“冰勃朗”是一种调和乳制品,一般由牛奶、植物奶和脂肪成分混合而成,与植脂末并不相同。

江南大学食品学院教授王兴国表示,即便在植脂末中,不用部分氢化油脂,做到零反式脂肪酸已经是非常普遍的情况。“将植脂末与反式脂肪酸画等号不符合行业现状。”

同时,相关品牌也表示,“冰勃朗”并不是“液态植脂末”,不含反式脂肪酸。国内奶茶企业使用“冰勃朗”的目的在于调和口感,而非代替牛奶。涉事奶茶企业随后公开回应,称其一杯奶茶中的牛乳含量为19%,产品并非“科技与狠活”。而该名博主发布的测评视频此前已经被下架。

1月7日,上海市消保委微信公众号发布文章,从企业回应和专家解读两个方面对“冰勃朗”和“植脂末”两种配料进行了解读,并指出两种原料实际上已经都能做到不含有反式脂肪酸。

“新流量”不应“走歪路”

测评博主的流行,从很大程度上推动了消费市场的升级发展。一段时间以来,通过一些博主的视频,消费者了解到“脱氢乙酸钠被大范围禁用”“如何挑选仿瓷餐具”等知识。然而在受到网友关注的同时,能否持续做到客观公正,成了这些博主面临的新考验。

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后发现,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。

据了解,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,进而在视频中带货或是“恰饭”。

在数码、日化、美妆、食品快消领域,测评博主更是一跃成为带货“新流量”。多份MCN机构报价显示,根据博主粉丝数目和咖位不同,测评视频的报价在几千元至几十万元不等。

段和段律师事务所合伙人刘春泉律师表示,商业化之下,一些网络测评的路子“走歪了”。有的测评博主以检测为手段博取流量,最终的目标是将流量变现。在利益面前,测评博主很难做到全面、真实、客观、准确地去测评和对比商品。网民看到更多的,往往是有针对性的拉踩。“如果测评中故意捏造伪造不实信息、片面对比,误导公众,就触及了法律底线,轻则可能被企业起诉商业诋毁或其他不正当竞争索赔,重则可能构成损害商业信誉、商品声誉的犯罪风险。”他表示。

去年“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”。

让“第三方测评”经得起全社会“测评”

如今,消费者对食品、用品的要求已经逐渐从“安全”走向“健康”。如果一款商品不低于国家相关标准是“底线”的话,那对于商品是否健康的就好比是标准之上的“高线”,而“底线”和“高线”之间的这个区域,往往也成为开展网络测评的领域。

“因为有些测评的指标不涉及食品安全‘底线’,所以监管部门也无法直接介入,于是容易引发争论,甚至谁先拿起话筒谁有理。”刘春泉说。

检测领域从业人员表示,不少网络测评采取的方式方法并不专业,且得出“博眼球”的结论。

盘古智库高级研究员江瀚说,某些测评博主往往会在符合国标添加剂上做文章,从而判断产品是否健康,这样的测评方法和得出的结论不尽科学。比如,“冰勃朗”并不是“液态植脂末”,更何况采用新的工艺后,今天的“植脂末”产品做到零反式脂肪酸已经是行业普遍现象。

王兴国曾收集了市场上大量的植脂末产品,研究发现这些主流产品中,已经不再使用部分氢化油脂。即便是植脂末,也不能和反式脂肪酸画等号。

冰寒说,在日化品中,荧光成分不一定就是荧光剂,十几年来已经有很多科普了,但现在又被拿出来重新炒作。

业内呼吁,监管部门、网络平台、媒体、MCN机构应当共同发力,在热点问题上准确、及时发声,共同打造可信的“第三方测评”网络生态,保障消费者权益。

2024年12月,在国家市场监督管理总局执法稽查局和中国消费者协会倡议指导下,“第三方测评诚信自律同盟”正式成立。

中消协相关负责人表示,希望“第三方测评”各方主体严格遵守相关法律法规,持续加强自我管理与自我约束,不断提高测评质量和真实性,共同营造更加安全放心的消费环境和网络生态,让“第三方测评”真正经得起全社会的“测评”,成为消费者的“帮手”。

(王若宇)