



内蒙古自治区消费者权益保护服务中心指导

制造错觉误导消费者？ 部分消费品“套路化”营销引质疑

近日，一款年销售额过10亿元的网红饮料某柚复合果汁饮料，因柚汁含量仅为2.7%引发广泛关注。

柚汁含量这么低，却以“柚”为核心卖点，合不合理？包括一些食品饮料在内的部分消费品，是否存在“套路化”营销误导消费者？记者就此展开调查。

宣传与实际成分错位

近日，有消费者在短视频点评了上述某柚复合果汁饮料，称每瓶六七块钱，但没有喝出纯果汁的口感。一看配料表发现，一瓶300克的该款饮料，香柚和胡柚加起来仅8.1克，柚汁占比2.7%——剩下绝大部分是水、果葡糖浆、白砂糖、苹果浓缩汁等。

面对质疑，上述某柚复合果汁饮料生产企业负责人表示，这是一款复合果汁饮料，不是纯果汁饮料。根据《果蔬汁类及其饮料》国家标准（GB/T 31121-2014），果汁总含量≥10%即可，该产品果汁总含量实际上达到12.8%，其中柚汁占2.7%，苹果汁占10.1%，符合国标。

该负责人进一步解释，国标并未对某一特定水果成分设定最低占比要求。

此前他们也生产过柚汁含量超10%的产品，但口味偏苦，不好卖，经过市场反馈才形成目前的配料比。此外，配料表里的食用香精也是从香柚皮中提取出来的。

但一些消费者对这种解释并不认可，认为产品宣传与实际成分之间存在错位。

制造错觉误导消费者？

记者进一步梳理发现，不少产品存在类似问题，从广告宣传语到产品标识标签，商家确有通过制造视觉认知错觉误导消费者的嫌疑。

——视觉误导。在一款双柚汁饮料上，记者看到300克装的瓶身上，“双柚汁”字体标得醒目，而右边的“复合果汁饮料”字样却较小。

——成分与含量误导。在电商平台售卖的一款某品牌“添加特级初榨橄榄油”的产品上，记者看到，整个页面宣传全部突出“橄榄油”的内容。产品包装上，“添加特级初榨橄榄油”字样为深绿色，而“食用植物调和油”字样为浅绿色，形成鲜明视觉反差。其2.7升装产品的配料表显示，玉米油占52.9%、

大豆油占46.1%，橄榄油仅为1%。

此外，某饮料标注“无糖”，实际检测发现，糖含量2g/100mL（含葡萄糖），而“糖”指所有单糖和双糖（葡萄糖、果糖、蔗糖等）。

——商标文字误导。近日，有消费者购买某品牌“手打挂面”后，质疑其没有手工面口感。品牌方回应称，“手打”为注册商标，并不代表传统手工制作。该产品实为流水线生产，包装上却突出放大“手打挂面”四字。类似情况并不少见。广东壹号食品公司将“壹号土”注册为商标，与“猪”字连用后，整体呈现“壹号土猪”，易使消费者误认为产品为土猪肉。此外，潘婷“3分钟奇迹护发素”产品，“潘婷3分钟奇迹”为注册商标，该名称亦容易让消费者产生“使用3分钟即可见效”的误解。

用透明标注换长期复购

今年3月，市场监管总局办公厅印发《关于强化广告中提示性用语监管工作的通知》，部署对相关广告乱象开展为期半年的清理整治工作。

业内人士认为，面对市场上屡屡出现的商标误导现象，亟须政府、企业、

平台三方同时发力，形成治理闭环。

有关部门要强化“实质性误导”认定，让擦边球无处可打。中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江建议，监管部门的执法标准更应关注“是否对普通消费者造成实质性认知错觉”。同时，建立全国统一“消费误导黑榜”，每季度曝光典型案例，对屡犯企业联合惩戒；对易误导的商标开展专项清理，禁止将工艺、原料、功效等词汇注册为商标，已注册的须以同等字号标注真实属性。

浙江工商大学浙商研究院副院长章安邦建议，市场监管部门会同网信、平台方建立广告宣传用语动态监测机制，重点关注“零添加”“纯天然”“鲜榨”“现制风味”等易引发误判的模糊表述。对于直播间口播、短视频推广中的暗示性话术，也应纳入常态化巡检范围；平台对多次被投诉的营销内容，应进行限流或标注风险提示。相关企业要放弃“一次性流量”思维，用透明标注换取长期复购。

（据《经济参考报》记者/李平、张璇）

买高价套餐定制“综合素质”

——一些地区中学生综合素质评价沦为“走过场”

“一对一定制、全程保密”“绝不重复、支持加急”……花几百块钱就能拿到一份“包满意”的学生综合素质评价（以下简称“学生综评”）？学生综评是教育评价改革的一个重要方面，2014年教育部出台《关于加强和改进普通高中学生综合素质评价的意见》，旨在打破“唯分数论”、推动教育向“育人”转型。

记者近期调研发现，在一些地方的实践中，出现不少平台机构瞄准家长焦虑，上架“代填”学生综评服务，导致这项措施在落地过程中偏离初衷，更加剧了教育焦虑。

商业介入乱象凸显

“家有高中生，成绩一般，啥活动都没参加过，啥特长都没有，该怎么写？”在某平台关于学生综合素质评价手册如何填写的留言帖中，网友给家长“支招”——“交给专业人士，填得满满当当”“社会实践可以看看家长单位能不能提供机会”……

学生综评，涵盖思想品德、学业水平、身心健康、艺术素养、社会实践等5个方面，主要是对学生全面发展状况的观察、记录、

分析，是发现和培育学生良好个性的的重要手段，也是深入推进素质教育的一项重要制度。

随着一些地区明确学生综合素质评价与中高考录取挂钩，引发家长焦虑的同时，也让不少商家动起了歪心思，推出以“综评包装”为核心的商业服务。

“一对一定制全程保密售后无忧”“985、211专业团队了解各地区政策要求，包修改包满意”“绝不重复、全程保密、支持加急”……在一些互联网平台，商家公开提供综评代写、伪造证书、售卖志愿服务时长等服务，一些订单年销量上万份，一个学期的代写费用从几百元到上千元不等，没有实践照片也可高价“包装”。甚至有机构推出“专利申请”“竞赛规划”等高端套餐，声称“可助力升学加分”。此类商业介入让综评背离了政策初衷，影响了其实施的公平性与公信力。

一些受访教师表示，对于没有将综合素质评价结果作为加分项的地区，其作用主要体现在教育管理方面，但“重痕迹、轻实效”的现象，让综评的预期

效果打了折扣。

因此，为确保评价可追溯，一些学校只好设置一系列留痕流程。记者在一些学校采访发现，一个50多人的初中班级分为多个小组，由组长和班干部记录学生日常行为，如“练习册没交、背诵发呆、打扫卫生不干净”等均记录在册。班主任会向学生本人核对，并定期汇总，全校上千名学生的记录工作十分繁重。

受访教师说，要承担大量记录、汇总及回应家长异议的工作，因为“家长来问成绩，得有相应的证据”。

“成长记录”变“升学筹码”

原本作为“参考”的综合素质评价，在多地试点中成为升学的“硬门槛”。受访家长表示，这一设定让其从“成长记录”变成“升学筹码”，加剧了升学焦虑。

高中生综合素质评价对高考选拔的影响，主要体现在特殊类型招生等场景中，在这类场合，综合素质评价在面试时起到重要参考作用。记者了解到，大多使用线上“代填”等服务的家长，主要是为了“图省事”，尤其是涉及社会实践等，需要家长、孩

子投入大量精力，“填不全面又怕影响孩子升学”。

记者还了解到，部分试点城市探索综合素质评价与中考录取“硬挂钩”。一些地方将综合素质评价折算分数计入中考总分，有的则将其作为“名额分配”独立计分项，或将其作为“校额到校”的资格门槛……

“城市学生往往更容易获得研学、科技竞赛、公益活动等资源，而农村学生受限于师资和条件，在社会实践、艺术素养等维度处于劣势。”一些受访教师认为，评价易受主观判断影响，虽然设置自评、互评、师评等评价维度，但一些地区强制设定的综合素质评价等级比例，让优质高中“5A”的要求成为家长的“紧箍咒”。

促进综评回归育人本质

综合素质评价改革在一些地区实践过程中出现效果偏离，并非政策本身的偏差，而是执行中的定位错位——将本应服务于学生成长的“过程性评价”，异化为升学选拔的“硬性指标”。

一些受访专家认为，破解当前困局，核心在于完善配套机

制，遏制形式主义与商业异化，建议各地因地制宜调整综合素质评价使用方式，探索将综合素质评价从“录取关键指标”转变为“前置及格条件”。

一些地区受访教师建议，应优化评价体系，破解“标准模糊”难题，重点关注学生实践的真实过程与实际收获，可利用信息化手段，实现记录、审核、公示全流程可追溯。

受访专家认为，各地教育部门应结合本地学情，将学生综评的5大维度拆解为可观察、可记录、可衡量的“重要观测点”，明确评价标准和佐证要求，减少主观随意性。同时，推动学生综评从“期末突击补课”向“日常动态轻记录”转变。

相关部门应强化平台监管，遏制商业异化与造假行为。加大对伪造实践经历、购买服务、代写报告等行为的处罚力度，对弄虚作假行为严肃追责。同时，建议不设定综合素质评价等级分配比例，确保评价结果的真实性与严肃性。

（据《新华每日电讯》记者/张子琪、张龙）