

达人探店应标明“广告” 用过才能代言

泉州多地市场监管部门发出提示,规范探店类营销短视频发布

本报讯(融媒体记者林志安 通讯员洪依玲)“这家店推出了特价套餐,小伙伴们有时间一定要来试试!”“现在的价格超值!心动就快行动吧……”随着短视频平台的兴起,越来越多的商家选择在短视频平台上介绍自己的商品或者服务,各类探店视频风靡网络。不少网友在享受动动手指就能看遍各色网红店铺的同时,也寄希望于博主们能帮自己“避坑”。但现实情况是,不少所谓“探店博主”只关心自身利益,因收取商家费用,无视产品实际情况,配合“演出”进行夸大宣传,甚至虚假宣传。

“探店”这种新型的营销方式存在不少“注水”推荐、过度承诺、不具有可识别性等违法问题。为规范探店类广告行为,切实保护消费者和经营者的合法权益,我市泉港、石狮、惠安等地市场监管局近期先后发出提示:利用互联网媒介,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,属于广告活动,应当在明显位置标明“广告”,广告代言人不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明。

提示中指出,应坚持正确的政治方向、舆论导向和价值取向,不得

借党和国家重大活动、重要节庆等严肃政治主题作商业营销宣传;确保广告真实、合法,以健康的表现形式表达广告内容,符合社会主义核心价值观建设和弘扬中华优秀传统文化的要求,不得违背公序良俗,不得出现易造成不良饮食消费、食物浪费的内容;不得发布虚假的打折、降价等广告,商品描述要客观、准确,不得含有虚假或者引人误解的内容。

泉港、石狮两地的市场监管局还组织区域内粉丝量排名靠前的探店达人召开网络广告发布行为提醒、指导座谈会。会上提出,达人、

直播营销人员以自己的名义或者形象对商品、服务作推荐和证明,构成广告代言的,依法承担广告代言人的责任和义务;广告代言人在广告中对商品、服务作推荐和证明,应当依据事实,明确“谁在带货”“带谁的货”,并不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐。

市场监管部门提醒,各互联网平台及相关广告经营者应当依法依规发布互联网广告;广大消费者在消费时要冷静、理性、科学,对各网络平台中流行的“达人探店”等营销类短视频要仔细甄别,避免被营销广告所诱导。

泉州启动“泉安1号”消防夜查统一行动

本报讯(融媒体记者傅恒 通讯员邱虹敏 许振塔 文/图)为防范夏季高温火灾风险,7月15日至18日,泉州市消防救援支队开展“泉安1号”消防夜查集中统一行动。

7月15日晚,在“泉安1号”消防夜查集中统一行动启动仪式上,随着行动指令的下达,全市消防救援人员、消防车辆、微型车辆和宣传车辆全部出动,前往各个巡防区域开展夜查行动。此次行动主要针对人员密集的夜间生产经营场所、火灾高风险区域,通过巡查巡控、宣传劝导、查处违法三种形式,重点治理“生命通道”不畅通、电动自行车违停、违规用火用电、“三合一”四类突出问题。

行动期间,全市消防救援队伍结合夏季火灾防控特点,广泛发动行业主管部门、乡镇(街道)、消防工作站、公安派出所等群防群治力量,在旅游街区、景区等重点区域,在人员密集的夜市、商贸市场、城中村、群租房等复杂地区,在



检查组对夜间生产经营场所进行检查

娱乐场所、商场超市、宾馆饭店、餐饮场所等重点场所,以群众“看得见、容易懂、记得住”的方式开展集中立体巡防,对占用堵塞疏散通道、电动自行车违规

进楼入户、违规动火动焊作业、生产经营场所违规住人、消防设施配备不足等突出风险问题进行重点巡查,细心讲解、耐心劝导群众及时整改火灾隐患。对隐

患突出、劝阻无效的,及时将隐患线索移交大队或乡镇(街道)执法人员处理。

与此同时,检查组还联合网格等多方力量在宣传栏、疏散通道、安全出口等醒目位置广泛张贴燃气安全提醒、消防车通道安全知识等宣传海报,展示了各类场所火灾隐患预防、自救逃生等知识。

此次行动,全市共出动检查力量2970人,出动消防车、巡逻车、宣传车等266辆,前置巡防点77个;检查单位(场所)2356家,整改隐患2842处,其中劝阻、整改占用、堵塞消防“生命通道”问题1002处,清理违规停放电动自行车996辆次,搬离“三合一”违规住人17处,立案处罚38起;发放宣传图册1.6万余份,无人机巡防宣传124次。下一步,全市将持续结合“畅通生命通道”百日攻坚行动、电动自行车安全隐患全链条整治行动,全面提升街面“见消率”和“除患率”,引导全社会共同关注、共同参与夏季防火行动。

宗元中国·海丝泉州
QUANZHOU
CHINA

世遗之城

涨海声中万国商

泉州晚报社 宣

泉州晚报 / 东南早报 / 泉州晚报·海外版 / 泉州商报 / 泉州网 / 泉州通