

电视购物广告不遗余力地使用夸张的描述，过度消耗了用户对电视购物的信任。国家广电总局将对地方卫视的电视购物节目进行集中清理整顿，效果不好，更将考虑彻底“叫停”。毫无疑问，电视购物的“诚信危机”正在威胁着整个行业的发展前景……

电视购物：小心忽悠过头砸饭碗

特
别
报
道

■本报记者 郑莉

11月11日，从中国商业联合会媒体购物专业委员会传出消息，我国首个《电视购物行业标准》正在抓紧起草，最迟明年出台。有关内容包括长期呼吁的“7天之内无理由退换货”和“一旦出现问题将由企业先行赔付”条款。

此前4天，北京市消费者协会刚刚炮轰了电视购物节目，点名批评了长虹U钻、安必信魅眼水晶、金镇抗疲劳手链等15种电视购物广告，其涉及违反广告法规、炒作、虚假宣传等。北京市消协副秘书长屈建辉表示，将对这些存在问题的电视购物广告进行跟踪和统计，做进一步的发布，并将在近期向工商等广告监管部门发出监管建议。日前，长虹U形钻石手机电视购物广告已停播整改。

目前，我国电视购物市场进入蓬勃发展期，但由于行业标准的缺失，相关法律空白，使得这一朝阳产业鱼龙混杂，一些公司为了利益最大化，不惜牺牲消费者的事件频发。电视购物行业笼罩在“诚信危机”的阴影下。

电视购物成了“大忽悠”

“史上最卖目的真金真钻手机，奢华登陆，‘43天彻底掉换皮肤的黑外衣，蜕变青春美少女’，‘极限超值，终极全能’，‘才过了20分钟，就有如此神奇的效果’……这些极具煽动性的语言充斥着电视购物节目，忽悠得消费者频频‘中招’。”

“在我们那里，电视购物主持人跟卖大功率的没什么区别，钻石手机、纯金项链、神丹灵药，无不极尽夸大之能事，还请来一些所谓的明星、专家忽悠观众。”来自东北一个二级城市的王楠告诉记者，在他的家乡，电视购物节目的主要观众是家庭主妇和老年人，利用他们贪图便宜的消费心理，一些电视购物节目售卖“物美价廉”的“高档产品”。“花200多元买条纯金项链，多便宜呀。其实所谓金项链，就是在表面电镀一层铜，戴上一天就褪色。”王楠说。

据了解，全国有近700个二级城市2000余家电视台、近1万个县城及城镇有1万家有线电视台。小电视台的“垃圾时段”里，充斥着电视购物不实宣传的狂轰滥炸。

而如今，自我感觉良好的电视购物广告在消费者心目中的信任度已跌至“冰点”。北京市消费者协会日前公布的一项最新调查显示：80%的消费者认为目前电视购物广告存在虚假和不实之处；69%的消费者认为现阶段通过电视购物方式消费并不安全；99%的消费者没有在电视购物广告中看到完整的经营企业名称和地址。

2006年、2007年连续两年，电视购物一直都是国家工商行政管理总局接到的消费者投诉的“重灾区”，其存在的主要问题有：虚假夸张的广告误导消费者；商品质量问题多，某些本身就是“三无”产品，却冒充名牌产品，有些产品为了诱人耳目采用外文包装欺骗消费者；商品的售后服务难以保障，产品出现问题后，维修、保修不到位，无力承担消费者和经销商的退换。北京市消协投诉部今年接到150多件针对电视购物投诉中，绝大多数就因找不到厂家而无法维权。

电视购物频遭“诚信危机”

在北美、日本等国家和地区，电视购物是一种非常重要的销售方式，占到零售收入总额的8%~10%，而我国现在只有0.2%。

电视购物在我国的“水土不服”，源自行业内部的混乱和诚信危机。

1992年广东珠江电视台开办了我国首个电视购物节目——“美的精品TV特惠店”，随后，全国各电视台频频效仿。1995年北京、上海和深圳电视台也开设了购物节目及频道，到1995年底，全国31个省、自治区、直辖市电视台都开通了购物节目或频道。中国电视购物业超速发展。到1996年底，仅省一级电视台开设电视购物节目或频道的就多达60个，连中央电视台也在2套办起了购物节目。1999年初，电视购物行业发展到了最高点，营业收入近200亿元，相关企业增至1000多家。

“那时候的电视购物市场非常红火，打电话订购产品成为一种消费时尚。”回忆起上世纪90年代中国电视购物发展的“蜜月期”，北京一家广告公司的资深人士李先生颇为感慨。

此时，一场突如其来“诚信危机”使电视购物行业元气大伤。

1999年，一种名为“OK镜”的美国治疗近视产品在电视购物频道热播，掀起了一股所谓“科学安全”矫正近视的大潮。当时，每年数以万计的近视患者都戴上了OK镜，但很快，许多人出现了角膜感染损伤、上皮脱落等情况，严重的甚至造成了失明。

“OK镜”事件只不过是一根“压垮骆驼的稻草”。早在此前，虚假伪劣商品已经充斥市场。“电视直销一下子变成了‘骗子买卖’，受到来自各方压力，上千家电视购物公司，倒闭了三分之二。”李先生所在的广告公司也撤出了电视购物市场，而且从此不再染指任何相关业务。与此同时，相关统计显示，从业企业锐减到不足300家，行业收入缩水至不足40亿元。

2003年的非典之后，电视购物逐渐复苏。2006年，寄希望于将这一朝阳产业做大做强的橡果国际、七星国际购物等电视购

物企业纷纷上市，并在运营模式上借鉴国外良好经验，电视购物在观众中的形象有所好转。然而，2006年8月，又出现了药品、丰胸、减肥等五类虚假产品电视购物节目被停播事件，新一轮“整顿风暴”席卷电视购物行业。

电视购物广告不遗余力地使用夸张的描述，一而再、再而三地欺骗消费者，过度消耗了用户对电视购物的信任，严重制约了电视购物的良性发展。

诚信，行业存在的基石

作为新型消费方式和广电行业新的经济增长点，电视购物有其方便快捷等优势，同时在带动消费，推介中小企业，扩大社会就业等方面都具有现实意义。根据一项有关中国电视购物市场的专题报告数据显示，2007年中国电视购物市场规模已经达到70亿元，较2006年增长55.6%。

但电视购物业的诚信问题却不断“老调重弹”，使其无法健康发展。据《2008~2009中国电视购物行业发展报告》显示，2007年我国电视购物节目量增长到9.3万小时，较2006年增长82%。然而收视规模有限，在半年内看过电视购物节目的被访者中有近50%的人表示看一下就换台，仅有10.53%的人产生了购买行为。

“关键是电视购物让消费者心里没底。”看到国内电视购物的“大忽悠”型广告，陈静说，“这样的产品，我是不敢购买的。”与在国内的消费习惯不同，这位长期旅居法国、在一家巴黎时尚杂志工作的女孩子，她的日常生活用品都是通过法国电视台的直销节目购买，价格相对便宜，而且送货上门。

据陈静介绍，法国有相关法律规定，所有电视购物、邮购、网购等消费者无法直接见到的商品，都必须保证购买一周内可以无理由退换。而在英国、德国、美国、日本等

电视购物发达的国家，普遍制定了电视购物的严格行业法规。在电视购物火爆的韩国，法规甚至细致到对商品叫卖倒计时的音效都有严格限制，以避免诱导消费者冲动购买。

据中国企业联合会企业诚信建设专家介绍，我国电视购物行业陷入“无诚信”怪圈，同运营商的不自重有关。虚假宣传已经成为行业“潜规则”，电视购物行业销售假冒伪劣商品成风，使多数经营者乐于“同流合污”，以此获取高利润。同时，监管无力，“九龙治水”的状况也造成“都在管也就是没人管”的现象，消费者电视购物投诉难，维权困难。

中国消费者协会秘书长武高汉表示，将建议有关部门对电视购物设置一定的经营门槛，制定相关法规，加大规范力度，设置事先质量审查制度，同时对违法违规节目加强曝光，迫使电视购物行业遵循“自律守则”。

11月11日，橡果国际、劳斯丹顿、上海七星国际购物、中视电视购物等40多家媒体购物企业向社会做出承诺：商品宣传内容中不含有虚假的内容，不欺骗和误导消费者，对消费者实施无理由退换货、先行赔付的原则。

对此，不少消费者心存质疑：“现在大部分电视购物产品连‘有理由’都不好退货，更别说无理由了”。

有消息称，国家广电总局将对上星的各地方卫视的电视购物节目进行集中清理整顿，如果效果不好，将考虑彻底“叫停”电视购物节目。

如果真的被“叫停”，电视购物的“诚信危机”将威胁到行业的发展前景。“电视购物企业必须采取断然措施规范自身行为，避免新的、大规模的诚信危机再度出现，这才是明智的选择。”中国企业联合会企业诚信建设专家这样呼吁。

一周道德点击 李瑾

累人！限购感冒药

【新闻记录】

由于药品含有麻黄碱成分，可能被不法分子大量购买用于提炼制造毒品。即日起，北京各药店将对含麻黄碱成分的新康泰克、白加黑、日夜百服宁等数十种常用感冒、止咳平喘药限量销售，每人每次购买量不得超过5个最小零售包装。

【道德点击】

感冒药可能被不法分子大量购买用于提炼制造毒品，因此就限量购买，这种逻辑岂不是有点太搞笑了吗？社会上聚众斗殴的不法分子，都极有可能使用菜刀，是否销售菜刀以及各类刀具的商店都停止销售？管理，需要讲点技巧；管理，也需要多动脑子有点智慧，粗暴的一刀切，简单的限制政策，是情政思维的延续。

叫好！当代“包公”

【新闻记录】

四川乐山市峨边彝族自治县黑竹沟镇派出所所长老布拉罗，1998年11月参加公安工作，截至今年10月底，他已亲手抓获了48名违法犯罪的亲戚，其中有25人被判处刑罚或劳动教养。在他抓获的亲戚中，既有亲兄弟，也有堂兄弟，还有妻子一方的亲人。由于不徇私情，当地村民亲切地称拉罗为“黑脸包公”。他说：“我也珍爱亲情友情，但是当亲情和友情与法律相冲突时，我会选择维护法律的公正。”

【道德点击】

人们之所以叫老布拉罗为“黑脸包公”，是因为他视祖国和人民的利益高于一切。他无私无畏，他大义灭亲，他执法如山。“作为人民警察，如果连自己的亲属都管不好，还有什么资格去管别人？”这是拉罗对自己的警醒。警醒是靠人来执行的，制度是靠人来实施的。如果执法人员不能依法行政、依法办案，再好的法律、再好的制度都只能是一种摆设。

悲哀！如此终了

【新闻记录】

安徽涡阳县城西镇卫生院，一位老太太孤独地躺在病床上。傍晚时，没有人知道，她为什么走出卫生院，只是，老太太刚走上街头不久，就开始吐血，随后死在了街头。老太太死在了闹市，医护人员来了，看到她已经死了，就大摇大摆地走啦；警察来了，给死者盖上一个被单，找了个人看着，也溜之乎也；直到过了将近1个小时，死者的家属来了才把尸体抬走。有目击者说，老太太的情况，没人敢帮忙，怕事后说不清。

【道德点击】

这则新闻，看了令人胆寒。一位老太太，落得如此终了，除了悲哀，还是悲哀。社会的冷漠，有时令人齿冷。在老太太最后的时间里，儿女、医院、行人、警察，这一连串的冷漠，最终导致了这样的结局。为什么？是缺乏孝心？缺乏爱心？缺乏责任？缺乏做人起码的怜悯之心？或许都有吧，但如果考虑到制度缺陷对人们善良损伤的成分，是否，那种缺乏诚信、缺乏正义、缺乏友爱互助精神的麻木心态，还需要制度去修补。

感动！60载守护

【新闻记录】

湖北竹山县双台乡桃园村有两座建于唐朝、距今已有1300多年的密宗塔，石塔由青石雕造，高6米，比例适度，华丽雅致，金刚浮雕表情丰满，神态逼真，虽历经千年风霜雪雨，至今保存基本完好，千年古塔能够保存至今，桃园村8组80岁老人方礼新功不可没。方礼新老人的父母是密宗教信徒，他们在世时全家一直守护古塔，临终时，嘱咐方礼新一定要把塔守护好，他遵照父母遗愿，从十几岁开始，一守就是60多年。

【道德点击】

尽管不能为方礼新老人戴上保护历史文化遗产的高帽子，但就是遵从父母遗愿这样朴素的出发点，一守就守了60多年，这一点便令人感动。践诺，是现代社会中，在利益驱动之下最容易被忽视的道德底线。如果，企业能够践行对消费者的承诺；如果，个人能够一诺千金，那么，何来食品安全问题，何来信任危机。方礼新老人一辈子只为了一个诺言而活，这样的践诺精神，在大的社会背景下，尤为令人感动。



我是“文明小使者”

11月12日，兰州市张掖路小学的一名学生在展示她的“文明小使者”证件。

近日，甘肃省兰州市张掖路小学在学生中开展我是“文明小使者”活动。学生在下午放学后走上街头，利用半小时劝诫市民遵守城市文明，爱护环境。

新华社记者 聂建江摄

道德观察

“东莞封路”的实质是鄙视欺弱

■司马童

11月6日是东莞市第一个“新莞人服务日”，善待新莞人、服务新莞人、关爱新莞人，营造和谐东莞，建设共同的家园成为近期东莞一个重要的工作。然而，就在两天后的11月8日，长安镇上角社区却封闭了一条公共道路，并规定，本地人可以通过，新莞人禁行。(11月12日《广州日报》)

“新莞人”是对外地来东莞打工者的统称。记得去年为了筛选和确定这一称呼，当地政府曾大张旗鼓地进行了广泛宣传与发动，着实令“新莞人”和看到这一行动的外界人士纷纷叫好。想不到一年刚

过，“新莞人”在某些地方却成了有路难行的“专管”对象。如此前恭倨、心口不一，到底表明了当初送上一顶“新莞人”的高帽，纯粹就是一种虚伪的哄骗，还是形势急转之下，“本地人”已经不再需要“新莞人”共同建设“第二故乡”了？

现实中从来不乏“欲行其事、何患无词”的能人高手。“东莞封路”的践行者——上角社区居委会负责人早就为“解决释疑”做好了准备：“封闭路段是为治安考虑”、“封闭道路会不便，但这个世界没有绝对的公平”、“这个规定是向镇政府上报了的，不单单是我们这样搞”。正所谓“歪理十七八，正理只一条”，我却以为，无论封路者如何巧舌如簧，隐身于“新东莞人不得入内”背后的，只是鄙视欺弱的狂妄心态。

“封闭道路会不便，但这个世界没有绝对的公平”。是啊，公平从来就是相对的，不要以为给了一个“新莞人”的美称，就真的不懂先来后到、不知内外有别了。我想，“新莞人”也未必都是“灌了三两黄汤，尾巴就翘天上”。但是，既然说了“此路只许本地人走”，很多人倒想再问一句：要

是东莞之外的上级领导前来视察，或是参观取经的外地干部要经此路，你这个“仅供本地人通行”的规定，是会坚决执行呢，还是悄然变通呢？倘若有关负责人变通之余，仍然搬出“没有绝对的公平”来搪塞质问，那就更加证明了封路保安就是一种鄙视欺弱。

走笔至此，十分在意起那句语焉不详的“这个规定是向镇政府上报了的”之说法。且不说对上报内容很有一睹为快的期待，我更疑惑起了“上报”是不是可以和“批准”划上等号？不会等到媒体一曝光，网上一炒作，形成焦点后，有关部门便又冒出一句“此事根本未经许可”，再拿几个“临时工”之类的人物出来“顶罪”吧。



近日，由中铁四局市政分公司施工的湖北十堰市神定河污水处理厂工程荣获“全国用户满意建筑工程”称号。

神定河污水处理厂是国家南水北调中线一期工程的主要工程之一。工程设计规模为日处理污水16.5万立方米，将使十堰市95%以上的污水得到净化处理。

曹同欣 王荣武报