

# 拿不到钥匙心急 拿到了钥匙心烦

## 给了钥匙却没正式交付,烟台一小区业主房子装修好了不敢入住



记者 杜晓丹

### 业主反映—— 给了钥匙,房子却没通过验收

“我在第一国际新区三期买的房子,2017年买来打算当婚房的。直到2021年才交了钥匙,可以装修,可以住,但没有通过验收,没有正式交房子。”于先生无奈地说,当时购房合同里约定2020年10月交房,但三年过去了,却至今未交房。

据于先生介绍,因为很多业主着急装修入住,于是在2021年5月份,物业将钥匙先交给了业主。“我们家房子是2022年年底装好的,但也不敢住。因为基础设施不完善,而且没有通过验收。”

“前几天有个电梯直接从24楼掉到了19楼,还有人在电梯里。另外,电梯还漏水,有一次下大雨,负二楼电梯口出来很多水。”这些情况,都让于先生很担心。“其实,还有很多东西都没弄好。”

除了尽快完成验收正式交房,于先生的诉求还包括尽早办理房产证,以及延期交房的违约金赔偿等。

近日,烟台市民于先生反映,2017年,他在烟台市福山区永达街的第一国际新区买了期房,当时主合同上约定2020年交房,附加合同上约定2019年交钥匙。但是直到2021年5月他才拿到房子钥匙。更为尴尬的是,尽管拿到了钥匙,房子也装修了,他却不敢入住。因为至今没有办理正式交房手续,房产证也没法办理。



福山区第一国际新区曾因迟迟不能交房被电视问政栏目曝光。 视频截图

### 开发商—— 正在整改,验收之后即可办证

针对业主反映的问题,第一国际新区的相关负责人作出了回应。

该负责人表示,“前几年因为疫情,工程上部分项目延误了,目前,正在整改,工程没有停,验收完就可以办证了。”

“人防去年已经验了,出现了问题,目前正在整改。消防已完工,进入验收准备阶

段。小区内绿化也已经开始做了,”该负责人说,“材料已经准备好了,但要等所有项目验收合格后再递交。房屋验收和办房产证,今年都可以完成。”

关于电梯故障问题,该负责人表示:“之前自来水的阀门有漏水的情况,把电梯给泡了,电梯就得停。电梯有维保单位,出现问题他们会及时修理。”“目前水、电、暖和天然气都是正常的,三期的水、电及物业费,前期都是我们在承担。”该负责人说。

对于业主提出延期交房导致的违约赔

偿的问题,该负责人表示,“关于延期交房的违约金,到时候再说吧,会出个方案,现在还没法具体定。”

主管部门——

### 约谈开发商,8月底完成验收

第一国际新区三期何时能交房?记者从福山区住建局了解到,第一国际新区三期预计8月底竣工验收全部完成,竣工验收后可以交房以及办理房产证。

据福山区住建局工作人员介绍,第一国际新区一期已经完成交付,并开始办房产证。二期还未完成竣工验收备案。三期的房屋主体和配套设施已经完成,因业主着急装修,2021年给业主交了钥匙。

“购房合同上明确规定,交房的条件是规划验收、竣工验收备案完成,才属于正式交房,就目前来说,有些业主虽然已经装修了,但不属于正式交房。”该工作人员说。

“因为疫情原因,导致整改比较缓慢,验收也比较缓慢,我们已约谈开发商,制定了工作计划,预计8月底竣工验收全部完成,竣工验收后可以交房以及办理房产证。”该工作人员表示,开发商确实面临着困难,但他们也一直在督促开发商尽快完工。

“我们也留了业主的电话,业主有什么事可以和我们联系,有什么进展,我们也会及时告诉业主,”该工作人员说,“延期交房,按照合同约定,开发商应该承担违约责任,需要双方协商,协商不成可以走法律程序。”

# 刚开始都觉得“挺香” 到现在越来越“变味”

## 涉嫌虚假宣传,成为带货手段,“第三方测评”亟须规范发展

### 产品测评成部分商家“带货新招”

面对“过载”的网络电商信息,下单前翻翻产品测评已成为不少消费者的习惯。中消协数据显示,近八成消费者会在购物前观看“第三方测评”。

“有些用户希望通过测评视频了解行业情况,更多消费者希望借此辅助自己在短时间内作出购买决策。”厦门大学新闻传播学院助理教授李达军说。

近年来,“第三方测评”正是因内容浅显易懂、测评体验具有可参考性而“火速出圈”。然而记者了解到,目前有部分测评博主浑水摸鱼,让消费者难下决断,甚至“买后被骗”。

——虚假夸张宣传,实物差别明显。一位从美妆公司离职的员工介绍说,有的美妆博主在测评“褪红面膜”时,先拍摄揭下面膜的画面,再用热水敷脸使皮肤变红,剪辑视频时调整顺序,让消费者相信产品功效。北京某时尚博主透露,服装测评也有类似现象。“有的用夹子夹住衣服背面,廓形能变修身;有的样品和产品差别较大,消费者很难甄别。”

——评价截然相反,顾客左右为难。记者在某平台搜索同一款美瞳产品发现,有博主称“没有干涩感”,也有的称“戴上就流泪”,不少消费者直呼“不知该听谁的”。上海锦天城(天津)律师事务所律师尚丽娟表示,博主的主观性容易导致测评结果出现分歧,也有一些商家故意借博主之口诋毁竞品公司,构成不正当竞争行为。

——看似“中立客观”,实则“商测难辨”。中消协发布的报告显示,55.7%的“第三方测评”涉嫌存在商测一体、以商养测类的模式。“有的流行品牌出自网红经纪公司

翻看测评时心动“种草”,入手产品后却发觉“被坑”……近年来,一些“第三方测评”虚假宣传、商测一体,为吸引流量、快速“变现”而要起“花招”,不仅损害消费者权益,也扰乱了市场环境。业内人士认为,面对消费者的现实需求,“第三方测评”不应偏离公正真实的轨道,亟须规范发展,回归本源。

司,找代工厂生产产品,再让旗下网红猛推。”湖南护肤博主李先生称。不少消费者指出,一些商家“既当运动员又当裁判员”,对自家产品的优点大夸特夸、缺点绝口不提,难保测评公正性。

### 乱象背后仍存治理难点

多位专家指出,“第三方测评”鱼龙混杂,暴露出目前平台管理、准入及评价机制等方面存在的问题与治理难点。

——门槛较低,“外行”也可测评。天津财经大学商学院互联网信息与用户行为研究中心主任陈旭辉认为,目前网络测评准入机制尚未健全,测评主体不一定具备相应的专业技术或资质条件。中消协发布的报告也显示,目前“第三方测评”市场具备法人背景的账号仅占比23.4%。

记者在某网络平台看到,多位仅有千余名粉丝的普通博主晒出了商家的“测评邀请”。“互联网平台上人人都是推荐官,‘素人’更容易获取消费者的信任。”李达军介绍,一家网红经纪公司的“素人”从培训到上岗甚至只需28天,人行几乎是“零门槛”。

——主观臆断,测评标准不一。陈旭辉、尚丽娟等表示,一些博主的测评标准带有主观性、随意性,测评方法不专业,结果往往是“亲测有效”。“然而同一样本采用不同测评标准,得到的结论可能完全不同。”尚丽娟说。

“有的测评过程就像‘黑箱’,消费者无从知晓博主以何种方式开展检测、其科学性合理性如何,只能被动地接受最终数据与结果。”李达军说。

——“移花接木”,难以联动施策。记者发现,有的因内容违规被一家平台封禁的测评博主,在“沉寂”一段时间后仍能复出“转战”其他平台。多位专家表示,对于各大平台而言,测评内容是保有竞争力、活跃度的重要板块,如果平台追求流量至上,在内容生产、审核、传播等环节把关不严,也容易助长不正之风。

武汉大学网络治理研究院副院长袁康认为,即便是在规模较小的平台上发布的不良内容信息也非常容易被转载到其他平台上。“网络是联动的,如果机械地把不同平台视为彼此割裂的个体,可能会造成监管困难。”

### 让“第三方测评”回归本源

“第三方测评”领域出现的乱象已引起相关部门的高度重视,不少部门出台有针对性的举措,持续加大监督整治力度。近日,中消协通过深入调查,发布《“第三方测评”对消费者权益影响调查报告》,表示将继续对“第三方测评”进行监督。市场监管总局也修订发布《互联网广告管理办法》,细化了“软文广告”、含有链接的互联网广告、利用互联网直播发布广告等重点领域的广告监管规则,明确行为规范。

对于不少消费者而言,背后无利益相关方、体验真实可靠是“第三方测评”受欢迎的重要原因。业内人士认为,面对部分“第三方测评”变味“跑偏”现象,在强化监管、完善法律的基础上,未来可从行业自律、社会监督等角度协同发力,引导其回归本源。

尚丽娟建议,加强对侵害消费者知情权、进行虚假宣传或商业诋毁的测评主体的监管与治理力度,加强行业自律,鼓励行业协会结合实际案例制定更加灵活适用的行业规程,引导市场良性竞争。

从平台治理的角度,天津市消费者协会投诉部主任陈云奎认为,平台方需加强账号身份认证,设置“第三方测评”标签,对测评账号建立作品审核、信用投诉、宣传带货管理及账号粉丝管理等多重监管机制。

“如果凭借流量采取非正当宣传手段‘割韭菜’,造成消费者的反感,会对平台长期良性发展和内容生态造成‘反噬’。”陈旭辉认为,平台应放远眼光,加强对虚假内容的整治力度。可在测评视频发布前要求博主勾选并承诺责任,保证视频内容的真实性,净化网络消费内容生态。

对测评主体建立准入机制也迫在眉睫。陈云奎等建议,提高博主准入门槛、制定合理的申请审批机制,针对从事商业行为的测评账号进行统一备案管理。李达军认为,相关部门可对网红经纪公司的网红培训机制予以规范,提升博主的法律法规素养与“第三方测评”的合规性。

此外,需进一步畅通消费者监督反馈渠道,保护消费者权益。陈旭辉、陈云奎等表示,有必要建立健全消费者对“第三方测评”的评分反馈机制,设立消费投诉的“绿色通道”,为测评账号管理提供科学有效的数据指标。

据新华社