

号称使用“生物质石墨烯多功能复合材料”、可以“有效促进体内远红外增益并减少妇科疾病”的内衣,可以“帮人暗中偷偷长头发”的暗物质洗发水,可以“永葆青春”“富含量子光波能量”的健康水杯,可以“利用量子技术防癌”的吊坠……

“伪科技”产品充斥微商行业,你中招了吗?

“通过生物能传导技术,结合传统中医人体经络医学原理,将量子生物能量波快速渗透至皮肤细胞下,为人体补充宇宙正能量……”一个月前,女孩小云的朋友圈里,出现了这样一则内裤广告,她心动了,花了两百块钱在微商那儿买了一条。

“穿了大概一个月吧,发现跟平时穿的没啥两样。”上周,小云找那名微商要一个解释。微商回复说,补充能量需要一个很长的过程,穿个几年才能看见效果,还向小云推荐了其他款式,小云终于感觉到不对劲了。

近日,一份“伪科技赠概念营销榜单”曝光,暗物质功能饮料、石墨烯内衣、量子内衣等“高科技”产品赫然在列。“为人体补充宇宙能量”“抗菌抗疲劳”“能解决各种老年病”……据称,这些“高科技”产品不仅具备各种基本使用功能,还能预防和解决各类疾病,堪称“神器”。

本报记者 孙佳丽

“量子”产品“攻陷”朋友圈 电商平台也未能幸免

日前,记者通过小云的微信朋友圈找到了这款“量子”内裤。产品的吊牌上标注着上述宣传语,但查看其面料成分的时候,却发现只有“纯棉”“涤纶”等,并没有发现“量子”二字。记者就该产品询问了微商金女士。

“‘量子’都是掺杂在面料当中的,因此没有标注出来,但正是因为掺杂了这些成分,才能帮助你激活人体七大腺,缓解疲劳,增强体力。”金女士解释。“那这些‘量子’可以被添加在面料里面吗?”记者追问。金女士回复得很快,“当然是可以的。”

这些“量子”究竟是什么成分?金女士表示,“量子”就是一种成分,买家只要知道这成分对人体有好处就行了。

记者又查询了该品牌的天猫旗舰店,并找到了该款产品,发现产品介绍中并未提及“量子”二字,而是强调了“能量裤”“能量石”这两个概念,并用小字标注着“产品内置能量石,能通过生物能传导技术,通过能量石的生物能量波,与人体细胞分子实现同频共振”。

除了量子内裤以外,还有号称

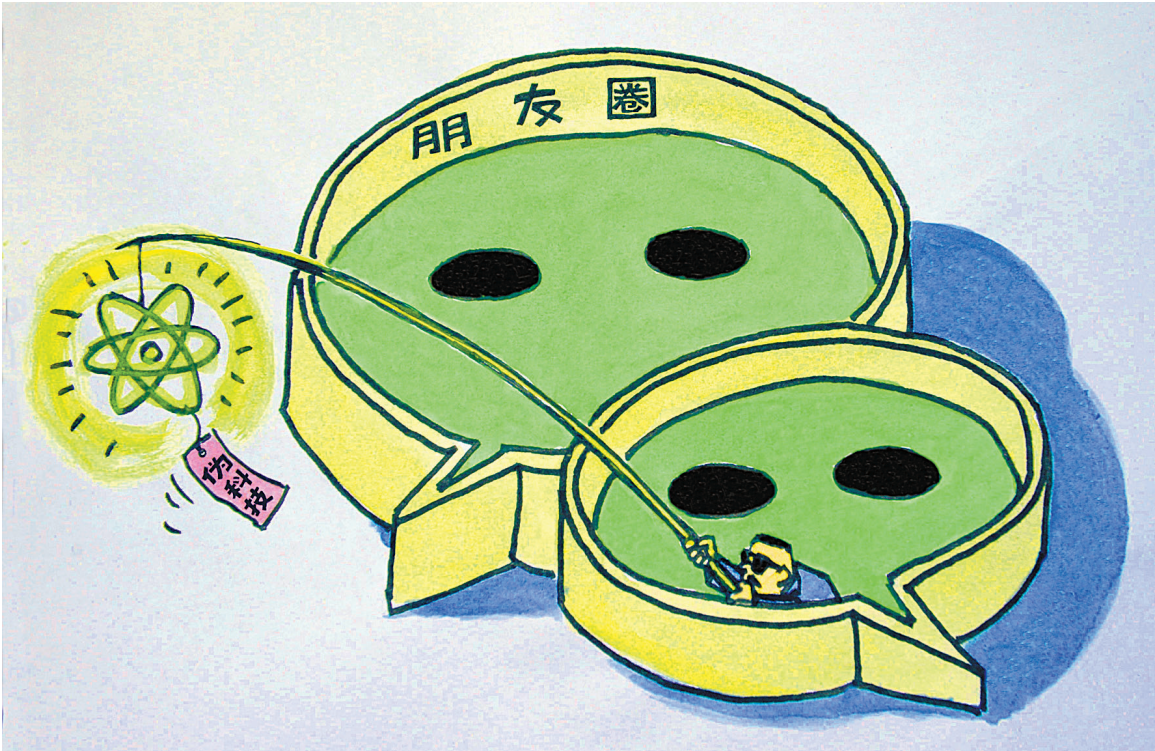
产品功效吹上天 “黑科技”实为“伪科技”

“量子”“量子光波”“量子载波植入技术”……究竟什么是量子?百度百科给出的解释是“能表现出某物质或物理量特性的最小单元。”可见,量子只是一个最小单位,而并非一种固定的物质,例如“光的量子”就是指一定频率的光的基本能量单位。

通俗地讲,世界上的很多物质,是由最小单元颗粒化组成的,比如说水分子构成了水,然后变成了一杯水、一盆水,又比如说氮原子、氧原子等组成了空气。这些都属于量子的范畴,量子就是颗粒化



近日,海曙区市场监管局查处了一个制假窝点,其中产品大多供微商销售。(夏静 孙佳丽 摄)



丁安 绘

除了被滥用的量子概念以外,石墨烯也是微商们宣传的好“武器”。但记者采访了石墨烯方面的专家,专家表示,石墨烯的导热性能确实好,但散热也快,因此所谓的“自发热”“保暖”等功能大多名不符实。

“石墨烯是单层碳原子组成的平面结构,1毫米的厚度大概就有300万层,而它的导电导热的特殊性质只有在单层的时候表现最好。这种材料目前想要大量获取很困难,还没运用到生活中。”这位专家说,以一条内裤为例,如果完全用单层的纯石墨烯来做,价格会卖到几亿美元。

而利用暗物质概念炒作产品的行为更是令人哭笑不得,因为

现代物理学还没有完全验证暗物质是否存在。一个科学上还未被明确的概念已被应用在民生领域?这显然是不可能的。

有人会问,如果有商家真的往产品里面加了某些“高科技”成分,这些成分有没有办法验证呢?答案是否定的。以纺织服装为例,现有的国家标准、检测要求没有对量子、石墨烯等“高科技”成分的检测进行规定。“目前,我们能检测的大多是负离子、远红外等成分,利用专业设备对添加这些成分的纺织服装进行检测。”宁波市纤维检验所副所长刘优娜表示,从现有的标准和检测水平来看,要检测量子、石墨烯等“高科技”成分是不可能的。

虚假宣传“蹭概念” 监管部门处理难

“这不是什么‘黑科技’,这就是‘伪科技’,商家利用量子、石墨烯、暗物质等进行产品宣传的行为就是属于‘蹭概念’的虚假宣传行为。”市市场监管局相关负责人表示。

然而,目前我国还缺少相应的制度和手段对这些行为进行有效监管。由于淘宝等电商平台上的商家多是跨区域经营,地方市场监管部门很难对散布在全国各地的“蹭概念”商家及时进行处理,目前,我市处理此类投诉多采取“投诉一起,调解一起;举报一起,处理一起”的模式。据统计,今年以来,我市接到的有关电商虚假广告的消费投诉共112起,其中就有对微商“伪科技”产品的举报。

“电商消费市场维权面临的

微商行业亟待整顿 消费者应提高防骗意识

“对于利用量子、石墨烯、暗物质等高科技概念进行炒作的产品,消费者只要仔细考虑一下,就会发现其中存在的问题。”市消保委相关负责人表示,面对此类虚假宣传行为,消费者首先要提高的是自身的防骗意识。

对于微商大肆宣传、推送刷屏的产品,消费者在购买前要学会辨别。可以通过网络,搜索并查看该产品有无正规官网、有无正规厂家、有无消费者对该产品的使用反馈等。

若买到了和广告不符的商品,微商却拿所谓的“交易规则”为由不肯退货,该怎么办?记者咨询了相关律师,律师认为,如果微商进行虚假描述,消费者可以退货。合同法规定,双方应当遵循诚实信用原则,还明确了货物不符合质量约定的责任。因此,消费者收到货物后,如发现不符合约定或者质量存在问题,完全可以要求微商退货并承担违约责任。

其次,微商要学会自律。在

大问题就是失信成本低,但维权成本高。”该负责人说,一方面,商家失信收益高、失信成本低,失信收益高于失信成本;另一方面,消费者维权成本高、维权收益低,维权成本高于维权收益。

而据某业内人士透露,相比于淘宝等有规则制约的电商平台,个人微商更显“自由”。“在淘宝开店,页面设置不规范、广告宣传不合理会被扣分或处罚,无论是贩卖还是售后,做微商比做淘宝上的生意要自由得多。”从淘宝“转战”微商的刘女士说。

不仅相关平台很难管束微商,就算出现了消费投诉,监管部门也很难通过微信,快速精确地认定侵权人及其侵权行为。失信成本低、维权成本高的问题在微商领域体现得更加明显。

决定销售某一产品时,应先弄清该产品的来源,辨别真伪,在深入了解之后,再进行销售。毕竟微商面对的首先是自己的熟人圈子,信用和口碑才是他们赖以生存的基础。

再次,要加强对准入平台的把关。比如,微信平台可以通过后台的信息抓取,对所有可能利用朋友圈进行交易活动的行为进行分析抓取,获取微商主体信息,及时对一些已被处理的主体给予公示;在消费者权益受到侵害时,积极给予主体查询及证据留存上的帮助,并及时将处理结果反馈给消费者。

最后,在监管方面,亟须尽快出台相应的法律法规,对微商及其交易行为予以规范。应从源头抓起,严格进行生产环节的质量把控。同时,进一步落实网络经营信用信息公示、经营异常名录、严重违法企业名单等公示制度,不断提高违法成本。还应加大对此类案例的宣传力度,做到及时辟谣、及时止损。

新闻 1+1

北京消协发布微商行业调查 产品质量成最突出问题

今年3月,北京市消费者协会发布的《微商行业发展状况调查报告》显示,产品质量是微商经营中最突出的问题,尤其是“三无”现象比较严重;其次是暴力刷屏和退款困难。品质无保障、消费者维权缺失和监管困难成为目前微商行业的发展痛点。

这份《报告》反映出来的微商问题中,最突出的是“产品质量”。其中,产品“三无”现象比较严重,尤其是农特产品、日用服装以及化妆品。在本次农特产品体验式调查的6个样本中,无论是企业微商还是个人微商,产品“三

无”现象普遍存在,甚至连生产日期或过期日期都没有标示,给消费者食用带来安全隐患。

其次是微商宣传方面,“暴力刷屏”和“虚假宣传”是重点问题。其中,化妆品、日用服装“暴力刷屏”现象最为严重。

微商服务方面,主要问题表现在“售后退换货”的退款困难、微商可能拉黑消费者等,其中养生保健、化妆品、日用服装商品类不同意退换货的占比超过50%。个人微商的售前服务态度和售后服务态度落差较大。

(孙佳丽 整理)

评说

以“最严监管”来对付“伪科技”

石墨烯内衣、暗物质洗发水、量子水杯……这些听起来十分“高科技”的产品,实际上却是想象力丰富的商家自己玩的概念。这些年来,一些最新的前沿科技刚刚被媒体宣传报道,马上就被某些商家利用来“蹭”概念,将普通的日用品包装成无所不能的“伪科技”产品,捏造各种神奇功效,兜售给不明真相的消费者,达到赚取高额利润的目的。

可以料想到的是,随着高新技术的发展,“伪科技”产品的名单也会不断更新。对付层出不穷的“伪科技”产品,需要采取综合对策。

首先,应做好科普工作。社会需要一批高新技术领域的专家为大众进行科学知识普及,及时揭开“伪科技”产品的面纱,增强消费

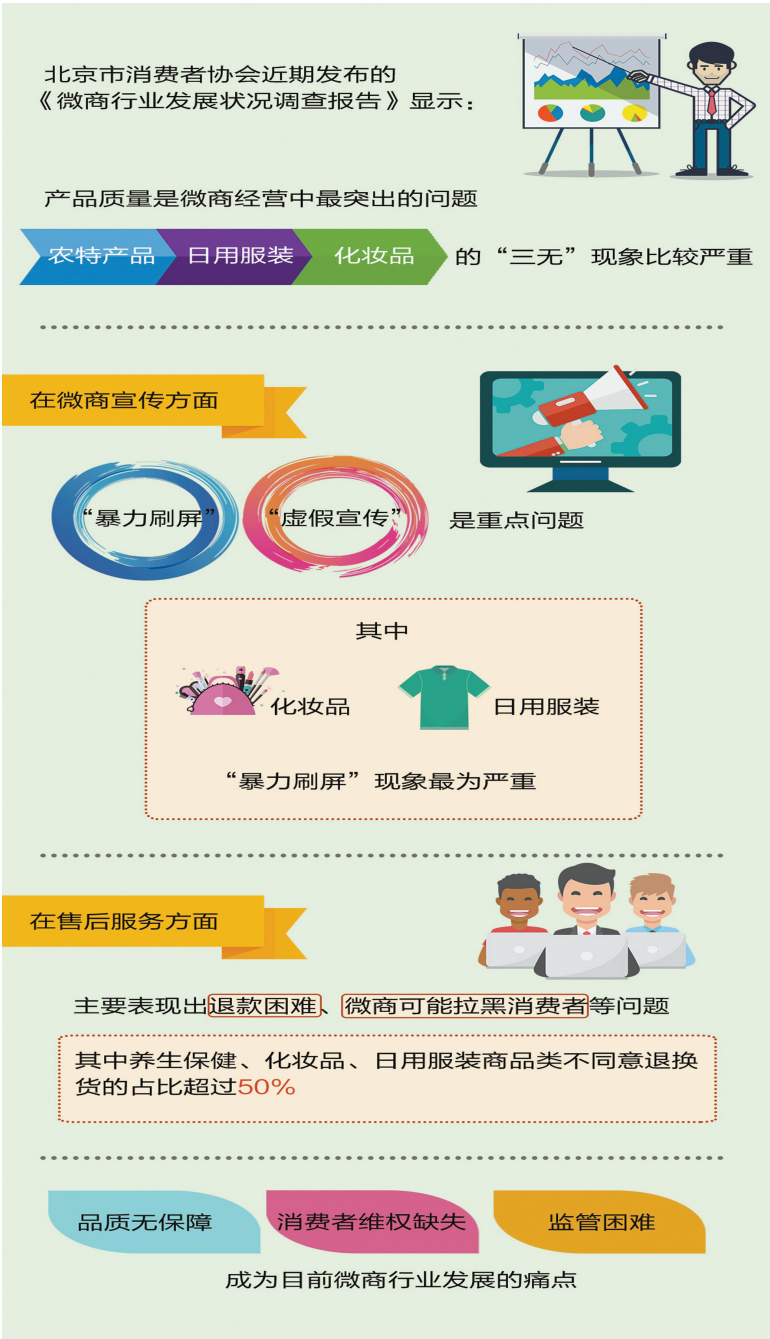
者辨别真伪的能力,保持应有的消费理性。

通过广告宣传等手段大肆炒作高新技术概念,给并不具备多少科技含量的产品披上科技的“外衣”,是一种商业欺诈行为。市场监管部门应积极介入,以“最严监管”来应对“伪科技”,严厉追究相关营销者“虚假宣传”或“生产销售伪劣商品”的法律责任,维护消费者权益,同时也保护了那些真正从事高新技术开发的企业的权益,不让“伪科技”砸了高科技的牌子。

从媒体的角度来说,更需要加强科普宣传,及时纠正网络上流传的一些谬误,帮助读者树立正确的科学观念,不被“伪科技”产品所迷惑。

(王 芳)

图示



徐胜男 制图