

真有那么“权威专家”在推荐商品?

今年全国两会期间,全国人大代表、中国工程院院长张伯礼公开打假:“经常有人找我,说花好几万元吃我推荐的药却没有作用。”刚开始,他还还有点摸不着头脑,自己什么时候推荐过药了呢?后来才知道,有人打着他的旗号卖治疗糖尿病的假药。

张伯礼建议,这些虚假养生科普亟须整顿,应该依法严惩。记者近日调查发现,在网络平台上,有大量商品打着“权威专家”“××医院医生”“××院士”推荐的旗号进行宣传,这些商品从普通消费品如牙膏、洗发水到号称治疗各种疾病的保健品、医疗器械等。

记者注意到,一些治疗皮肤病、口腔问题的产品,宣传图片上会标注“超过700位皮肤科专家推荐”“超过1000家医疗口腔诊所同售”等字样。

这些产品真得到这些医生和医院的推荐了吗?记者询问了此类十几款商品的电商客服,对方给出的回答五花八门,顾左右而言他。

某电商平台上“牙×医生旗舰店”的一款儿童牙膏正在热销。针对这款牙膏详情页图片中写的“国内院系诊所合作突破10000家”,客服解释了“10000+”这个数字是根据品牌线下数据累计的,但没有进一步介绍合作了哪些院系诊所。

还有多款护颈枕的商品名称前被商家标注了“骨科医生推荐”。记者向所属店铺的客服咨询,有没有和某位医生合作,有没有得到具体某位医生的推荐时,有的客服直接回答“否”,有的客服只简单回答了“是”后再没有后续回应。

还有部分客服会用功能介绍和效

果说明转移话题。比如某款洗发水和唇膏的封面都写了“皮肤科推荐”“皮肤科主任推荐”,待记者询问是否有具体的推荐意见或者“到底是哪家医院的皮肤科或医生推荐”时,客服则反复强调消费者反馈效果好,建议先买回家试试看,不满意包退换。

据公开报道,之前有消费者前在某电商平台为家人选购膏药时,发现一些店铺的相关产品宣传图片中有钟南山、李兰娟等院士的照片,产品宣称可以治疗关节炎、皮肤病和糖尿病等多种疾病。后经调查,这些药物并没有相关的名人代言。

记者看到,“××食品专营店”中正售卖的一款名为“农科院××墨红玫瑰大罐玫瑰”的商品,产品主图中写明了“××省农业科学院农产品加工研究所技术支持”。记者就此事咨询客服,对方却表示,这款产品所用的玫瑰不是使用了农科院研发的玫瑰品种,也不是在农科院的种植基地培育的,农科院提供的是生产过程中的技术,“因为涉及产品内部机密,无法告知更具体的信息”。

记者发现,除了图文标注,部分商家使用了另一种“专家推荐”的障眼法,如商家在商品展示页中播放某位医生的讲解视频来吸引消费者。但仔细观看视频,则发现内容是医生对于某种病症的陈述和科普,并不是在推荐具体的某款商品。

“千万不要再撕嘴皮了,否则嘴巴只会越来越干、越来越痒,唇炎也会加重,想要改善的话可以外涂三草油唇膏。”北京某医院皮肤科李医生在一条科普视频中推荐任何品牌,就被售卖“素×三草油唇膏”商品的某商家放

在了商品展示页中。

另一位女医生说:“鱼鳞病与家族的遗传、代谢有一定的关系,它的好发部位主要在躯干和四肢,特点是在皮肤表面出现像鱼鳞状的变化……出现鱼鳞病的时候可以外用一些保湿的软膏。”这条视频同样出现在某商品展示页。

售卖这款鱼鳞病专用软膏的店铺客服直言,视频中医生提到的软膏并不是该店铺的商品。当记者追问使用该视频的原因时,客服没有作回答。

记者在社交平台、短视频平台看到,还有商家利用育儿师、成分分析师、高级家庭教育指导师等职业作背书,为推荐商品加持。

比如,有许多母婴博主的名字中写了“营养师”,她们向网友科普健康饮食、孕幼营养、女性健康等知识,为各位妈妈推荐婴幼儿食品和用品。但这些博主并没有平台标记的营养师资质认证,也没有展示个人的相关证书,因此消费者难以核实这些博主的身份。

对外经济贸易大学法学院教授、消费者权益保护法研究中心主任苏号朋说,与经营者相比,消费者在交易中处于信息不对称的劣势地位。许多消费者缺乏相关的专业知识,难以辨别营销噱头的真伪。此外,部分消费者对名人推荐的产品抱有盲目的信任,认为名人或专业人士的背书等同于产品的质量,从而忽视了产品的实际效果。

“因此,有部分商家嗅到了其中商机,利用名人效应,去虚构相关事实,让没有推荐过相关商品的专业领域人士‘代言’其品牌,从而误导消费者进行购买,这涉嫌违反广告法的相关规定。”苏号朋说。

本报综合消息

一些“零添加”食品里有各种添加剂

网购商品明明写的是“无糖芒果干,原味零添加”。到手一看配料表,白砂糖、食用盐、食品添加剂一个不漏。

“这对消费者尤其是糖尿病患者来说很不负责任!”对于前阵子的这次购物经历,广东东莞的林慧慧非常生气。

记者调查发现,像这种产品包装上标明“零添加”但实际上添加了防腐剂、蔗糖、甜味剂等食品添加剂的“零添加”产品还有很多。

究竟什么才是“零添加”?

多位受访消费者表示,他们理解的“零添加”就是商品不添加除必要的原料以外的任何东西,如防腐剂、甜味剂等。“‘零添加’肯定要更健康,让人更愿意购买。”

但部分商家并不这样认为。有业内人士直言,由于目前我国对于“零添加”并没有统一的行业标准或国家标准来明确界定其内涵和外延,一些企业就借此漏洞,对“零添加”进行自主定义。这种情况下,消费者很容易对货架上令人眼花缭乱的“零添加”商品产生认知偏差,买到与自己期望不符的产品。

来自湖南长沙的徐斌就在这种认知差下踩了个大坑。今年过年期间,他为家中老人置办年货时,看到一款“零添加”牛奶上写着“0蔗糖,0乳糖”,就以为所有“零添加”的食品都不含糖,便没有再一一比对,购买了不少“零添加”食品。到家后,他闲来无事看产品的配料表,惊讶地发现其中一款饼干包含白砂糖,“零添加”的其实是甜味剂。

“还好及时发现,否则老人吃了血糖肯定会升高。”徐斌说,这着实让人后怕。

来自广西柳州的李晓青在一次家庭聚会上听到身患糖尿病的叔叔说:“我平时开车时饿了就会吃点无糖切糕小零食。”而当李晓青翻看叔叔常吃的这款“适合糖尿病患者吃的‘零添加’零食”时,竟在配料中看见了“麦芽糖”字样。她赶紧将这一情况告诉叔叔。

记者在一些电商平台搜索“糖尿病患者专用食品”时,发现不少商家在宣传页面上宣传的是“糖尿病人专用,0糖0添加剂”,但在详情页展示的配料表里,很多商品仍旧包含了食品添加剂,细问客服,很多人一问三不知。

而在线下超市,记者看到有许多品牌宣称“零添加”,但实际上只是有选择性地添加某种或某些食品添加剂。如酱油产品,有的品牌标注:0%添加防腐剂(苯甲酸钠、山梨酸钾)、甜味剂(三氯蔗糖、安赛蜜),有的则标注:0%添加味精,0添加蔗糖。酸奶产品中,有的品牌标注:零添加蔗糖,有的则标注:0蔗糖,0阿斯巴甜,0安赛蜜,0日落黄,0柠檬黄……

“货架上数不清的‘0’本就让人眼花缭乱,每个商家再用自己的方法来定义‘零添加’,消费者很难认清商品的真面目。”林慧慧说。

明明有添加,很多食品在包装上仍标注“零添加”,这种情况是否合法?

河北农业大学副教授孙娟娟认为,商品如果要宣称“零添加”,必须有技术的举证。如果商品确实是生产经营通过技术改良来达成的“无添加”效果,从而符合消费者对于自然食品的需求,则可以视为生产者在市场激励下做出的技术改进行为,只要不涉及欺诈就没有问题。如果商家涉及“零添加”的虚假宣传问题,就需要从消费者权益保护、市场的公平竞争方面加以监管。

中国农业大学食品科学与营养工程学院副教授朱毅直言,当前市场上“零添加”标签的乱象,本质是企业利用标准缺失和消费者信息不对称进行的“选择性标注”,让消费者误以为“零添加”等于“无添加”,如某商品宣称“零添加防腐剂”,其实包含了焦糖色、三氯蔗糖等添加剂。这种营销策略虽不违规,却有悖诚信,长期使用会透支消费者的信任。

“零添加”实际上“有添加”的食品,是否可以放心食用?

北京工商大学食品政策研究中心副主任周清杰认为,“零添加”可能更多的是厂家的营销概念,而非技术上的标准。实际上,食品添加剂对现代食品工业有很大贡献,如有助于食品防腐,延长储存时间。像色素、增稠剂等添加剂,只要符合国家关于食品添加剂的标准,都可以视作“食品的朋友”。

朱毅建议,参考国际经验,强制规定商品“零添加”须明示具体类别(如零防腐剂、零甜味剂),禁止笼统标注。将功能性配料纳入监管,防止“伪零添加”混淆视听。要求企业标注商品所有成分及功能,并强制对比“零添加”与普通产品的差异(如保质期、营养成分),减少消费者和商家之间的信息差。

“应通过科普向消费者传递‘添加剂≠有害’的科学认知,倡导消费者关注整体配方而非单一标签。同时鼓励企业以技术升级的方式来减少非必要的添加剂,让‘清洁标签’回归减配本质,而非营销工具。”朱毅说。

本报综合消息

最近不能吃草莓,因为有“草莓瘟”?



“有一种病叫‘草莓瘟’,就是孩子吃了草莓后发烧、咳嗽,出现类似感冒的症状。”最近,有读者向上海辟谣平台举报称,部分社交平台出现大量“善意提醒”,说有一种病叫“草莓瘟”,孩子吃了草莓就会发烧咳嗽、上吐下泻;还有的说“草莓上农药残留量大”“草莓带有诺如病毒”“大棚里种出来的草莓是反季水果”,建议大家近期不要吃草莓。

经核查,这些说法都违背了农业常识,严重误导他人。

一吃草莓就生病是因为病菌残留?

上海交通大学农业与生物学院植物科学系主任、草莓团队负责人连红莉研究员指出,在种植草莓过程中,只有在定植草莓苗时使用一点点农药,主要是为了将草莓苗可能携带的病菌等杀死,重在预防,而且相关农药不会对食用安全造成影响。而从草莓开花到果实成熟,不会使用农药,因为使用农药得不偿失。

具体来看,草莓从开花到果实成熟间隔30至45天,花期打药会对草莓果实品质造成较大影响;草莓开花后,果农通常使用蜜蜂授粉,如果打农药,会造成蜜蜂死亡,影响授粉和结果。所以,在草莓整个生长期,果农主要采用绿色防控,而不是打农药。

此外,上海农业农村部门对草莓绿色防控有严格的抽查抽检制度,能保证草莓安全。

那么,为什么有网友觉得“一吃草莓就生病”呢?主要因为草莓在采摘、包装、运输等过程中可能被污染。此外,一些非地产的草莓如果储存不当,也有微量细菌繁殖的风险。鉴于这些不可控因素,建议清洗草莓后再食用。

其实,包括草莓在内的大部分水果,都不适合不经清洗就直接吃。这不是说这些水果本身含有病毒或细菌,而是因为它们在到达消费者餐桌前,需经过多个环节,各个环节都可能遇到微生物污染。

其实,清洗草莓并不复杂:无须摘掉草莓蒂,用自来水冲洗后,再用清水、淡盐水或淘米水浸泡5分钟,再冲洗一下就能放心吃。

还有,食用者本身的卫生习惯也可能影响健康。以诺如病毒为例,虽然主要传播方式是粪口传播,但并非部分网民望文生义后猜测“草莓使用粪肥,所以有诺如病毒”——要知道,很多草莓种植基地压根不适用粪肥;而食用者感染诺如病毒,很可能是在吃草莓前就接触过污染物,没清洁双手就吃了草莓,导致“病从口入”。

此外,不宜过量食用草莓。草莓含有一定的膳食纤维,表面的细籽也不能被肠道消化吸收,会刺激肠道蠕动,所以草莓有一定的通便作用。但对幼儿、老人等肠胃功能较弱的人群来说,过量食用可能会引起腹泻。

大棚种草莓就是反季水果?

在社交平台的“善意提醒”帖子中,还频繁提到“冬天上市的草莓是大棚种植,属于反季水果”“大个头的草莓打了膨大剂,所以不能吃”等。这些也是危言耸听。

连红莉介绍,过去受农业生产设施、生产技术等制约,草莓多为露地栽培。草莓苗露地定植后,启动花芽分化,在冬季低温等条件下,草莓进入休眠并停止生长,直到春季气温升高后,花芽才会继续发育随后开花结果,直至五六月成熟上市。

但现在,随着温室技术发展以及栽培管理技术提升,解决了冬季温度和湿度不适宜草莓生长等问题,使得草莓在冬季就能自然开花结果。由于大棚温度适宜,草莓内的有机物和糖分得到充分积累,口感反而比露地栽培得更加浓郁香甜。

可见,大棚中的草莓不是反季水果,而是现代农业根据草莓生产特性,采用的恰当的种植方式。

至于有些草莓长得“畸形”甚至出现“空心”现象,也与激素或膨大剂无关,消费者可以放心食用。

可见,消费者如果发生“吃了草莓后生病”的结果,不能一味将问题归咎在草莓上。一方面,应当及时就医,对症下药;另一方面,可以回想一下自己的食用方式和习惯,注意个人卫生。

本报综合消息