



公诸于世

干细胞化妆品、负离子鞋大行其道 “抗衰老”产品全靠忽悠？

“干细胞化妆品”是个伪概念

在各种以“抗衰老”为卖点的产品广告中,“干细胞”作为一项听起来很高端的概念,被许多商家宣称添加在面膜、精华、乳液中,起到“唤醒细胞活力”,甚至“徒手整形”的效果。事实上,将“干细胞”涂在皮肤上并期待能够抗衰,是纯粹的“智商税”。2021 年,国家药品监督管理局发布科普文章,称“干细胞化妆品”是个伪概念。该文介绍,干细胞俗称“万用细胞”,是一类具有自我更新能力的多潜能细胞,在一定诱导条件下可以增殖并分化为其他类型的细胞。目前,干细胞技术在医学领域大多仍处于临床研究阶段。在卫生健康部门备案的干细胞临床研究中,尚无干细胞在美容、抗衰方面的研究。

“负离子鞋”对抗衰老没啥效果

“没有对比就没有伤害!普通的鞋,负离子含量三十多,××品牌的养生鞋,负离子含量达三千多,负离子就是抗衰老,抗菌,防臭,改善身体疾病,让你越穿越



从吃的、用的到穿的,为了抓住老年人想要延缓衰老的心理,各式产品都在围绕“抗衰老”概念大做文章。但记者调查发现,一些厂家并非把精力放在研发上,而是在宣传中套用概念、大搞噱头。辨别力不强的老年人,很容易落入陷阱。

健康……”一家售卖“养生鞋”的商家如此宣传自己的产品。

负离子到底是什么?国家城市环境污染控制技术研究中心研究员彭应登告诉记者,负离子指的是带负电荷的离子,广泛存在于我们身边。如果空气中的负离子浓度过低,人会感到疲乏,而如果达到一定浓度,人呼吸之后会感到相对神清气爽。“从这个角度评价,说负离子能在一定

程度上抗衰老,也不能说是错的。”但问题在于,空气中的负离子具有多高的浓度才算对人体健康有益?彭应登介绍,一般来说,浓度低于 100(每立方厘米小于 100 个)属于过低,100 到 500 是普通,500 到 1000 是良好,1000 以上就可以算优质。

从养生鞋的测试数据来看,560 的浓度看起来似乎还不错,但实际上,这是商家偷换概念的套路。经常说的负离子浓度,针对的是整个环境的空气。但厂家测试时,是将仪器放入鞋内进行测量,560 的浓度也仅限于鞋内的空气,散发到周围的环境中,就完全被稀释掉了。“鞋子根本不具备空气净化器那种持续送风的功能,即使它能产生一些负离子,这点数量也很难送到空气中被人体呼吸到,更不用提能对抗衰老起到什么效果了。”

专家建议不要轻信商家宣传

在抗衰老产品领域,普通人应该如何辨别真假?在北京中医药大学卫生健康法治研究与创新转化中心研究员安月山看来,

消费者了解并学会辨别产品的种类,是防骗的第一步。尤其是对于老年人来说,首先要保证这个产品是经过备案的,至少不会出现安全问题。

“每个产品,都会有一个独一无二‘身份证’。比如药品会标注‘药准字’,保健品则会标注‘食健字’等等。”如果商家在宣传时拿不出,或者产品的包装上找不到类似的标识,那就很可能是问题产品。

除此之外,老年人还应该学会分辨普通的食物和保健品。只有保健品才能宣传其具有一定的功效,而食品是不允许宣传其具有特定功能的。“如果在产品的包装上只能看到食品生产许可证编号,看不到带‘小蓝帽’的食健字编号,而商家又宣传该产品能抗衰老,那么基本可以定性为虚假宣传。”

在面对商家天花乱坠的宣传时,老年人如何避免被忽悠?安月山建议,至少要遵守一条基本原则,对于自己拿不准的概念和成分,不要轻易相信。

□ 莫凡 魏婧
北京日报客户端 9 月 30 日

上万观潮游客中发现逃犯 “钱塘江同志”这样练成火眼金睛

10 月 5 日,一则“钱塘江同志又立新功”的消息引发全网关注。据浙江海宁警方通报,一名来自江苏的网上逃犯来观赏钱江潮,在江边被眼尖的民警揪了出来。这是浙江警方连续第 5 年在钱塘江边抓获观潮逃犯。

10 月 5 日,观潮派出所办案民警林志良向记者讲述了事件经过。10 月 3 日,江苏籍网上逃犯钟某某出现在海宁盐官观潮胜地公园。他因涉嫌伪造印章罪于今年 9 月被安徽警方列为网上逃犯。

海宁盐官观潮胜地公园,是观赏“一线潮”的最佳位置,



(海宁公安供图)

当天就有超万名游客聚集于此。要在茫茫人海中,找到这位在逃人员,难度可想而知。

“当天游客比较多,很难一下子找到在逃人员。我们就把他的衣着特征、相貌特点发给了观潮安保每个路口的执勤人员,同时安排一组人到公园里面有针对性地搜寻。”

在接到任务后,林志良很快和辅警郭国卫、朱家辉、吴伟栋等人投入到搜寻工作中。“我发现了一位身穿黑色上衣的男子,好像是钟某某!”当日下午 4 点多,在公园停车场执勤的安保人员发现了疑似在逃人员的身影。林志良等人不动声色靠了上去,表情冷静地向对方核实身份。

“是他!”对方报出姓名后,

林志良确定了这就是钟某某本人。于是迅速将其控制,带上了警车。目前,钟某某已移交安徽警方。

林志良表示,5 年来,海宁公安能够快速高效抓到在逃人员,得益于观潮安保工作。1984 年,海宁公安首次制定周全方案,专业化实施观潮安保,已实现连续 41 年观潮安保无事故。节假日期间,公安干警、景区工作人员、当地志愿者齐上阵,加强值班备勤、巡防值守,强化沿江一线治安防控,确保景区秩序井然,违法犯罪无处遁形。

□ 俞倩玮 王振浩
潮新闻 10 月 5 日



资料图

讲法问津

售卖假药! 老人面临 620 万罚金 检察机关: 不予适用“十倍赔偿”

年近八旬的刘某华涉嫌销售假药案,其家人也参与其中,在面临高达 620 多万元的惩罚性赔偿金时,检察机关却提出不予适用惩罚性赔偿。

近日,四川省资阳市人民检察院雁江区人民检察院第四检察部检察官助理曾星,以《0 与 620 万的惩罚抉择》为题,讲述了案件的办理过程。

时间回溯到 2020 年,家住资阳市雁江区的刘某华,平日里爱到家附近的广场和其他老年人闲聊,谈论怎样调养身体。一天,刘某华讲到自己因为腰椎间盘突出出腰一直痛,吃过很多药都不管用,另一位老人说她在吃一种中药“九龍中药丸”,效果很不错,可以试一试。刘某华吃了一段时间的“九龍中药丸”后,感觉这个药很有效果。她通过包装袋上的电话联系上了卖家陈某购买此药。此后,刘某华开始转卖“九龍中药丸”并将包装袋上的联系电话替换成自己的。渐渐地,不仅周边的一些人找她买药,市内、省内、省外都有人联系她购药。为此,刘某华安排其女儿陈某甲、儿子陈某乙、外孙女李某某帮其向买家送或邮寄药。经查,刘某华销售“九龍中药丸”的时间长达两年多,销售金额共计 629500 元,赚取差价 146000 元。

经查明,“九龍中药丸”是由抗骨增生、地塞米松、腰痛片等

十余种药物与冰片、茴香、面粉等物品制成。经鉴定,“九龍中药丸”系假药。

这样一来,刘某华一家不仅面临高达 125 万多元的刑事罚金,而且根据药品管理法的规定,可能面临赔偿价款 10 倍,也就是高达 620 多万元的惩罚性赔偿金。

通过走访调查,检察机关了解到刘某华没有收入来源,全靠子女赡养,但其子女也都没有固定的工作,一家经济困难,这也是刘某华要“以药养药”的原因。

根据最高检等七部门联合发布的《探索建立食品安全民事公益诉讼惩罚性赔偿制度座谈会会议纪要》相关要求,雁江区人民检察院“雁之翼”公益诉讼办案团队认为,办理该类案件惩罚性赔偿的适用不能搞“一刀切”,本案结合惩罚性赔偿制度的功能定位和价值追求以及当事人赔付能力来看,不适用惩罚性赔偿。

2023 年 4 月,雁江区人民法院对该案下达判决,被告人刘某华犯销售假药罪,判处有期徒刑三年,缓刑五年,并处罚金 126 万元,追缴违法所得 146400 元,并在全国性的报刊媒体上公开赔礼道歉,登报召回已销售的“九龍中药丸”。此外,刘某华的儿子、女儿、孙女,也分别被判处相应刑罚和罚金。

□ 陈远扬
封面新闻 9 月 30 日

情理法理

东北雨姐的哭 观众为何不买账？

月初被质疑盘锦稻田蟹摆拍造假,月中又因带货的红薯粉条涉嫌虚假宣传,且被曝出殴打打假博主,一个月内接连“翻车”的东北雨姐,近日在直播间哭了。

9 月 26 日,东北雨姐先是和其团队一起发了视频,后又开启直播,给网友们讲述事情的来龙去脉,表示自己被职业打假人“欺负到家了”,还遭到了对方开价 30 万元的勒索。对这一过程中自己爆的粗口以及团队成员的动手打人,东北雨姐道了歉;至于红薯粉条的问题,其表示自己也有在等官方的质检报告,并承诺如有问题,倾家荡产都赔,给大家一个满意的交代。情绪激动之时,东北雨姐和其“娇妻”老蒯泪洒直播间。但多数观众并不买账,“你卖之前得了解产品质量吧”“拿家人们当傻子了”“卖假

的时候没哭,打人的时候没哭,没钱赚了就哭了是吧”……诸如此类的评论,充斥着直播间。飞瓜数据显示,9 月 23 日至 26 日,东北雨姐四天掉粉 41.6 万。

公开资料显示,9 月 23 日,有打假博主爆料称,其今年 5 月、8 月从东北雨姐直播间买的红薯粉条,分别送检后发现产品中均掺入了木薯淀粉,而没有红薯成分。该博主还提及,9 月 20 日,在其上门打假的过程中,遭遇了东北雨姐团队的群殴,还被限制人身自由。另据贵州广播电视台报道,此事涉及的厂家朝阳县六河粉条制造有限公司负责人回应称,涉事产品确实含有三分之一的木薯粉,但强调主要是为了调整指标才掺入的木薯粉,且只是辅助材料,红薯是不可或缺的原料。不过这一回

应,已与其包装配料表上的标识有出入。

近段时间,网红直播带货“翻车”的情况似乎愈发频繁了。从骆王宇带货的护肤精华被检测出根本不含其宣称的主要成分、交个朋友和疯狂小杨哥销售的“李鬼”品牌月饼,到刘畊宏直播间卖的旅行产品实际住宿条件与宣传不符,再到如今东北雨姐不知道有没有红薯淀粉的红薯粉条——似乎只要走到一定知名度和规模,产品出问题就是这些网红们无法避免的宿命一般。

而这背后,折射出的是整个直播电商行业走到 4.9 万亿市场规模后,愈演愈烈的共性问题。根据《直播带货消费维权舆情分析报告》,2023 年,直播带货消费维权舆情反映的主要问题中,涉及虚假宣传问题占比 38.97%,位

列第一,第二大问题则是产品质量,占比 34.59%。

在陕西恒达律师事务所高级合伙人赵良善看来,直播带货本质上是一种口碑营销,消费者选购商品的决策很大程度上是基于对主播的崇拜与信任。“而一些主播正是抓住粉丝的这一消费心理,为了增加销量,势必会放大、刺激、鼓励粉丝的消费行为,遂浮夸、虚假的宣传就在直播间上演了。”

就算带货主播们本无意于主动涉假,品控对于这些年轻的团队而言也充满了挑战。可以想见,在能令大众信服的证据和处理结果出现前,这一风波仍将持续。而直播带货的乱象,或许短时间内尚难治理。

□ 石晗旭
《中国新闻周刊》9 月 29 日