

一支笔竟是买菜神器？空腹喝蜂蜜水能润肠通便？

## 科普和带货 哪样是真的

做科普是假  
带货才是真

1

“荧光笔能检测农残”“空腹喝蜂蜜水能润肠通便”“碘伏可以美白祛痘防脱发”……社交平台上,总是充斥着各种貌似有科学原理的流言,却反被真正的科普人士打假。记者调查发现,这些伪科学流言的散播者,往往都暗含着算计,靠着流言去蒙骗观众进而带货,才是他们的真正目的。



这个蔬菜残留检测笔

一个上了年纪的大妈正拿着一根紫外线荧光笔,对着桌上的蔬菜照来照去。

“儿子你给我买的这个蔬菜残留检测笔真好使,我现在买菜就天天拿着……”短视频镜头前,一个上了年纪的大妈正拿着一根紫外线荧光笔,对着桌上的蔬菜照来照去。照在菠菜上,没什么反应;照在茄子上,也没什么反应;可照在辣椒上,辣椒表皮上出现了点状的荧光亮斑,大妈惊呼,“这些全都是农药残留啊!不健康!”

用荧光笔照射蔬菜,用来判断蔬菜是否有农药残留,类似的视频在网上屡见不鲜,标题也都起得煞有介事:“你家买的蔬菜正常吗?一照立马现出原形”“大爷买菜竟用高科技,菜市场摊主集体失眠”……

“用紫外灯笔照射蔬菜,如果有荧光斑就说明有农残,这个说法在一年前就出现过。”中国农业科学院蔬菜花卉研究所的研究员李宝聚,为此还做过实验。根据网传的说法,这些荧光斑,是硫酸铜、波尔多液等农药残留的结果,可李宝聚用对应的农药浸泡蔬菜后,再用荧光笔照射,并没有看到任何的荧光斑。也就是说,“荧光斑代表有农残”的说法完全是谣言。后续的实验还证明,荧光斑其实是蔬菜在储存过程中自然产生的阿魏酸、香豆素等物质,对人体

是安全的,与农药残留毫无关系。

明明已经被辟过谣,可流言为何总是经久不衰?又一则视频的标题似乎给出了答案:“这样的蔬菜还能吃吗?家家必买的买菜神器。”原来,拍视频的博主并非好心教你如何辨别蔬菜,而是为了引诱消费者去购买荧光笔。无论是一开始的大妈,还是后续发布视频的多个博主,点开他们的主页,都能看到带货店铺,而且视频里同款的荧光笔就在售卖列表中。

打着科普、养生等名义,传播一些流言,背后的目的则是带货,这已经成为了网络平台上的一大套路。“晨起的第一杯水,你喝对了吗?”一则所谓的科普视频中,博主推荐普通人起床后空腹喝一杯蜂蜜水,称有润肠通便的效果。而这个博主,主要带货的产品就是蜂蜜。对于博主的说法,解放军总医院第八医学中心营养科主任医师左小霞表示,早起直接喝蜂蜜水,容易使人体血糖浓度上升,对健康不利。即使有些人喝了蜂蜜水看似有润肠通便的效果,也只是因为这类人群对果糖不耐受,排便也只是肠道菌群失调的表现,如果这类人群长期喝蜂蜜水,同样对健康不利。

演戏演全套  
甚至拉传销

2

有些假科普真带货,带货的商品价值并不算高,消费者即使上了当也花不了太多钱。但有的科普给消费者挖了一个大坑,稍有不慎可能损失惨重。

今年60岁的许先生,肠胃不舒服已经有一年的时间。平时,许先生有刷手机短视频的习惯,或许是曾经搜索胃病有关的关键词比较多,在他的短视频APP中,时不时就会刷到一条“如何养胃”的科普视频。

“蜂蜜加陈醋,神仙都让路,一勺蜂蜜一勺醋,早晚各喝一次……”“白糖拌猪油,要多牛有多牛,白糖加猪油冲水,连喝三天……”各种稀奇古怪的治胃病偏方,许先生不知道刷到了多少次,发视频的博主,每次都留了个话头,让观众到直播间里继续学知识。

好奇的许先生,点开了其中一个博主的直播间一探究竟。“有反酸烧心的打111,有胀气打嗝的打222,有口干口苦的打333……”刚才还在做科普的博主,直播间里直接化身“医生”,回答起了观众的各种问题。可答着答着,博主总会时不时引导观众:“如果有想调理身体的,可以加我们助理的微信。”

此时仍半懂不懂的许先生,原本想的是获得更多的养胃知识,于是添加了微信。刚开始,助理还会询问一些病症问题,并要求许先生自拍一张舌苔照片发过来。可刚看到照片,助

理直接就给许先生的病下了定论,说胃部有溃疡,需要接受治疗,咨询费加药费总共是3000元一疗程。

“我这才做的胃镜,说是浅表性胃炎,怎么看了眼舌苔就说是胃溃疡呢?”许先生这才明白,对方哪里是什么科普和看病的大夫,分明就是在“钓鱼”的骗子。

许先生遇到的骗子,至少还会给你上演一出先科普再看诊的连环戏码,有的骗子,则直接放出了一个伪科学概念,等着有人自己上钩。此前,市面上时不时就会冒出一款带有“量子概念”的产品,比如“量子鞋”“量子内衣”等等,号称对身体有益。对于这种毫无根据且违背科学常识的说法,各类媒体和专家都曾做过辟谣。但现如今,又有一种新的“量子能量手环”出现在了短视频平台,有不少博主声称,戴上手环就能改善健康、治疗疾病。

记者看到,“量子能量手环”的售价不菲,一个就要899元。记者添加了一个博主的微信,对方一上来介绍的并不是手环的功能有多强大,而是发来了一个“全球财富计划”的示意图,说买了手环之后可以成为“经销商”,还可以继续发展“下一级客户”,总共能发展出五级代理。手环卖得越多,客户发展得越多,总公司就会给出越多的返利,自己也能获得越多的分红,跟早先传销公司拉人头的话术几乎一模一样。

一天发五条  
内容很雷同

3

这些假科普的视频,到底该如何分辨?记者对比发现,如果是真正做科普的博主,他们每个视频的话题往往都有所分别,发视频的频率也不会太高。而假科普的博主,有的恨不得一天发好几条视频,而且连续几天的视频都是极为相似的主题和非常雷同的文案。

比如一个做“营养分享”的博主,不到半年的时间里就发了600多条视频,平均一天就要发四五条。这600多条视频,几乎全都是在教“养脾胃”的偏方,雷同内容很多,都是姜丝、山楂、红枣、小米等食材,分别搭配起来煮水喝。文案的开头也十分相似,很多都是“妈妈这样做”“村里老人教的办法”“老一辈的智慧”等等。

这个博主早期发视频时,显然还处于账号的“养号阶段”,内容只是单纯地“介绍偏方”,并没有多余的内容。因为发视频的数量和频率特别高,时不时还能出现几十万上百万次播放量的小爆款。而最近的视频中,博主显然是觉得“养号期”已过,到了该变现的时候,每条视频除了照常教偏方以外,还会特意提到要配合吃某某名称的养胃产品,甚至还有其他人在评论区帮腔。记者看到,虽然这名

博主并没有直接给出商品链接,但视频里提到的某某名称的养胃产品,搜索之后就会发现,只有一家公司在生产。

另外,有些“科普”博主,在起名时会用“××养生”“××健康课堂”“××育儿课堂”等字眼,甚至在拍视频时,为了增加可信度,还会以穿着白大褂的样子出镜。但他们的身份,没有经过任何的官方认证,博主在哪家医院工作,有什么医疗背景,视频里也从未提及。部分科普视频的标题里,还用上了“三甲儿科主任坦言”“院士提醒”等说法,但究竟是哪位主任、哪位院士的言论,视频里同样只字未提。

这些所谓的科普视频,内容也经不起推敲。比如一条视频标题是“2种水果,小孩多吃,玻璃脾胃变钢铁脾胃”,可视频绝大多数时间并未介绍水果,而是在介绍一款压片糖果和一款饮料,号称对身体有益。翻开这个博主的其他视频,无论是治流感还是孩子增高,都能吃这款糖果、喝这款饮料,简直是万能。和之前的养胃药情况类似,博主并未在视频中直接给出带货链接,但假如按照名称搜索这两款产品,生产商同样指向了唯一的一家公司。 (《北京日报》莫凡)