

编造概念 夸大其词 胡诌来源

散播伪科学暗藏带货真陷阱

“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，靠着流言蒙骗观众进而带货，才是他们的真正目的。



某博主发布了600多条视频，内容全都是治脾胃的偏方。



网络图片

做科普是假 带货才是真

“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”……

“用紫外线荧光笔照射蔬菜，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，果然都能看到带货店铺，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，传播一些假流言，背后的目的则是带货，这已经成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，但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

有些假科普真带货行为中，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。但还有别的科普，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……”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，每次都还留了个话头，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，有口干舌苦的打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，至少还会给他上演一出先科普再看诊的连环戏码，还有的骗子，直接抛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，总公司就会给出更多的返利，自己也能获得更多的分红，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

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，有的恨不得一天就得发好几条视频，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。

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播放量的小爆款。而最近的视频，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，只有一家公司生产。

另外，有些“科普”博主，在起名时会用“xx养生”“xx健康课堂”“xx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。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。

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在介绍水果，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。和之前的养胃产品情况类似，博主并未在视频中直接给出带货链接，但按照名称搜索这两款产品，生产商同样指向了唯一一家公司。

(据《北京晚报》)