



# “伪科技”花式忽悠 消费者须擦亮眼睛

□ 吴月辉

量子养生衣、防引力波辐射服、能量自然疗法……最近，一系列贴着高科技标签的“伪科技”产品或骗局令人可笑又可气。“伪科技”看似漏洞百出，却总有不明就里的人为之埋单。这些年，我国科技创新进展快速，但“李鬼”的泛滥，说明科学素养的提升工作依旧任重道远。如何破解？唯有教育、科普和监管多措并举，才能让消费者擦亮眼睛，让科技产品去伪存真。

## 高科技概念被当成传销工具

日前，中国青年报社会调查中心联合问卷网对2013名受访者进行的一项调查显示，81.3%的受访者感觉现在“伪科技”产品多，86.3%的受访者称身边有人被“伪科技”产品忽悠过。

近些年来，高科技日益改变着我们的生活，但同时也带来了一些烦恼——各种打着高科技名号的“伪科技”产品层出不穷，令人们难辨真假，频频上当。

不久前，潘建伟量子通信团队又取得重大突破。意想不到的

的是，我国科学家在量子通信领域喜报频传，却让不法商家有了新的可乘之机，以量子科技概念包装的产品屡见不鲜。

人民日报记者试着在淘宝网上输入“量子”二字，便立即出现各种冠以量子科技概念的产品：量子养生衣，号称植入了高频量子芯片，能打通人体微循环，解决各种身体堵塞问题，提高免疫力，改善亚健康；此外，还有“功能强大”的量子水、量子袜、量子空气净化器、量子隐身衣、“包治百病”的量子医疗仪器……在“量子”概念的包装下，一个个普通商品立刻“神奇”起来。

就连潘建伟院士也无奈地表示，自己有亲戚曾上当，买过一个“量子挂坠”戴在胸前，认为它每天能辐射出一些防癌物质，“一些商家蹭概念来欺骗民众，这不是科学的态度。”

暗物质、石墨烯、引力波等高科技概念也难以幸免。如“暗物质可以帮人暗中长头发、治脱发”“古医学能量自然疗法，包括了最新科技的量子纠缠、暗能量的使用方法，能快速清理暗物质”“石墨烯内衣裤，能够抗菌抑菌、吸湿排汗，具有低温远红外

线功能，永葆青春”“孕妇防引力波辐射服”……

高科技概念除了被用来包装商品外，还被一些传销组织当成传销工具。披着高科技的外衣传销，比传统传销隐蔽性、欺骗性更强，也更加难以识别。如果在网上检索一下，这类传销欺诈的案例还真不少。

比如，某“明星企业”，以研发制造机器人为主打进行包装，通过网络传销的方式，从事以吸收资金为目的的传销活动，短短数月吸引数百万元资金。科技热词区块链也被一些不法分子借机炒作，或炒高市值“割韭菜”，或以“虚拟币”之名行“传销币”之实，致使诈骗案件接连发生。

## 中老年人群成“伪科技”产品最大目标

其实，高科技概念被不法商家炒作滥用已久。早些年核酸、超导、纳米、基因治疗等高科技概念都曾被热炒一番。为何不法商家如此偏爱高科技概念，又为何总有一些消费者对此深信不疑？

暗物质卫星首席科学家常

进表示，这一现象的出现，在一定程度上是利用了人们对新技术的好奇和崇拜心理。

中国科学院大学人文学院教授李大光则认为，人们之所以轻信这些“伪科技”神器，实质上是科学文化认知出了问题。“国人科学素养的整体水平与发达国家相比还有较大差距，特别是随着年龄增大，民众科学素养水平下降的趋势较为明显，这也使得中老年人群成为‘伪科技’产品瞄准的最大目标。”李大光说。

“随着年龄增长，人的社交圈就会逐渐收窄、信息接收渠道减少，容易与时代脱节，因此被伪科普、‘伪科技’迷惑的可能性更高。同时，移动互联网时代，各种有着利益驱动的伪科普以假乱真，让过去处于信息封闭状态的人，很容易失去判断力和辨别力。”李大光继续解释说，中国传统文化中的一些糟粕也会产生误导，“不法商人将高科技概念与偏方相结合，让‘迷信’有了所谓的科学依据，危害更大。”

中国科学院物理研究所所长助理、副研究员魏红祥认为，人们从小到大形成的根深蒂固的观念确实对科学普及影响很

大，“有些‘伪科技’即使有权威专家解释批驳过了，仍有人坚信。而且，许多人存在‘宁信其有’‘信则灵’‘随大流’等心态，也使得‘伪科技’得以持续流行，花样不断翻新。”

关于危害，魏红祥认为，如果任凭“伪科技”概念被滥用，甚至会影响到国家对科技发展方向的决策。

## 提升公民科学素养与加大市场监管力度须并举

“伪科技”产品不断“升级”，被利用的高科技概念也更加尖端，更加难以分辨，普通消费者如何鉴别真伪呢？

常进表示：“到目前为止，暗物质的作用我们还无从得知，即使物理学有突破，也是应用科学、技术科学先行，然后才是日常生活的改变。”专家们表示，目前量子科技的研究主要集中在量子通信、量子计算和量子精密测量等领域，与日用品还没有任何关系，目前所谓“量子+生活”的产品，几乎都是骗人的东西。在北京市科协举办的2017年度十大“科学”流言榜揭晓活动上，中科院院士、中科院量子信息重点实验室主任郭光灿院士也曾对借量子概念炒作的“伪科技”产品进行了批驳。

当然，最终剥开“伪科技”的外衣，还需要在提升公民科学素养和加大市场监管力度等方面下力气。

李大光说：“首先是要继续加强科普，与人们的日常生活结合起来，进行生动讲解，增强普通人辨别真伪的能力。同时希望科学家们能积极地参与科普，掌握话语权。”

李大光还特别强调，提升科学素养，不能完全依赖科普工作。“对于提高公民科学素养水平，现阶段能起到更大作用的，是学校教育。遗憾的是，不少人的学习动力往往是应付考试，而不是个人科学素养的提升，也不注重科学精神和思维的培养。”

专家也表示，相关市场监管部门也要与时俱进，加强与科技专家的沟通，及时依法严肃查处这些违法行为。

## 福建启动社会科学普及宣传周

10月20日，2018年福建省社会科学普及宣传周启动仪式在福州举行。图为当日，人们在活动现场领取社科普及读物。

新华社记者 林善传 摄



行业诚信

# 省心变糟心 装修公司低价诱饵套路多

□ 王默玲

签约前，家装工程预算24万元；工程中，装修公司再加价10万元。拒绝支付则工程停工，同意加价又倍感“哑巴吃黄连”，上海于女士几个月前包工包料把店面交给装修公司，结果却陷入“骑虎难下”的境地，而这背后正是家装公司的常用加价套路在“作祟”。

“本来是想图个省心，结果变得更加糟心。”于女士几个月前通过网络搜索找到一家看起来“颇为正规”的装修公司，在经过测量、设计之后，装修公司给出24万元的预算报价。于女士认为前期服务“很贴心”的这家公司“性价比相当高”，于是便签下了装修合同。

按照合同约定，签订合同之时于女士就支付了工程造价总

额60%的首期款，又在水电工程完工之后即木工施工之前，支付了30%的二期款。在收到约20万元工程款后，装修公司就开始计算加价，其中就涉及使用的材料品牌变更产生的差价、预算中漏算关键施工项目需额外增补等情况。

于女士的遭遇并非个案。王先生前段时间也通过熟人介绍，找到一家有十几年经营历史、全国连锁的大型装修公司，“尽管工艺和管理上确实非常好，但支付完80%工程款后还是有中途加价，增加的项目里就存在设计中明明就有，但预算中明显漏算的条目。”

长期从事家装行业的齐经理表示，因为业主在工程实施过程中会存在提出调整变更的情况，一般来说装修公司都是先给一个预估价格，然后根据实际情

况进行增项加价。

但往往业主感到不满的，都是因为装修公司故意在预算阶段用“小伎俩”压低报价吸引签约，使得最终工程款远超预算所致，其中就包括以下几种情况：

——故意漏报、少报项目。装修报价单刻意遗漏必备项目。王先生家阳台必须实施的“现浇混凝土”项目在预算单中计价为零，装修公司表示“漏报”需另算，“这个单项工程他们要价好，但我另找的工程队一看就表示成本不过1500元。漏报是一方面，趁机要高价就让人不得不怀疑‘遗漏’是故意为之。”

——模糊主材参数故意压低单项价格。虽然写明了所需材料的品类和数量，但却不标明品牌和规格。于女士说装修队

加价理由中就包括，用合同里的价格买不到高质量的材料，“想要保障装修质量，就必须额外掏钱。”

——材料和施工工艺含混报价。把涉及多个分项的工程项目混在一起计价，或说明不够详细，为增项和变更埋下“伏笔”。于女士说，比如水电工程在预算单中是一个笼统的大项，但是施工过程中装修队总是提出估算不准，需要增加各种费用，“那为何不在一开始就算得细一点呢？”

“最令我感到不解的是合同中的一条‘提醒’。”王先生说，装修公司表示为了保护知识产权，不能提前把具体的图纸和报价单给业主，他只在签约现场才拿到具体的预算单，但囿于自己不了解装修，只能选择“大致翻阅”就下笔签约了，“总觉得自

己是被低价诱惑进来，一步步被套牢了。”

上海君澜律师事务所律师周时兵认为，家装的实际施工与提前预估相比存在变量，后期根据实际施工的工程量多退少补是符合法律规定的。但不少装修公司利用这一点，在商业行为上失范，故意用“低价”吸引消费者，后续再加价“回血”，从而让消费者产生了一种上当受骗感。

“一方面，合同预算单中一定要写明所用材料的规格、数量、品牌与标准，业主可以从邻里了解装修价格的大致行情，避免被低价蒙骗；另一方面，当因增项产生加价时，业主一定要逐项核实并签订书面的签证单，这对工程款的最终结算及一旦出现纠纷时的权益保护都有重要意义。”周时兵说。

## 安徽省“守合同 重信用”企业公示信息(18)

- 红黑榜
- 安徽达诺乳业有限公司  
滁州华星塑业有限公司  
安徽唐兴机械装备有限公司  
淮南市众友建设工程有限公司  
淮南新欣医药有限公司  
凤台县天骏物流有限责任公司  
安徽永丰建筑工程有限公司  
安徽花家湖水产养殖有限公司  
凤台县泰华米业有限公司  
安徽聚力粮机科技股份有限公司  
安徽省临泉县金黄山商贸有限公司  
安徽棕海机械有限公司  
临泉县凯达市政工程有限公司  
安徽金路建设集团有限公司  
安徽云厦建设集团有限公司  
安徽省宿州市防腐安装有限公司  
中国石油天然气股份有限公司安徽宿州销售分公司  
安徽瑞祺建筑工程有限公司  
安徽宿联信息科技有限公司  
阜阳市日月星面业有限公司  
安徽九丝绸股份公司  
安徽都邦建设有限责任公司  
安徽阜阳天元建设工程有限公司  
阜阳普安烽火台卫星监控科技有限公司  
安徽天宁建筑工程有限公司  
安徽方正工程咨询有限公司  
安徽博微长安电子有限公司  
安徽永成电子机械技术有限公司  
安徽长江紧固件有限责任公司  
艾莱依（安徽）服饰有限公司  
安徽华运物流（集团）有限责任公司  
安徽华运超市股份有限公司  
蚌埠市长安市政建设有限公司  
蚌埠市三建建筑安装工程有限公司  
上海铁路蚌埠皖铁起重机械有限公司  
蚌埠市朝阳滤清器厂  
安徽宏业药业有限公司  
安徽水文地质工程地质公司  
淮南新华书店有限公司  
淮南市海龙王消防器材有限责任公司  
安利（中国）日用品有限公司淮南分公司  
安徽永信建设项目管理有限责任公司  
淮南市兴扬食品有限公司  
淮南矿业（集团）有限责任公司物资供销分公司  
安徽淮化集团有限公司  
淮南世纪阳光商厦有限公司  
安徽天洲混凝土工程有限公司  
淮南市国惠园米业有限公司  
淮南市碗碗香豆业有限公司  
淮南市春风粮油食品有限公司  
淮南市东联粮油有限公司  
淮南金信工贸有限公司  
淮南力荣农产品开发有限公司  
淮南祥龙粮油有限公司  
淮南市金海城市环境工程有限公司  
淮南文峰航天电缆有限公司  
淮南市新光源特种照明器材有限公司  
安徽景丰纸业业有限公司  
国药集团国瑞药业有限公司  
舒城县抗埠建筑工程有限公司  
马鞍山市天工科技股份有限公司  
安徽恒泰建设发展有限公司  
马鞍山丰原制药有限公司  
安徽华阳建筑工程有限公司  
马鞍山迈世纪工程咨询有限公司  
安徽天元市政建设有限公司  
马鞍山市联银房地产经营有限公司  
安徽万佛湖建设集团有限公司  
安徽科建工程管理有限公司  
安徽信达建筑安装有限公司  
安徽协亚房地产开发有限公司  
安徽玉发塑业有限公司

（未完待续）  
——来源：信用中国（安徽）网