调查观察周刊

本刊主编：易艳刚
值班责编：刘晶瑶、雷琨
实习生：张湲

第48期

微信公号：xhmrdxwx　　电话：(010)63076340

14
致敬
扶贫干部的生命丰碑

“酸碱体质理论”已破产，我国“酸碱论”谣言仍流行

“酸生女碱生儿”谬论坑人不浅，相关产品仍在电商平台忽悠

在美国圣地亚哥法庭上，“酸碱体质理论”创始人罗伯特·杨当庭认罪，表示自己的“酸碱体质理论”纯属骗局。然而，在中国，这一理论及衍生产品几乎未受影响，依旧大行其道

“亲，听到你家小王子的呼唤了吗？13年专注女性碱性体质备孕，科学调理祝你梦想成真！”这样的广告词仍出现在不少电商平台上。对此，有关部门应当加强监管，对食品广告提及的保健功能建立备案制度，要求发布广告的商家提供相应的科学依据

本报记者张典标

▲“益生碱”产品销售方的朋友圈截图。

▲“真有效”还是“真忽悠”？　　新华社发　商海春作

看到“酸碱体质理论”被戳穿的消息在朋友圈刷屏，浙江海宁第二医院的朱思梦终于松了口气。

这条消息说的是，美国圣地亚哥法庭不久前做出判决，**“酸碱体质理论”创始人罗伯特·杨被罚赔偿一名癌症患者1.05亿美元（约7亿人民币）。这位养生大师当庭认罪，表示自己的“酸碱体质理论”纯属骗局。**

朱思梦是中医妇科大夫，平时常有备孕的妇女向她询问，是不是多喝碱性水、吃碱性保健品更容易生儿子？从朱思梦这里得到否定答复后，有些患者用自己从网上找到的“科学材料”反驳，甚至当面质疑朱思梦的业务能力，说她“落伍了，跟不上时代潮流”。

其实不仅是患者，偶尔还有其他科室的医生向朱思梦打听这个事。事实上，在中国，“吃碱性食物生男孩”的说法，比罗伯特·杨的酸碱体质理论流传更广。

新华每日电讯记者查阅资料发现，罗伯特·杨宣称“酸性体质”容易导致癌症、肥胖等多种疾病，而碱性体质则是健康的，通过食用碱性食物就能预防和治疗疾病甚至治疗癌症。

每当遇到类似的询问，朱思梦都哭笑不得。从自己这里得不到酸碱体质理论的答案，一些患者可能再去问别的医生。她解释说：“要是白发苍苍的老中医，患者可能会更相信一点。”朱思梦两年前才从北京中医药大学硕士毕业，算上实习经历，满打满算只有不到4年的临床经验。

质疑“酸碱论”被长辈认为是顶撞

点击发送后，白晓青（化名）和母亲李秀娟（化名）的微信对话框没有新消息弹出。住在美国纽波特港的白晓青发出去的是一张辟谣“酸碱体质理论”的新闻报道截图。以前，为避免发生冲突，白晓青和母亲达成了默契，不会在微信里谈论养生话题。

11天过去了，住在湖北黄冈的母亲并没有任何回复。

“这不是一朝一夕可以改变的，说不定她现在还相信呢。”长期在网上辟谣的白晓青自己也不知道固执的母亲是否还相信“酸碱体质理论”那一套。毕竟之前有一回，她刚给母亲辟谣“喝茶致癌说”，可没过几天，母亲又开始劝她别喝茶。

李秀娟是2016年开始迷上“碱性食品更健康”这一说法的。那时，63岁的李秀娟退休8年了，老伴在外地照顾孙子，她自己一个人在家。白晓青在与母亲通电话时得知，自从跳广场舞的伙伴介绍她去听养生课，母亲的心情好多了。

后来白晓青才知道，所谓养生课其实是一家专卖饮水机的机构办的，专门针对中老年人，去听课就能发一袋鸡蛋，谁要能成功地发展三个人一起去听课，还能多拿一袋。

这就是他们的套路。

这家专卖饮水机的机构，宣传碱性水的神奇功效。他们卖的碱性饮水机，据说用了韩国科技，一台就得卖3000多元。

李秀娟觉得太贵，没舍得买。让李秀娟感到庆幸的是，这个养生课堂还推出了一项“人性化”服务——听课回答问题有奖品，下课后可以提一桶水回家。李秀娟便每天去听课，积极举手回答问题，一天不落地去养生课堂上提水。

没多久，白晓青就发现母亲在自家喝水的茶壶里特地搁了几块陶片。李秀娟告诉白晓青，那是课堂上发的能量石，非常珍贵，能够把普通水变成健康的碱性水，不是每个人都有的，有钱也买不到。

白晓青在网上找过相关信息，**这种3000多元的饮水机，跟普通卖几百块钱的饮水机没有什么不同。**

白晓青把茶壶里的陶片掏出来仔细检查，没有任何商标，就是普普通通的石子。她觉得这东西天天放在水里，非但没有保健作用，可能还对健康有害。几次努力劝说后，白晓青发现自己做不动母亲的工作，只好把陶片捞出来砸碎了，丢在垃圾桶里。但没过几天，白晓青发现母亲又偷偷地把陶片拣了出来。

白晓青自认为在给母亲辟谣这件事上，已做得足够温和体贴。为了不“驳”母亲的面子，为了让母亲心情好一点，她还经常陪母亲聊天，即使是在自己工作很忙的时候也不忘。

尽管如此，因为坚持不懈地辟谣，白晓青的话最终还是被母亲认为是“顶撞”。最后，两人关系也慢慢变冷。

就在白晓青的母亲依然相信“酸碱体质理论”时，60岁的北京大妈王慧莲，早就丢弃了自己多年前花3000多元买的碱性饮水机。

因为她觉得那台机子用了太久，不太干净。现在，她自家喝的水都是开车从北京的山里打来的山泉水。“那是碱性的，更健康。”美国“酸碱理论”大师被罚之后，王慧莲告诉新华每日电讯记者。

王慧莲很多年前从电视养生节目听来了这个说法，后来她发现身边的伙伴也都这么说。她压根儿没看过微信上的辟谣文章，她很肯定地“指导”新华每日电讯记者：“当你身体是酸性的时候，就容易得中风。酸性的身体就得吃点碱性的东西，等于中和了一下，要是您本来就是酸性的，您还老吃那酸性的，肯定不行。”

“我们都是头发白了半截的人了，一般人能忽悠得了我们？”王慧莲说，除了在饮食上注意之外，她最多花钱去超市买些碱性矿泉水、苏打水，绝对不会去买那些保健品。

“但是之前那台3000多元的碱性饮水机还是应该买的。”王慧莲强调，“有时候喝点碱性水，有时候喝点酸性水，这样才能酸碱平衡。”

“不仅是碱性水，酸碱体质理论‘在中国已经被扩大化、泛化了，派生出了很多谣言。”北京协和医院临床营养科教授、主任医师于康说，“需要组织各领域的专家对这些误区和谣言作针对性地集中解答，并编撰成册。”

坑人不浅的“酸碱体质备孕说”

后来，白晓青开始在网上专门辟谣。

让她和“酸碱体质理论”杠上的直接原因，是一款名为“碱孕宝”的保健品，曾一度在淘宝首页打出了“碱性生男孩、生了女儿怎么办？”的广告语。

那时白晓青刚怀孕，看到“碱孕宝”的广告后很愤怒，但之后又觉得挺荒谬的。“这是赤裸裸的对女性的歧视。这个东西到底是什么玩意儿，怎么能确保生男孩呢？”白晓青说。

白晓青家里并不重男轻女。白晓青回忆说，在读高中的那会儿，有个常去她家串门的阿姨，为生儿子，无所不用其极，听信了“碱性体质容易生儿子”的说法，“竟用上高锰酸钾溶液洗私处，导致皮肤都烂了”。她不知道那其实是酸性的，后来又去医院治，花了不少工夫。

“改变阴道酸碱度，会引起阴道菌群失调，乳杆菌减少，容易得细菌性阴道病。”朱思梦医生说，“我有个朋友，想生儿子，连续三个月每天用小苏打水冲洗阴道，不仅没怀上，还差点得阴道炎。”

白晓青根据淘宝上的信息去国家食药监总局查询，发现“碱孕宝”既不是药品，也不是保健品，只是一种糖果制品。这位理工科博士根据自己的知识积累综合相关信息，开始在网上写辟谣文章。或许是巧合，没过多久，随着媒体报道越来越多，“碱孕宝”最后下架。

“我觉得现在上网的年轻人，应该是不相信‘酸碱体质理论’的居多。”白晓青说。

“碱孕宝”倒下了，但一些打着“酸碱体质理论”幌子的备孕商品，依然还在电商平台上大行其道。就在这个理论被辟谣之后的“双十一”电商促销活动期间，这些商品的销量不减反增。

“那些报道说的是研究酸碱体质的那个人涉嫌从事医疗活动，并不是推翻‘酸碱体质理论’，只是一些媒体把事情放大了。”见到“酸碱体质理论”被辟谣的报道，淘宝店主王静韵（化名）一边这样向记者解释，另一边她自己也担心，“这些报道对这些产品肯定有影响。”

王静韵店里卖的是一种叫“益生碱”的保健品，这是一款打着“备孕要碱性体质，用‘益生碱’”广告的女性备孕食品。新华每日电讯记者也在“益生碱”产品介绍中看到，“亲，听到你家小王子的呼唤了吗？13年专注女性碱性体质备孕，科学调理祝你梦想成真！”这样的广告语。

产品介绍书说这款产品的科学依据，是兰德隆-谢特尔兹德著作《随心所孕——生男生女自己定》中所提到的，Y精子在碱性条件下活力增强，更易于与卵细胞结合；相反，酸性环境下，X精子较为活跃。根据Y精子的特性，备孕人群如果积极创造适合Y精子的存活环境，让Y精子抢先到达输卵管与卵子结合，就可以提高生男孩概率。

记者查询电商平台发现，“益生碱”产品大多由广州益生谷生物科技有限公司研发，而这款“益生碱”产品目前全都由湖南康琪壹佰生物科技有限公司生产。

湖南康琪壹佰生物科技有限公司有关负责人说，“益生碱”每个月都有约2万盒的出货量，“酸碱体质理论”被辟谣后，截至目前，公司并没有接到广州益生谷生物科技有限公司调整产量的通知。

广州益生谷生物科技有限公司一位负责人也说，目前“酸碱体质理论”被辟谣并没有对产品造成太大影响。

淘宝店家王静韵所担心的销量下降也没有发生。恰好赶上“双十一”，“益生碱”这款产品的销售量反而上升了，“原来每天差不多卖20件，而截至11月11日中午，当月‘益生碱’的销售量已达到894件。”

“过段时间这个事就没了，都是媒体机构为了博取眼球、吸引流量，他们也是商业行为，仅此而已。”**广州益生谷生物科技有限公司这位负责人说，如果销售代理遇到顾客对“酸碱体质理论”的质疑，公司会为销售代理提供相关培训，帮助代理商家打消顾客的疑虑。**

“酸性体质是亚健康的起因之一”“酸性体质是因为缺少碱性食品”“老年人需要多喝碱性水”……新华每日电讯记者在淘宝、京东等电商平台上搜索发现，除了碱性备孕保健品，“酸碱体质理论”依然被广泛地应用在食品、饮料和水杯等商品的广告营销上。

“很多患者都存在浮躁的心态，总希望有‘短平快’的特效药、水或者什么茶之类的能彻底解决健康问题，缺乏耐心和毅力。”于康说，“很多谣言和相关的产品都是抓住了患者的这种心理谋利。”

虽然很多商品仍打着“酸碱体质理论”的幌子在电商平台上大行其道，但中国政法大学法学教授、中国消费者权益保护法学研究会常务理事孙颖提醒说，只有商家在广告中明确地指出了所谓支持广告宣传的具体科学实验或成果、结论，才属于广告法所规定的虚假广告的情形之一，即“使用虚构、伪造或无法验证的科研成果、统计资料、调查结果、文摘、引用语等信息作证明材料”。而对于那些只是贴着碱性水标签的矿泉水，只要这些水确实是碱性的，就没有问题。

“消费者维权时需要证明经营者明知商品或者服务存在缺陷，仍然向消费者提供，造成消费者或者其他受害人死亡或者健康严重损害的情况”。孙颖补充道，即使是美国“酸碱体质理论大师”当庭承认造假，也未必能理所当然地推知国内所有的经营者都知道这个事，除非监管部门依法对相关违法行为采取行政措施，否则还需要个案判断。

对于电商平台的责任，香港大学法律学院法律系主任、中国法研究中心主任赵云说：**“根据新出台的《电商法》，如果商家是利用电子商务平台进行虚假宣传，相关的平台和商家都需要承担法律责任。平台的经营者，如果知道或应当知道这类侵害消费者合法权益的虚假宣传行为，但未采取必要措施的，与平台内的商家承担连带责任。”**

食品与消费者的身体健康息息相关，虚假的食品广告会导致消费者对自己的身体调节机制陷入认知误区。赵云建议，有关部门应当加强监管，对食品广告提及的保健功能建立备案制度，要求发布广告的商家提供相应的科学依据。

辟谣的难度远大于传谣

“我也挺无语的！美国那边的创始人都承认理论造假了！”见到媒体报道“酸碱体质理论”问题，国内“信徒”还在坚称理论是正确的。食品与营养信息交流中心科学技术部主任、中国食品辟谣联盟专家团成员阮光锋对此颇为感慨。

“食物的酸碱性不会影响人体环境的酸碱性。人体有自己的调节系统，一般不会轻易受影响。食物的酸碱性也与生男生女没有直接关系，生男生女主要看两方的染色体结合。盲目追求碱性食物，容易导致营养不良，反而不利于孕妇及宝宝的健康。”类似的话，阮光锋在不同场合说了很多次。

早在几年前，他就已经辟过关于“酸碱体质理论”的谣言。然而，结果却是一直在辟谣，谣言仍反复出现。

在工作中，于康也经常能遇到这类的谣言，每次他都尽量掰开了、揉碎了，一个一个问题给患者辟谣。“尽管这样，这种影响还是小范围的。”于康感慨，“自己现在在朋友圈依然能看到一些酸碱相关的谣言。”

阮光锋感慨辟谣难，一方面是因为公众的科学素养还比较低，没办法识别谣言，“很多人在化学课堂上都学过酸碱性，就想当然的觉得酸碱体质理论也有科学根据了”。另一方面，很多人也抵触辟谣，“辟谣就相当于颠覆了他的认识观，遇到强行辟谣的时候，当然有抵触心理。”

“很多健康谣言在内容上都会突出很多所谓的‘合理性’因素，比如医学类谣言经常假借国际权威期刊《柳叶刀》杂志，食品类谣言经常冒用农业农村部一些文件，而这些所谓的文件和杂志往往是伪造的。”北京师范大学新闻传播学院执行院长喻国明说，很多人不会去深究这些所谓的权威信息是否真实。在对健康谣言的一次调查中，喻国明发现健康谣言的易感人群以女性居多，其中45岁至60岁以上的占3/4。

“在网络时代，很多中老年人在新生领域逐渐失去威望，他们就急于在生活领域，依靠他们过去的经验、常识，通过对一些健康信息的转发来保持自己的威望。”喻国明说，这也就不难理解出现媒体所报道的有年轻人把酸碱体质理论辟谣的微信文章发到家族群里，结果被踢出群的新闻了。

对于如何更有效地辟谣这个问题，喻国明建议，建立全国联动的辟谣中心，利用大数据对谣言传播机构和易感人群进行标记或打分，“正如我们日常有不懂的可以利用浏览器搜索，对科学常识有疑虑就可以去这样的辟谣中心查询。”

“造谣是长板效应，辟谣是短板效应。和造谣相比，辟谣涉及各个专业领域，需要更丰富的资源。辟谣成本比造谣高很多，这就需要用上大数据。”喻国明说，“真正造谣的人和机构其实也就那么一些，大数据能够从过去发生的信息中界定出哪些人和机构容易造谣，对于这些人和机构，辟谣中心可以像评价网约车司机一样，给他们打分并对其进行重点监控，从源头部分发现和规范，实现防谣于初始阶段。”

在喻国明的设想中，对那些健康谣言的易感人群，辟谣中心也可以对流传其间的话题进行主动采集、辟谣，或者通过标星的形式对具体消息的可信度进行评价并做出提醒，这样易感人群在转发这类消息之前就会更加谨慎。

参与记者：强晓玲、林苗苗、鲍晓菁

辟谣路漫漫，监管部门电商平台不应缺位

截至记者发稿，在社交媒体上还可以看到“碱性食品更健康”的消息；在电商平台上，一些打着“酸碱体质理论”幌子的商品照旧大行其道。一些商品甚至宣传“吃碱性备孕产品，就能‘碱’个男孩”。

讽刺的是，数天前，美国圣地亚哥法庭做出判决，“酸碱体质理论”创始人罗伯特·杨被罚1.05亿美元，并当庭承认自己的“酸碱体质理论”纯属骗局。

无论是造谣还是辟谣，都会借助权威来加强自身的可信度，一些健康谣言甚至借助伪造的《柳叶刀》等权威学术期刊来传播。尽管这次是如此“权威”的“理论创始人”亲自出面“辟谣”，对国内的电商平台上所谓的碱性食品、保健品而言，也只是“风乍起，吹皱一池污水”。

新华每日电讯记者调查发现，因为恰好赶上“双十一”，一些碱性食品、保健品的销售量不降反升。一些厂家会为销售代理提供相关培训，帮助代理商家打消顾客对“酸碱体质理论”和产品效果的疑虑。**有的商家并不担心，直言“过段时间这个事就没了”。**

所以，辟谣仅仅依靠权威显然不够。

从“消费端”来看，这些碱性食品、保健品以及背后所赖以支持的“理论”，其实都击中了人们心中的痛点、焦虑或暗合了某些心理，有着相当的社会基础。

例如，很多中老年人在新生领域逐渐失去威望，他们就急于在生活领域，依靠他们过去的经验、常识，通过对一些健康信息的转发来保持自己的威望。而对这些健康信息的真伪，很多中老年人并没有辨别能力。

然而，每个人在成长过程中总会遇到烦恼或者焦虑，随着时代发展，每个人都可能对新生领域不熟悉，失去原有的威望。这也为谣言的滋生和传播提供了社会土壤。因此，也有评论指出，要想改变“易感人群”的“易被骗体质”很难。

我们可以设想一下，如果那些打着“健康谣言”的幌子大行其道的食品、保健品不能在线上和线下商店出售，商家不能宣传发布无法提供相应科学根据的广告，这样那些沉迷于所谓的“健康谣言”的人群就不会买也买不到这类商品。发力“供给端”需要监管部门和电商平台形成合力。

然而，截至目前，**还未见到有关监管部门打击扯着“酸碱体质理论”的幌子来行骗的行为。**

新华每日电讯记者了解到，根据《消费者权益保护法》第55条，消费者维护自身权益时需要证明，经营者是在明知商品或者服务存在缺陷，仍然向消费者提供，并造成消费者或者其他受害人死亡或者健康严重损害的。然而，即使是美国“酸碱大师”当庭认罪，也未必能当然地推知所有的经营者都知道，除非有关部门依法对相关违法行为采取行政措施。

根据新出台的《中华人民共和国电子商务法》，**如果商家是利用电子商务平台进行虚假宣传，相关的平台和商家都需要承担法律责任。**尽管《中华人民共和国电子商务法》明年1月1日才正式实施，但是在法律实施前的这一段“过渡期”，电商平台更应该主动承担起社会责任，利用技术手段，筛查仍然借助“酸碱体质理论”宣传和销售的商品，主动为消费者“扫雷”。

这并非“酸碱体质理论”第一次被辟谣，别再让这次辟谣像商家所说的“过段时间这个事就没了”。保护消费者权益，不能光靠造谣者“自招”，更需要监管部门和电商平台及时主动作为。（记者张典标）

扫描二维码
关注新华每日电讯