

眨个眼就算授权，小心“购机惠”成为分期贷

营业员热情推销业务，却闭口不提贷款实质；消费者眨个眼就“被办理”分期付款，只要忘缴话费就会经历“爆炸催款”

商家在消费者不知情或不充分知情的情况下，只强调优惠，不提风险，诱导其购买存在较高风险的金融产品，明显涉嫌侵犯消费者的知情权、选择权和公平交易权

本报记者冯松龄、董晔华

“手机免费拿”“手机1元购”“信用购机”……近年来，一些电信营业厅里出现了大量的“购机惠”政策，买手机时只要对着营业员的手手机眨个眼进行身份认证，就可以得到几百到几千元不等的优惠。

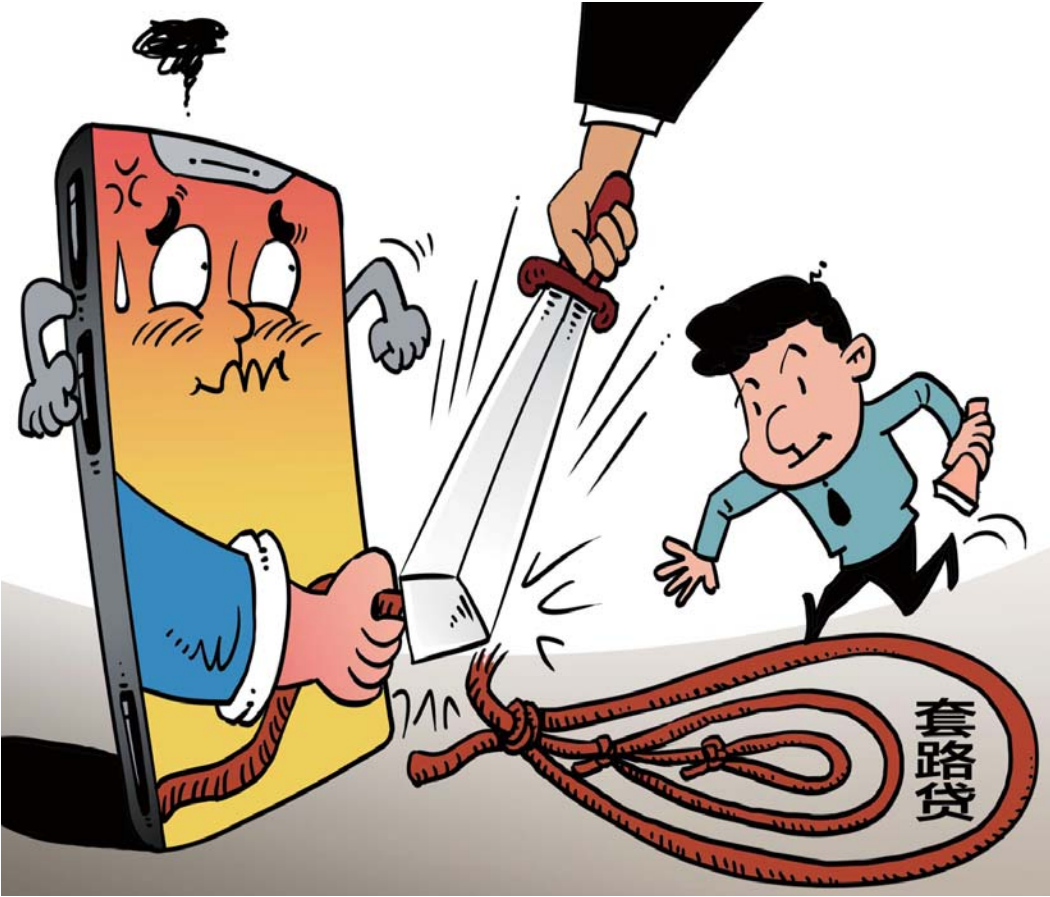
有这么好的事儿吗？记者在北京、杭州等地走访多家电信营业厅发现，一些营业员在消费者不知情的情况下，存在私自为客户办理分期付款业务的现象。

欠了话费却被催贷

2019年9月，小萨收到一条催债短信，被告知“已经逾期四天，翼支付合约机欠款50.08元，近期将上传逾期信息至中国人民银行征信系统”。

小萨对此一头雾水，因为她从来没办理过这项业务。后经查询得知，原来是她在去年1月，到电信柜台办理“碎屏险退费”业务时，“被办理”了这笔叫“橙分期”的业务。

无独有偶，从未办理过贷款业务的张女士也经历了“被催贷”。2018年8月底，张女士到电信营业厅买手机。营业员称，只要办理每月99元话



“斩断” 新华社发 郭德鑫作

费的电信套餐（含三张无限流量卡），买手机就可以直降800元。

张女士没有犹豫就办理了业务，售价为999元的手机，她只花了199元。然而，接下来的日子，只要忘交话费，张女士就会经历“爆炸催款”。催款电话和短信中屡次提到如不缴费将“影响征信”。

张女士查询发现，橙分期是某金融科技公司与中国电信合作推出的分期消费模式，为电信用户提供0元购机、话费还款的分期服务。

难道“热情”的电信营业员办理的直降800元手机优惠是一笔贷款吗？

2019年6月，张女士到营业厅要求注销账号，却被营业员告知，必须交满当时优惠的800元，还有违约金1000多元。张女士无奈地交了近2000元后，才最终销户。

杭州市民陈女士也反映，除“送手机”外，在办理电信业务时，营业员还以送电视、电动自行车、手表、流量以及帮缴物业管理费等名义，在她不知

情的情况下，办理了分期付款。

记者调查发现，“被办理”橙分期业务的消费者越来越多。自2019年1月到9月底，多名电信客户发帖称，自己在办理电信业务时，遇到了此类问题。有相当一部分消费者，因不知道这笔分期付款的存在，结果出现逾期记录。

发展“人头”还有奖励

“优惠购机”到底是怎样一种销售套路？记者随机选择了数十家电信营业厅进行体验。

——**隐瞒贷款实质**。“如果店员没有向您推荐直降1000活动，您可拨打17718501310举报获得100元奖励。”2019年9月25日，北京市西城区一家电信营业厅的宣传海报十分醒目。

营业员为记者办理这项业务期间，自始至终未提及消费贷。她只是承诺道，“原价1099元的手机，只要交99元就能拿到手，但每月必须交129元的话费。”

警惕！“量子+生活”产品，几乎都是骗人的

“遇事不决，量子力学”，这句本是科幻和电影界的戏谑和调侃，如今成为不少量子行业从业人员心中的“痛”

专家指出，量子技术暂时还没有与日用品扯上关系，目前所谓“量子+生活”的产品，几乎都是骗人的东西

公众要通过了解最新科学进展，防止跌入网上谣言的陷阱，阻止谣言的二次传播

本报记者周琳

孩子们统一着装，正快速翻动手上的书本。“5分钟内阅读10万字，读完可以完整复述内容”，这样的特异功能被印在培训机构的海报上，成为一种“开发全脑潜能”的教育方式。此前不久，这则“量子波动速读”比赛视频频频登上热搜。

这只是借“量子”概念“谋财”的一个案例。

针对这种骗局，知名科普平台“墨子沙龙”的一篇文章科普说，无论波的概念如何拓展，书本上的油墨并不具备辐射和传播的功能，书本所承载的智慧和知识，更不会自动呈现到你脑子里。想要提高阅读能力，将死的文字变为自己脑中的知识，只有多读这一条路可走。

然而，捷径的吸引力是巨大的。记者调查发现，随着我国量子技术的不断突破，借此造假的骗局也不断刷新。

“量子商品”无所不能

从低段位的量子水、量子袜、量子项链，到高

段位的专利、资本市场包装，量子概念正在被不少嗅觉灵敏的“生意人”，拿来当成忽悠的“旗号”。

——**低阶段位：“吹嘘商品”**

在淘宝上搜索“量子”，林林总总各类“量子商品”有上百种：量子水、量子项链、量子烟盒、量子眼镜、量子车膜、量子防辐射手机贴、量子超瓷能量碗……仔细搜索，还有不少量子保健商品，有的甚至打出“量子医学”的概念。

这些商品的共同点是“功能强大”、价格不菲。比如量子袜，既能“防臭”还能“增加能量”，一双价格在30元以上；一款宣称可“直达肌肤底层”的量子美颜喷雾，标价88元；更贵的一款“量子超能共振器”，标价1500多元，号称内含“300核量子芯片”，可以利用量子每秒钟高达上亿次的谐振共振修复紊乱的人体细胞磁场。在一家量子生物科技公司的官网上，声称一款名为“中鼎量子酒”的产品已上市，该产品通过量子技术提高震动频率，从而增强健康因子的能量，达到酒疗功效。该公司目标是2015年-2020年实现量子酒年产2000吨，产值人民币12亿元。

有专家无奈地说，所谓的量子水、量子药、量子肥料等都是忽悠大众的名词，根本跟量子一点关系都没有，将本应纯洁的学术领域炒作得乌烟瘴气。为了让这些产品看起来更加可信，商家还会叠加多个科学概念，让消费者更难分辨。例如，量子共振器就叠加了“负氧离子”“微米电磁波”“太赫兹”等诸多名词。

上海交通大学教授金贤敏告诉记者，尽管生命现象中有不少可能存在量子效应，比如生物导航、光合作用，但由于这些现象太宏观，实验非常困难，“在实验室中尚未能够实现，怎么就在市场上大行其道？判断一个商品是不是量子的，就是要看它有没有用到量子的相干性、叠加性，如果没有用到，它就不是量子产品。”

——**中阶段位：“概念护体”**

为了让自己这些荒诞的言论看起来更加可信，这些公司包装自己的“套路”非常类似，大多是用专利、机构、峰会等“概念护体”。

利用“专利”。一家号称做量子科技的公司，在公众号中这样介绍：当安装量子水处理器后，超精微振动波被持续恒量地释放出来，通过筒壁传入水中。大的水分子团被分解为小的单个水分子，增强了水分子的活性及溶解性，从而让人体更好地吸收。

公司申请了多项实用新型专利，来为产品“背书”：一种“量子水管”提高了净化效率，净化后的自来水达到饮用水的标准；一种“量子超能洗衣纸”，可以实现突破性深层去渍，全面发挥卓越洁净功效；一种“量子芯片”，能够达到较高的量子能

量，增强量子能量的穿透力，治疗效果更佳，结构简单合理；一种“量子袜”，包含刻有量子能量的金属纤维，将穴位按摩与袜子相结合形成一种方便使用的涌泉穴按摩能量袜，能治疗多种疾病……

借壳“会议”。一方面在自媒体上发布耸人听闻的文章，挑拨起消费者的“健康焦虑”，例如推送文章喜欢使用“癌症离我们有多远”“轻度脂肪肝也可直接癌变，凶凶在这”等标题；另一方面，通过举办线下活动，找到更多机构帮忙颁奖、站台，进一步提升自己的“科技感”。

记者查阅发现了“量子科技产品应用与开发高峰论坛”，会议上囊括了来自中国、韩国、俄罗斯等多国专家，报道声称，“大会领导及到场嘉宾共同见证DNA量子能量仓开业仪式，专家讲解量子（生物波）医学与中医课程”，量子仓集合了七种能量（远红外电波、光子能量、电气波、电磁波、生物波、磁力场也叫引力波、远红外为代表的综合能量波）。

蹭“论文”。在科普平台“果壳”的一篇文章中，作者指出，2018年9月，这篇发表在中文核心期刊《中国针灸》上的《试论“量子纠缠”与针灸》论文曾在网络上爆红，声称“运用量子纠缠理论实现针灸临床的直系亲属互治，且效果显著”，受到了严重质疑。生物医学文献搜索引擎PubMed显示，这篇论文已被撤稿，给出的理由是“论文存在一些缺陷，作者提出撤回”，中国知网上也已无法搜索到。

——**高阶段位：“资本骗局”**

2016年11月，龙爱量子产业（深圳）有限公司（以下简称“龙爱量子”）在广东省深圳市注册成立。在该公司的网络平台上，不法分子宣称这是以量子尖端科技为核心，集研发、应用、推广、服务为一体的综合大型集团公司，通过公司生活商城投资产品，可以获赠积分。而实际上，“龙爱量子”要求参加者以缴纳费用的方式获得会员资格，会员按照一规则组成层级排列，以获取高额动态收益和静态收益，引诱会员不断发展下线，并以发展人员的数量和下线业绩作为返利依据，形成典型的金字塔状的传销会员体系。这一传销案件已被破获。而记者从裁决文书网查询的结果发现，即便已被广泛曝光，仍然有不少普通消费者上当受骗。

不仅是这样的传销案件，在资本市场拿“量子”来说故事的企业也不在少数。量子技术不仅对消费者来说真伪难辨，对于资本市场同样考验判断力。

“我就遇到过一个项目，说通过量子能量波进入人体生物电场进行‘量子共振’来实现基因检测。”越秀产业基金新制造投资部总经理吴煜说，资本市场的重要功能是资源配置，无论是伪量子

办理期间，记者就收到了提示分期还款的短信。经过多次询问，这位营业员答复称，“你不用管这些短信，你只要交你的话费就可以了。”

在北京市朝阳区一家电信营业厅，记者也遇到了相同情况。一名营业员表示，“橙分期”就是一个业务名称，但闭口不提贷款实质。

——**发展“人头”有奖励**。记者调查发现，如果消费者对“分期”业务的安全性提出质疑，电信营业员便会“抛出”各种诱惑。作为“主打”业务，西城区这家营业厅强调，“不是人人都有这个额度，如推荐朋友来办理，还能得到红包奖励。”

朝阳区这家营业厅的员工直接表示，如果今天办理，不但不用补手机的差价，还送价值149元的无线耳机。为了表示这项业务很“靠谱”，这位营业员拿出办理该业务的名单，上面标注许多消费者已领了耳机、茶具等不同赠品。

——**用“优惠”包装“贷款”**。这项业务是电信业务吗？记者向电信客服致电咨询，对方首先肯定了该业务属于电信。当记者询问这项业务是否具有贷款性质，客服回答“是”。

那么到底什么是橙分期？对用户有没有影响？未告知客户贷款性质便办理业务，是否合规？电信客服表示，该业务不在客服处理范围之内，需要记者拨打“翼支付”客服电话进行咨询。

记者随后致电“翼支付”人工客服，对方又为记者转接到专业处理“橙分期”业务的客服人员。

该名客服起初与营业员回答的如出一辙：“缴纳话费即可、对个人毫无影响。”

当记者追问“这项业务是不是消费贷款时？”该名客服承认了这项业务的实质：电信利用自己庞大的用户基数，在用户办理橙分期业务对镜头眨眼的同时，实际是在授权电信以用户名义，办理一笔甜橙金融贷款。用户交话费其实就是还本金，而贷款所产生的利息，则由电信美其名曰“红包返现”，由翼支付直接代扣。

正常情况下，只要电信按照约定返还红包，就不会出现逾期。但只要手机欠费，就会暂停发放红包。这也就是为什么办理该项业务后，用户不交话费，会“上传征信”或者“被催贷”。

——**如不按期缴费，将影响征信**。用“购机惠”进行包装的橙分期，到底是不是网贷？办理之后会对用户产生什么影响？

中南财经政法大学数字经济研究院执行院

长盘和林分析称，橙分期从穿透性监管来看，冻结24个月花呗额度，且是翼支付分期，逾期违约金较高，这些都符合网贷特征。

“即使电信按期自动扣款，如消费者账户资金短缺，无论金额大小，都很容易对其征信造成影响。”他还表示，橙分期的违约惩罚措施，分为违约金和滞纳金两部分，违约金是银行贷款基准利率的四倍。很明显，这项业务并不像营业员所描述的那样“万无一失”。

——**营业厅还有“两张面孔”，消费者维权难**。记者调查时还发现一奇怪现象，有的营业厅热情推销橙分期业务，有的营业厅则表现“淡定”。

记者致电中国电信客服得知，其营业厅分为官方营业厅与合作代理营业厅。客服承认，合作代理营业厅有些并不是电信“正式员工”。而向记者推销橙分期业务的，正是合作代理营业厅的工作人员。

消费者该如何自保

“优惠购机”活动到底存在哪些法律风险？消费者又该如何做好自我保护？

中国法学会消法研究会副秘书长陈音江认为，这种“诱导式办理流程”，侵犯了消费者知情权。

“商家在消费者不知情或不充分知情的情况下，只强调优惠，不提风险，诱导其购买存在较高风险的金融产品，明显涉嫌侵犯消费者的知情权、选择权和公平交易权，消法对此有明确的规定。”陈音江表示，因此无论是电信运营商，还是橙分期经营者，都应事先告知消费者安全注意事项、限制权利条款等，然后再让消费者自主决定是否购买。

他认为，运营商在开展业务时，要在显著位置公示公布所有收费业务及标准，以显著方式提请消费者注意有关收费标准、安全注意事项和风险警示等，确保每笔收费业务都真正做到全面、准确告知，充分保障消费者的知情权、选择权和公平交易权。

对于已办理该项业务的消费者，虽然通过“对着镜头眨眨眼”授权，但这并不意味着运营商可以不担责。如果消费者不知情，那么根据合同法有关规定，该协议条款无效。如果有证据证明，运营商存在故意隐瞒或欺骗，消费者可以要求惩罚性赔偿。

陈音江建议，有关部门应进一步加大监管力度，一旦发现损害消费者权益的违法违规行为，不仅要责成经营者退还费用和赔偿损失，还要依法对其进行处罚。此外，消费者也要不断提高自我保护意识，以免上当受骗。

（参与采写：宋美彤）

是要相当长的时间才能做到，真正研制成实用的量子器件是一个艰难的过程。

在量子测量领域，国内代表性的企业是国仪量子等，提供的产品主要有以增强型量子传感器为代表的核心关键器件和用于分析测试的科学仪器装备。

——**莫让山寨影响真正的创新**

“墨子沙龙”负责人朱燕南说，比如2017年忽然兴起的量子水、量子鞋垫，以及2019年忽然大火的量子波动速读等，实际上都是骗人的。

在第二次量子革命的浪潮下，科学家不光在做科研，也在努力做科普，与伪科学“较劲”，但“去伪存真”非常困难。借由这一科学概念进行的山寨、欺詐等行为，会给行业的良性发展带来极大的困扰。

“假冒产品多了，将来大家对好的、坏的量子产品都会反感。”国内一位量子领域的科学家无奈地和记者说，量子概念的滥用对市场和产业的正常发展都是非常负面的。

国际电信联盟量子信息技术焦点组联席主席张强说，科普远不及谣言和传播得快有多方因素：比如国民的科学素养还有待提高，对新兴科学技术类新闻报道和虚假宣传的辨别力不足；市场监管部门和量子学界没有充分的联动，“伪量子”产品利用人们的知识盲区招摇撞骗时，市场监管人员很难科学监管、及时响应，一些自媒体在传播中也可能存在博眼球追热点的情况。“怎么系统性地做量子科普，如何通过建立快速有效的监管机制，如何通过公益诉讼等提高虚假宣传的违法成本，都是探讨的方向。”

“量子科技发展过程中有没有商业炒作和公关行为？”科普平台“知识分子”内容总监李晓明告诉记者，量子科技竞赛要区分商业炒作、公关和真正的创新。

专家指出，量子技术暂时还没有与日用品扯上关系，目前所谓“量子+生活”的产品，几乎都是骗人的东西。“我们一直尝试用老百姓听得懂的语言、灵活多样的方式，既发布权威的量子科研资讯和科普文章、漫画，又从实际出发，针对社会上各种谣言逐一击破。”

“除了做量子科普，我们还围绕人工智能、生命科学等前沿科技，通过线上线下活动，展现科技之美、科技力量，让公众了解科学对人类社会发展的巨大推动作用。同时，公众更要通过了解最新科学进展，防止陷入网上谣言的陷阱，认清一些信息不对称导致的骗局，并有理有据地进行戳穿，阻止谣言的二次传播。”朱燕南说。