

跟“毒书皮毒跑道”较劲的“硬核老爸”



▲实验室中的魏文锋。



▲魏文锋参加消费维权线下活动。受访者供图

本报记者王俊禄

女儿一张“毒书皮”，让他开始“较真”婴童产品

魏文锋自掏腰包，找节目制作公司把“毒书皮”的危害拍成短片，上传网络给公众做科普，短短几天，观看次数就超过了1500万

故事要从一张薄薄的包书皮说起。2015年8月，魏文锋的女儿开学在即，需要家长帮忙包书皮。买来后打开，一股刺鼻的味道扑面而来，“光凭味道就知道，有问题！”这种直觉源于他的职业经历。魏文锋曾在出入境检验检疫部门工作十多年，专业就是产品检测。仔细翻看眼前包书皮的包装，魏文锋进一步证实了自己的判断：这些是典型的无商标、无企业地址、无联系方式的“三无产品”。

但就是这种商品，当年却在线上线下大行其道。有孩子上学的家庭，几乎家家都买过，却没意识到这张薄薄书皮背后的质量风险。干脆，魏文锋在一些学校门口的小店里，购买了7种类似的书皮，然后，他自费近万元，寄去泰州市国家精细化学品质量监督检验中心检测。结果让人震惊，这些透明的书皮含有大量的多环芳烃和邻苯二甲酸酯。而这种书皮，是国际公认的强致癌物，而“邻苯二甲酸酯”是具有生殖毒性和可迁移性的增塑剂，对生长发育期的儿童以及孕妇有危害。然而，短时间内让“毒书皮”在市面上消失的难度很大。由于当时国家标准GB21027-2007《学生用品的安全通用要求》中，暂未对邻苯二甲酸酯类、多环芳烃等有害化学物质的使用进行规定，而推动国家标准的修改极其复杂，耗时将会很长。

魏文锋自掏腰包，找节目制作公司把“毒书皮”的危害拍成一部短片，上传网络给公众做科普，短短几天，观看人次就超过了1500万。为了让更多家长避免“中招”，他还创建了微信公众号“老爸评测”，发布了第一篇推文《开学了，您给孩子买的包书皮有问题吗？》。一传十，十传百，全国各地学校和家长开始意识到包书皮里的安全隐患。魏文锋也第一次见识到互联网传播的力量。此后，家长们开始对魏文锋寄予“厚望”，不仅以孩子的口吻亲切地叫他“魏老爸”，还希望他能够继续当儿童产品的“啄木鸟”。“是大家推着我去前跑。”由于创设的第一个公司已步入正轨，魏文锋便考虑把兴趣做成事业，成立了杭州老爸评测科技有限公司（以下简称“老爸评测”），来回应粉丝朋友的期望。

“硬核”科普，推动国家标准修订

他把孩子们身边常用的物品挨个测了一遍：操场跑道、校服、儿童手表、PVC桌垫、书柜……

“老爸评测”有个特殊岗位：翻译官。解读是，“把数据翻译成话”。在难懂的成分、配比等数据面前，消费者往

网红直播“种草”，他则专注于“拔草”，把不合格产品、消费陷阱、行业漏洞挑出来“示众”，甚至改变了行业标准，受到数千万“粉丝”热情追捧。超标“毒书皮”、真假化妆品、胶水棕床垫、隐患磁力珠……创业5年来，杭州“老爸评测”创始人魏文锋共检测商品品类300余个，具体产品不计其数，成为网民推崇的“科普达人”。

往头一雾水，更遑论“挑刺”。魏文锋想当这个桥梁，让消费者更直观地分辨商品的优劣。“每多检测一个样品，就给孩子多一分安全。”魏文锋在“老爸评测”成立后的几年里，把孩子们身边常用的物品挨个测了一遍：操场跑道、校服、儿童手表、PVC桌垫、书柜……后延伸到魔术擦、竹菜板、棕床垫、木地板等家居用品，触及品类越来越多。站在公众前，断人财路，难免会遇到风险。有被曝光的商家气势汹汹找上门要说法，公司论坛数据也曾遭黑客入侵，检测资料一夜被删除，还有商家以侵权之名起诉到法院，要求删稿。更有甚者，他的住址等信息被人恶意曝光。凭一己之力对抗这些攻击，一般人或许会知难而退。

“我们不怕，有检测报告、科学依据支撑，更有全国家长的支持。”魏文锋很坦然。一条“硬核”科普视频，受到粉丝们的点赞和支持，甚至影响着国家相关标准的修订。2016年，老爸评测在全国9座城市、15所学校（含幼儿园）开展校园跑道检测工作，在校园跑道中发现神经毒素二硫化碳及二甲基呋喃、甲苯、乙苯等有害气体。“毒跑道”曝光之后，引起社会广泛关注，相关单位迅速整改。

更重要的是，这次调查推动GB36246-2018《中小学合成材料面层运动场地》修订，包括二硫化碳在内的18种有害物质被写入塑胶跑道检测项目的黑名单。他的努力也引起了主管部门的关注和支持。2017年，“老爸评测”检测发现儿童电话手表表带中含有多环芳烃这种物质，随后，深圳消保委编制了《深圳市儿童智能手表标准化技术文件》团体标准，对表带中的多环芳烃类物质新增了限量规定。

2018年，白砂糖新标准放宽了漂白成分二氧化硫的指标，使消费者无法通过白糖的等级来区别优劣。“老爸评测”曝光3个月，迎来国标再次修订——国家标准GB/T317-2018《白砂糖（修订版）》出台实施，恢复了白砂糖的4个等级划分。一件件触目惊心的病例，让魏文锋觉得只在自媒体上发声还不够，于是联系了各大电商平台治理部，告知磁力珠的安全隐患。今年10月，全网电子商务企业规范指导暨行业高质量发展推进会在杭州召开，全国近50个电商平台参会，魏文锋作为演讲嘉宾，吁请平台方加强对网售儿童用品质量安全的审核，规范店铺宣传广告。

作为普通人，任何一项“战绩”都足以“炫耀”好几年。“人民需要评测，评测为了人民”，魏文锋认为，利用和发挥民间的检测力量，为政府监管部门做强有力的补充，已经成为产品质量安全社会共治的有效形式。2017年11月，“老爸评测”被原浙江省质量技术监督局授予浙江省产品质量安全伤害信息监测点，担当产品质量的“安全员”。今年11月，“老爸评测”正式成为“科普中国”传播矩阵新成员。

和儿科医生一道，“杠上”磁力珠

“老爸测评”第一时间在自媒体平台发布预警信息，提醒家长让孩子远离磁力珠。没想到，这条预警视频随即避免了一场悲剧。

今年6月，魏文锋关注到成人解压磁性玩具巴克球，因为磁性强、颗粒小，且部分电商卖家将其宣传为“儿童玩具”“儿童益智积木”等，打起擦边球，存在误导消费、被儿童误食后危害生命的风险。在不少儿童医院，儿科医生每见到一个误食磁力珠的幼儿，便对这类东西增添一重厌恶：“太害人了！”一番研究后，“老爸评测”第一时间在自媒体平台发布预警信息，提醒家长让孩子远离磁力珠。没想到，这条预警视频随即避免了一场悲剧。

浙江金华的一位妈妈是“老爸评测”的忠实粉丝，当她浏览了这条视频后，顺便问家里两个儿子：“你们有没有吃过磁力珠？”结果，孩子们异口同声：“吃过！”这个回答让妈妈瞬间后背发凉。7岁的哥哥曾一次性吃了3颗，他“警告”弟弟说，这是自己的玩具，弟弟不能吃。于是，弟弟每天就比哥哥早起半小时，连着几天偷偷吞下了8颗。妈妈急忙把兄弟俩送医。哥哥因为是一次性吃的，所以磁力珠全部吸在一起，通过肠道自己排了出来。可是弟弟就没那么幸运，分批吞下的8颗引起肠穿孔，三天时间里经历了两次开腹切肠手术，以后不能再做剧烈运动。这个案例做成视频后再次发布，一天时间里观看人数超3000万，有9.1万人在后台留言，其中大部分评论是要求禁售该类产品。很多医护人员在后台留言爆料：因为误食磁力珠而住院的儿童非常多，甚至有孩子因送医太迟而失去性命。

一件件触目惊心的病例，让魏文锋觉得只在自媒体上发声还不够，于是联系了各大电商平台治理部，告知磁力珠的安全隐患。今年10月，全网电子商务企业规范指导暨行业高质量发展推进会在杭州召开，全国近50个电商平台参会，魏文锋作为演讲嘉宾，吁请平台方加强对网售儿童用品质量安全的审核，规范店铺宣传广告。

甲醛检测仪“漂流”4年服务6万多个家庭，未有过恶意损坏和失窃

参与检测的家庭通过写日志的方式，将自己的经验分享给更多人。“魏老爸，我们家刚装修完，味道特别大，家里

有小孩，很担心甲醛问题，怎么办？”魏文锋经常在后台看到这样的留言。随后他了解到，普通家庭装修后测甲醛，要么选择当地的甲醛治理公司，要么自己找检测仪器。网络上买到的几百到上千元的检测仪器基本不准确，无法得出可靠的结论。魏文锋就萌生了个念头：花钱购买真正准确的仪器，以“漂流”的形式分享给粉丝们。2016年7月，“甲醛检测仪爱心漂流”正式上线了，用的仪器均是进口自日本的一款工业级仪器，单价上万元。通过这个活动，老百姓可共享检测仪，让空气检测不再昂贵。

那么，在全国这么多家庭漂流的过程中，如何保证万元甲醛仪不受损坏的呢？魏文锋表示，“甲醛检测仪爱心漂流”项目上线4年来，在6万多个家庭中进行传递，一直不收检测押金，也正是基于这份信任，几乎未出现过人为恶意损坏和失窃的问题。随着甲醛仪一同漂流的，还有日志。参与检测的家庭通过写日志的方式，将自身的经验分享给更多人。不管是漂流日志本，还是线上的检测数据日志，都记载了满满的数据、心得和个人故事。记者看到，已收回的日志本有成百上千，记得工工整整，更传递着满满的温情。截至目前，“老爸评测”已收到4万多篇翔实的检测日志。在这些日志中，有因为检测合格而高兴的孩子家长，有为检测超标而迅速警醒的新房业主，还有发现超标后及时搬走的租房一族。除了国内，漂流最远的一台甲醛仪还到过澳洲。澳洲站第一位预约的用户留言：参加甲醛仪漂流活动，更多是为了检测之后得到一份安心的数据，让宝宝们能够健康成长。

“本质是做企业，产生了公益的效果”在魏文锋看来，不管是公益还是生意，可持续更为重要。要探索以信用、信任为基础的市场化路径。魏文锋很怕别人把他们当公益机构，贴上道德标签。“我们本质是一家企业，不同的是通过我们的努力，产生了不少公益的效果。”在他看来，不管是公益还是生意，可持续更为重要。要探索以信用、信任为基础的市场化路径，他必须“有所为有所不为”。

“专业检测不是摸摸看看，而是一个很费钱的事。”2015年，魏文锋投入了100万元为大家做检测，年底就“烧”得差不多了。眼看着就做不下去时，有粉丝朋友建议他去众筹。于是，魏文锋做了一份商业计划书，发布到众筹平台。他的预估是再筹100万元，但没想到短短一个晚上，就筹到了200万元。得到了认可和支持的魏文锋，同时感受到了压力，也有了“更加要把这个事情做好”的决心。2018年6月，老爸评测通过“自媒体评测+优选电商”的模式由亏转盈。

公司有利润之后，魏文锋马上就给支持他股权众筹的100多位粉丝分红，自己不舍，让他们拿回投入的资金。很多人非常感动，他们当年大多只是单纯地支持，没有想过要拿回这笔钱，没想到有一天还能获得分红。“这就像无心插柳一样，是一帮善良的人在一起想要做件正能量的事情。”魏文锋表示，老爸评测虽然运营自己的线上商城，但始终坚持三条原则——一是不做广告，不写软文，“如果接企业的广告，就偏离了我们的初衷，评测就难以保证公正公平”。二是选择从市场上购买的，或者家长、粉丝寄来的产品作为样品，不接收厂家直接赠送的样品，“因为担心调包”。三是坚持将样品送到权威、有资质的第三方实验室进行检测，由公司来支付检测费。据了解，“老爸评测”5年来已经花费逾1000万元的检测费。

今年10月，在老爸评测5周年庆典上，又一创新模式“老爸抽检”项目发布。他们将从消费者角度出发，以“老爸标准”为依据，和消费者一起，对产品原料、生产过程、产品品质等进行全方位的检测评价，从而挑选出优质的产品，并且不定期进行抽检。经过5年的积累，他们共评测产品类目300余个，全网粉丝3600余万个；公众号阅读量近5700万人次，抖音、快手、B站、小红书发布视频近1400条、播放量23亿人次……据介绍，“老爸评测”基于对国内市场产品的研究，立足于国家标准和行业标准，并对比世界卫生组织、欧盟、美国、日本、澳大利亚、新西兰等国家和地区及国际组织，对同类和类似品类产品的相关指标，制订了一系列标准性文件。目前，“老爸评测”已经制订了涵盖化妆品、日用品、食品、婴幼儿辅食、玩具、纺织、家电、学生用品等8大品类、共计100个产品标准——“老爸标准”。“老爸评测”市场总监李华楠表示，消费者作为神秘买家，可以深度参与到产品检测、现场审核、抽检等全过程，从而确保抽检结果公开、公正、绝对透明，督促生产厂商在源头上把控产品质量，共同为消费者提供高品质产品。“在老爸评测的商城里随便买都放心”“我家宝宝的都选魏老爸的推荐”“魏老爸，麻烦再评测一下xx牌的面霜”……看到粉丝们的评论时，“这种沉甸甸的感觉是最大的压力和动力”。魏文锋说，用专业的高标准检测，对品牌乃至行业进行查漏补缺，鞭策生产者不断提升产品质量，最终推动行业进步，“让中国老百姓选得到高品质产品，过得上高品质生活——这是大家的共同心愿”。（参与采写：吴璿）