



“大学自主招生始终存在比较普遍的监管难、不透明问题。”

教育部办公厅1月4日下发的一道通知,给2019年大学自主招生备考考生浇了一盆冷水。《通知》提出了“十严格”要求,包括要在现有基础上进一步降低给予自主招生考生的优惠分值、高校要在上一年录取人数基础上适度压缩招生名额等。有教育专家分析,2019年大学自主招生的严管和缩招,或与2018年自主招生曝出的考生论文造假事件有关。(21世纪经济报道)



庞大的用户规模加上匮乏的防诈骗意识,短视频自然成为不法分子绝佳的牟利途径。

短视频诈骗,翻看案例就会发现上当受骗的人还真不少。有的人用视频内容吸引用户加好友,冒充微商骗钱;有人发布“红包返利”的活动信息,一旦得手玩消失;还有的人以“免费领取苹果手机”为借口套取用户信息,索要“快递费”“手续费”“所得税”……(人民网)



文物一旦破坏就难以复原,公众对此高度敏感,并不多余。

网友的一次次随手拍、媒体的一次次曝光、有关部门的一次次追责,提升了人们保护文物的意识,也让简单粗暴的“毁容式修复”变得非常敏感。这种敏感对“毁容式修复”等乱象可起到一定程度的阻止作用,但真正能够给分散在各地的古文物、古建筑以科学修复方案,并且指导和参与完成科学修复的还是专业的文物修复人员。而在我国,这方面的人才却严重不足。(光明日报)



儿童玩具及用品致伤问题增速较快,0岁至14岁儿童在总伤害案例中的占比持续增长,因儿童误食或误塞小零件等导致的伤害占比达53.23%,与童车类产品相关的伤害占13.17%。

产品伤害监测工作显示,2018年前三季度,从全国17地56家哨点医院采集与产品相关伤害信息11.6万例,其中涉及儿童玩具及用品1283例。(法制日报)



从城市转战农村专骗留守老人,与监管部门玩起“猫鼠游戏” 业内人士揭保健品营销黑幕

以各种方式获取老年人信息 摸清老人心理骗局环环相扣

陕西的陈大爷患心脏病已有多多年。女儿要带他去医院体检,他死活不肯去,坚持说:“人家说我有脑梗,要吃专门秘制的‘玛卡’才有效。”

最近,陈大爷又去参加了一个讲座,买回来一些“皇家御用补品”。陈大爷对这些保健品深信不疑,“吃了能够补气,人没气了,就会死的”。

有时陈大爷吃了保健品感觉不适,推销人员马上告诉他,“吃了不舒服的,正好说明产品有效果,这是和体内疾病作斗争的正常反应”。

听了陈大爷的事,肖霞(化名)抿着嘴笑了,“套路,都是套路”。

肖霞曾是保健品销售公司从业者,“我现在已回头是岸了”。

“刚开始卖保健品的时候,不知从哪里入手。后来经过公司的专业化培训,才知道有一个固定流程,各个层级的人员分工清晰,形成了一条成熟的营销链条。”肖霞说。

肖霞所说的营销链条,包含信息获取、客户分析、上门约访、专家讲课、开单收款与退换货等步骤,各步骤环环相扣,终极目的就是让老人掏钱。

“获取老人信息的方式有很多,也容易。如派送鸡蛋让老人填表、免费测血压搜集信息、赠送牙刷要登记资料等。拿到老人资料后,讲师、业务员会坐在一起进行客户分析,然后圈出优质客户。”肖霞说。

据肖霞介绍,优质客户就是可能购买保健品的老人。接下来,就是上门约访。每名业务员的书包里都有血压测量器、血糖仪,以摸清老人病情。除此之外,还要摸清老人家庭情况、经济状况。“经过多次聊天,跟老人熟络了,就可以邀请老人参加健康讲座”。

自称已经“金盆洗手”的陈纬民(化名),曾经是一家保健品公司的会议营销讲师。他对老人进行洗脑时的身份,是“健康专家”。

陈纬民表示,很多会议营销,都是用免费赠送小礼品的手段吸引老人参加的。“只要一个小区的老人知道了,大家都会转告,一起来听课拿礼品”。

“老人来了,一开始不要讲产品,而是传授一些保健秘笈,给老人讲养生常识。在讲座中,还要时不时引入

一些生物科技、量子科学、激光治疗等时髦概念。”陈纬民说。

讲课第一天,陈纬民会向老人推荐一种小型按摩器。“这款德国产的按摩器,能起到磁疗和理疗、治疗慢性病的作用。但这么好的东西不卖,只用于奖励那些积极参加互动的老人”。

于是,很多老人为了奖励,不论是回答问题还是上台互动都非常积极。用不上两三天时间,老人的胃口就被吊起来了。

在会场,陈纬民声称有一款价格过百万的“量子弱磁场分析仪”,可以为老人进行免费体检。

“体检结果出来后,业务员一脸焦急地告诉老人,病情现在已很严重,为卖保健品做好铺垫。”陈纬民说,对于保健品的销售,一般是采取限时抢购的形式,声称只卖两三天就不再销售了,让那些还在犹豫的老人赶紧掏腰包,以免因停售而后悔。

“这个行业的利润可谓暴利,绝对是一般人想象不到的。成本也就两三百元的产品,经过一包装,卖给老人的价格翻了好几倍。”陈纬民说。

保健食品欺诈向农村蔓延 不法分子多瞄准留守老人

知情人告诉记者,随着城市打击力度的加大,保健食品欺诈乱象开始向农村转移。

家住安徽省合肥市郊区的吴奶奶今年70多岁了,两个儿子一个女儿都很孝顺,每月能给她提供3000元以上的生活费。

吴奶奶的身体状况不错,生活能够自理。可一年前,村里来了一批卖保健品的人。吴奶奶跟着别人去听了一次讲座后,就一发不可收拾了。

“早上5点就出门,哪里有讲座就跑到哪里。跟被洗脑似的,认为保健品能治百病。听完讲座,就带回一堆保健品。”吴奶奶的儿媳告诉记者。

记者采访得知,目前青壮年都进城打工了,村子里多是些留守老人和妇女,这就给一些不法分子提供了机会,他们抓住老人妇女的心理弱点,制造一些骗局坑蒙拐骗,令人防不胜防。

在合肥打工的朱毅最近回老家,母亲给他讲了“捡便宜”的经历,让他哭笑不得。

朱毅的母亲闲着没事,经常去广



场“看热闹”。卖保健品的人声称保健品效果很牛,保证药到病除。由于每盒药要100元,不少老人都不舍得买。于是,卖保健品的人承诺,谁先买谁优惠,第二天药钱全部返还,前三名倒给100元。一些人抱着试试看的心态就买下来了。

第二天,村民真的收到了卖保健品的人原封不动的退款。于是,包括朱毅母亲在内的大半个村子的人都买了保健品。可是等到第三天,卖保健品的人消失得无影无踪了。

现场取证困难监管不易 建新格局避免分散而治

有心理专家认为,老人之所以对保健品“着迷”,是因为老年人大多出现这样或那样的疾病,他们非常渴望自己的身体能够健康。而这些所谓的保健品讲座,常常夸大其词,宣传自己的产品能够治好各种疾病。

南昌的方大爷买了一盒“玛卡”,花了3800元,推销人员声称能治脑梗、高血压、心血管疾病。方大爷服用一段时间后,发现毫无效果。

在确认为“三无”产品后,方大爷先后向当地派出所、工商局、食药监局求助,但问题始终没有得到解决。

记者采访发现,在对保健品虚假宣传的查处上,除了方大爷这样的消费者遭遇投诉无门外,监管部门也有一肚子苦水。

广西桂林一市场监管执法人员告诉记者,在审批机制日益放开的大背景下,生产保健食品的审批机制十分简单,企业很容易就可取得食品经营许可证、产品注册号或备案号。相反,虚假宣传的取证,一直是摆在监管部门面前的难题。“今年,我们投入了更

多力量整治保健品市场,但破案率却直线下降。而且很多时候查出来的产品,有批号和蓝帽子,是货真价实的保健食品”。

事实上,在与执法部门玩了多年的“猫鼠游戏”后,一些保健品公司也在研究如何规避打击。

“健康讲座一般选择早上5点到6点之间,执法部门基本上都没有上班,不会有执法人员来干扰会场。”成都市市场监管部门一名工作人员说,他们想进入会场暗访,但会场门口的保安发现是年轻人就坚决不让进,执法人员要想获得一手证据相当困难。

河南某食药监局化科的曾科长告诉记者,以前,保健品公司大多在会场宣讲产品功效,然后开始营销,执法人员很容易抓到证据。但如今这些公司都改成了会议营销,让老人去指定地点购买。“这种把营销推广与实际销售分开的模式,给执法监管带来了很大难度”。

曾科长还说,普通的压片糖果,包装上印着是保健食品,销售员却对老人说,这是能治百病的“神药”。可我们一检查,销售员马上改口说是保健食品,没说能够治病。更多的时候,老人不配合我们,反而配合销售员。

有专家认为,保健品监管的难点,还在于缺乏有效的执法手段。对于监管部门而言,因单个部门职能所限,一般是采取联动机制综合执法,然而要形成大规模联动机制并不容易。“2018年3月,国家组建国家市场监督管理总局,将过去分散式的各部门监管变为统一的集中监管。在新的监管格局下,可以在组织市场监管、推进综合执法方面形成良好的制度模式,真正避免以前分散而治、职能交叉等问题”。