

编者按：

每有引人关注的社会事件、法律问题发生，律师往往能在第一时间给出提示、提供服务。我们为读者采集律师对这些身边事的法律解析，让您不用出家门就可享受“律师服务”。

当心“防脱战”里的智商税

律师：非药品宣传具有医疗功能涉嫌违法

据《羊城晚报》报道，不只防脱发，还能白发变黑发，小小黑芝麻丸真有大能量？近日，冲上热搜的黑芝麻丸被监管部门辟谣引发关注。律师表示，非药品类产品宣传具有医疗功能属于违法行为。

打响“发际线”保卫战

狂掉发、青年秃、少白头等脱发年轻化现象越来越普遍，年轻的你开始“发际线”保卫战了吗？丁香医生《2021 国民健康洞察报告》显示，脱发已位列健康困扰前十，脱发年轻化趋势愈发明显，其中存在脱发困扰的 95 后、00 后人群占比均达到 33%。同时，阿里健康数据显示，城市地区线上脱发治疗药物人均年消费均超过 260 元。

年轻群体的防脱战已然在火热进行。记者在多个电商平台发现，一批宣称依据传统古法调制、可防治脱发白发等功效的网售商品销售火爆，如人参黑芝麻压片糖果、滋养乌黑增发糖果、黑芝麻丸等。

在上述商品的描述中，大多数产品的介绍中，都将“防脱黑发”“疏通毛囊”“以黑补黑”作为噱头进行宣传，部分产品注明了“老年白”“劳累白”“遗传白”“少年白”等适宜人群范围，并承诺使用一定疗程转好后停用不复发。不过，这类压片糖果、黑芝麻丸是否有副作用，大部分商品均没有相关描述。

“脱发从病理原因角度来看，主要是雄性激素脱发、免疫细胞攻击毛囊引起的斑秃以及压力太大导致的精神性脱发三种类型。”中山大学药学院（深圳）副教授、博士生导师王旭升在接受记者采访时表示，目前雄性激素源性脱发可通过非那雄胺、米诺地尔这两款药物进行预防和治疗，另外两种类型脱发症状国内外还没有经临床试验后批准的治疗药物。

对于民间“以黑补黑”、靠黑芝麻类食品就能固发生发的传言，王旭升也给出了解释。“最新的科学研究表明，白发是因为毛囊里面没有黑色素细胞了，连这类细胞都没有的话，吃这些都是没有意义的。”王旭升说，“吃黑芝麻补头发”跟“吃核桃补脑”的说法一



资料图片

样，根本性质都是伪科学。同样，食用人参等中药材促进血液循环来生发的说法，也没有临床试验的数据支撑。

宣称疗效涉违法

记者留意到，在电商平台以及小红书、微博、B 站等平台的帖子里，号称具有防治脱发、白发变黑发功能的压片糖果和黑芝麻丸食品并不少。

根据《食品安全法实施条例》第三十八条第一款规定，“保健食品之外的其他食品，不得声称具有保健功能”。按照《食品广告发布暂行规定》第十三条规定，“普通食品、新资源食品、特殊营养食品广告不得宣传保健功能，也不得借助宣传某些成分的作用明示或者暗示其保健作用”。保健食品拥有较高的技术壁垒和行业门槛，需由国家食品药品监督管理局予以批准。如果以普通食品宣称疗效，对广大患者构成误导和欺诈，涉及违法。

北京市京师律师事务所合伙人、北海国际仲裁院仲裁员钟兰安在接受记者采访时表示，依据《广告法》第十七条、第十八条以及《食品安全法实施条例》第三十八条的规定，非药品类产品宣传具有医疗功能已经属于违法行为，其次，食品类产品宣传对“脱发、白

发有一定改善效果”属于涉嫌夸大、虚假宣传，商家的宣传已经违反了上述法律的规定。

若消费者因商家虚假宣传购买产品导致症状加重，商家应承担哪些责任，消费者又该如何维权？钟兰安介绍，商家可能承担的责任有以下三类：一是民事责任，对消费者进行相关的赔偿，包括惩罚性赔偿；二是行政责任，相关政府部门可能对商家作出责令停止发布广告、责令消除影响、罚款、吊销营业执照等行政处罚；三是刑事责任，若发布虚假广告情节严重，则涉嫌构成虚假广告罪，处两年以下有期徒刑、拘役，并处或单处罚金。

消费者在维权时，可以要求销售商、生产商进行协商解决；若无法与销售商、生产商协商解决，还可以向消费者协会、政府部门进行投诉。另外，消费者也可以直接向人民法院提起诉讼，要求商家承担法律责任。

“根据《食品安全法》第一百四十八条、《消费者权益保护法》第五十五条的规定，商家可能要退还购物款并对消费者进行赔偿。若商家违反了《食品安全法》，需要承担至少一万元的赔偿金；若是商家违反了《消费者权益保护法》，则需要承担至少五百元的赔偿金。消费者可以选择赔偿金较高的法律作为赔偿依据。”钟兰安说。

（许张超 薛仁政 丁玲 郑敏珊）

员工不满调岗起诉遭驳回

律师：签合同时应留意“工作地点”

据《南方工报》报道，劳动合同约定工作地点为广东，员工不服从公司将其从佛山调岗至广州，法院判员工败诉。日前，广东这起劳动争议案例引发各方热议。律师建议，用人单位和劳动者应从自身情况出发，对工作地点约定范围不宜过分宽泛，以最大限度保障用人单位的用工自主权和劳动者的自由择业权。

佛山调岗至广州

据每日经济新闻报道，张某某 2005 年 2 月入职深圳百事可乐饮料有限公司，2015 年 4 月起签订无固定期限劳动合同。

双方签订的劳动合同约定：张某某从事管理、销售类工作。主要工作地点为广东、广西、福建、海南，其他工作地点包括：公司在中国境内各分支机构所在地，公司关联公司所在地或公司开展业务、从事活动的其他经营所在地。

另外，张某某入职招募地为广州市，2011 年调至深圳某组，2015 年调至惠州所，2017 年调入佛山经销部。

2019 年 8 月 12 日，公司向张某某发出《通知函》，将张某某的岗位从珠三角行销公司佛山经销部部长调整至位于广州市的珠三角行销公司营业高专岗位，调整后薪资待遇等级别不变，另增加每月 500 元补贴。张某某表示不同意公司单方变更岗位。

张某某认为，他小孩刚出生、大儿子刚上小学，公司知道他家庭情况后仍通知他跨区域调岗的做法不合理，调岗将导致其无法履行正常家庭义务。

随后，张某某以公司未依法提供劳动条件、违法调动工作岗位为由，向公司邮寄《被迫解除劳动关系通知书》，提出解除劳动合同。并提起劳动仲裁，要求公司支付被迫解除劳动关系经济补偿 29 万元，劳动仲裁委不予支持。

张某某不服，起诉到深圳市龙岗区人民法院。一审判决，公司调岗行为是用人单位合法行使用工自主权，驳回张某某起诉。

张某某不服，向深圳市中级人民法院提起上诉，主张本案《劳动合同》中关于工作地点的约定属无效格式条款。

二审判决，调岗并未超出双方在《劳动合同》中的约定，驳回上诉，维持原判。

签合同时应留意

此案经媒体报道后，引起各方热议。其中，在签订劳动合同时，如何合理合法约定工作地点，成为劳资双方关注的焦点。

北京德恒（深圳）律师事务所高级合伙人沈威指出，自劳动合同法将工作地点纳入劳动合同必备条款后，用人单位基于自身管理需要的考虑，工作地点有约定全球范围内的，有约定全国的，有约定公司及分支机构、子公司、关联公司的，有约定公司业务范围所在地的，还有约定用人单位有权自主调整劳动者的工作地点等等。对于上述各类约定，全国各地审判机关的裁判尺度也各不相同。

“从广东的实践判例来看，法院基本认可劳动合同约定工作地点后，用人单位依据劳动合同调整劳动者工作地点无需与劳动者协商一致。”沈威表示，这主要基于保护当事人的意思自治原则，明确在劳动者未提供证据证明签订劳动合同时存在被迫、欺诈及趁人之危等情形的，约定工作地点合法有效。

广东劳法律师事务所主任律师蒋四清则认为，现实中一些企业随意变更劳动者的工作地点，导致劳动者正常的家庭生活等权益受损。相比于劳动法，劳动合同法加上了“工作地点”这一个条款，对企业滥用用人单位自主权进行限制，正是对社会现实的回应。如果将工作地点约定过于宽泛视为合法，无疑将使劳动法的这一立法目的落空。

他提醒，劳动者在签订劳动合同时，应提高自身的法律防范意识，根据自身实际情况慎重选择工作地点。

签订劳动合同前，劳动者对于无法接受的工作地点可以明确向用人单位提出变更，如用人单位拒绝变更，劳动者可以选择不签。

（许接英）

律师提醒：小心“0 元商品”背后藏陷阱

据《国际商报》报道，随着互联网快速发展，近年来各类新模式层出不穷，不少平台推出“0 元购”“免费送”“满多少返多少”“0 元学配音”“0 元学写作”等活动，但实际产品投放量缺乏透明度，产品质量也存疑，这些销售新模式对网络发展与安全提出了新的挑战。

实际上，以“0 元购”为噱头割消费者韭菜的现象并不少见。据网经社信息，2019 年，澳森跑步机曾在天猫推出一项“40 天内跑满 35 小时返全额”的挑战活动，但大量用户在完成任务后不仅没有拿到返额，购买的产品还出现了漏电、电机损坏的现象，购买这些跑步机的消费者都无法获得应有的售后。不久，其天猫店也关闭了。

在用户等待返额的过程中，澳

森旗舰店发出“拟于 2019 年 5 月 12 日终止经营”的公告，随后，用户只能通过旺旺联系客服，但返额问题依旧未解决。最后事件不了了之。

不止如此，近年来，不少在线教育行业推出“打卡 0 元学”活动以吸引消费者，也成为消费投诉的热点问题。不少消费者反映，按要求完成打卡后申请返现，却无法得到退款。

2021 年 4 月，刘女士向“投诉宝”投诉称在“大塘小鱼”绘本课堂购买了《小小常青藤牛娃通识课》打卡课程，每天坚持打卡 30 天不间断可返还 199 元学费。但刘女士在购买后打卡到第 5 天时发现第三天漏打，原因是当天上课时没有完成分享链接的任务。此后刘女士联系客服表示，购买时并未被告

知打卡期间还得做其他分享任务，对方却一直推卸责任。

网经社电子商务研究中心特约研究员、北京云嘉律师事务所副主任赵占领表示，商家开展“0 元购”活动的实质是一种促销行为，从法律层面来讲，这种促销模式并不违法。但经营过程中是否存在违规之处需结合具体情况判断。

赵占领认为，就澳森跑步机案例，商家在其商品销售页面介绍了“0 元购”活动规则，明确表示消费者购买店铺内指定型号跑步机，在 40 天内跑步 35 小时以上可得到全额购机款，即为对消费者的一种承诺。

虽然消费者在购买时没有与商家签订纸质购买合同，但是商家的商品信息具体、确定，属于合同法所规定的要约，消费者下单属于承

诺，合同即成立。消费者只要能够提供证据证明自己按照商家规定完成任务，商家没有直接证据证明消费者换人替跑，在法律层面，商家应按照此前承诺全款退还消费者购机款，若不退还则违反《合同法》，属违约行为。

据了解，近日微信视频号不仅限制在直播间上架“0 元商品”，还要求在直播间出现的商品链接有明确的商品标题、清晰的图片，且商品的售价在合理的价值区间。

随着短视频平台的快速发展，相关部门也不断加强对短视频平台的监管和约束。短视频巨头纷纷出台相关举措，此次视频号限制直播间上架“0 元商品”就是其中之一。

今年 1 月，视频号还发布了违规处理公示，对一批搬运他人视

频、假冒他人身份进行引流等违规行为进行了治理，予以禁止发布视频或清除相关违规视频等处罚，累计处置帐号 1120 个。

相关专家分析认为，在网络中，平台扮演着“监督者”“把关者”的角色，应对品牌的宣传活动进行严格的审核和把关，确保消费者的利益。要想从根本上杜绝“虚假促销”行为，就需要电商平台方面设立相关制度，来防范监督这种情况的发生，否则商家就会钻制度空子。

如果电商虚假促销问题得不到有效遏制，将会损害更多消费者的合法权益，而一旦这种无良操作成为行业惯例，电商平台整体的信誉度都将受到不利影响。要想根除无良商家的无良行为，还需要平台作出更多的规范和管制。

（刘旭敬）