

“农大监制”？零食被指“学历造假”

一些小零食厂家“碰瓷名校”，可能构成消费欺诈

科研背书，高校傍身，如今，小零食也有了“流量密码”。近日，上海市消保委对一款名叫“九〇农大”蔬菜卷的零食展开调查。据悉，该产品出现在不少“农科院美食”的榜单之上，网络销量也十分可观。从东北农业大学的回函可以看出，宣传词中提到的“农大”只是商家卖货的噱头而已。近年来，随着人们对于健康管理和食品安全的日益重视，社交平台上不乏众多健康零食的推荐榜单，这类零食以其“配料干净无添加”“健康营养吃不胖”作为宣传卖点，成为零食界的宝藏产品。然而，其中却混杂着一些自称出身“农科院或农业大学”，却“查无此物”的“虚假学历”零食。



正宗农大蔬菜卷 香脆酥口

先用后付 收藏的商品

¥13.72 已拼3万件



东北农大蔬菜卷浓香酥香脆

✿ 先用后付 立减1元

券后¥12.98 已拼244件

网络平台售卖截图

零食竟然“学历造假”？高校回应

在这款蔬菜卷的若干商品宣传页面上，几乎都宣称和“东北农业大学”有关。有的宣传是“校园畅销美食”，有的宣传“食品学院提供技术支持”，还有直接说是“食品学院监制”，并且都以“健康绿色”作为卖点。

上海市消保委随即给东北农业大学发去了查询函，东北农业大学在回函中明确表示，学校不开展对外生产经营工作，“九〇农大”蔬菜卷不是学校生产的产品，学校与商品包装上所标的受委托制造商和委托制造商也没有开展过任何合作。

上海市营养食品质量监督检验站对其营养成分做了检测，发现这款零食的蛋白质含量为7.49g/100g，低于包装标示的10.0g/100g；脂肪实测含量为21.8g/100g，高于包装标示的15.8g/100g，蛋白质和脂肪的实测含量都超出了国家标准的允许误差范围。

记者在多家电商平台搜索发现，“九〇农大”蔬菜卷的销量最高能达3万余件，且不少消费者评论表示，看重农大的品牌才下单购买，认为农业大学出品的零食更加健康安全。

此前，网红“翻天娃辣条”遭高校机构“撇清”冲上热搜，引发网友热议。11月29日，上海市消保委发布文章指出，“翻天娃辣条”被众多零食博主推荐，不少店铺都宣称这款零食由湖南农业大学、湖南省农业科学院研发。

上海市消保委分别向湖南省农业科学院和湖南农业大学发去了查询函,收到的回复却是湖南农业大学没有针对该产品进行研发,湖南省农科院则称该商品宣传“湖南农科院研发”不属实。与此同时,两家机构都回函表示,与该商品的

生产商湖南省翻天娃食品有限公司没有授权关系。

对此,湖南省翻天娃食品有限公司相关负责人回复称,翻天娃和湖南农业大学有合作,但翻天娃已经不再在产品包装袋上印有相关宣传,在对外宣传中也很少提到这一点。

今年4月,上海市消保委还点名一款名为“凤禾鸣慢碳十二色糙米”的产品。该产品由某电商平台“高校科研所店铺榜”排名靠前的一家店铺销售。广告中宣称产品经江南大学研发,富含“高蛋白”“高膳食纤维”,实测值却远低于产品标示值,未达到国家相关标准要求。

江南大学方面表示,经核实确认,销售的网店和江南大学没有任何关系。江南大学和生产厂家虽然有相关产品开发的前期合作,但由于厂家未支付合同相关规定费用,研发也没有全部完成。

5月12日，上海市消保委曾发布文章，点名一款名为“好福燕麦麸圈”的产品，该产品宣称是“中国农科院与张家口农科院燕麦专家多年研究成果”的“高膳食纤维食品”，然而检测发现营养成分实测值不达标。由于该产品宣称是两家农业科研机构专家联合研发，上海市消保委在4月12日向两家机构发出了查询函进行求证，在未得到书面回复的情况下，向两家机构发出疑问。上述文章发布后，中国农业科学院发布声明称，该产品生产厂家与该院不存在任何关联关系，其产品与院无关，中国农业科学院亦未以任何形式授权该企业使用该院名称，提醒广大消费者谨慎识别。张家口农业科学院回函称，从未授权此款燕麦产品相关信息宣传，此款燕麦产品与院方无关。

“碰瓷”科研所违法成本不高？

不仅仅是零食，打着“大学科研产品”旗号的商品还有不少，特别是在看中研发技术的护肤品领域。比如，曾被媒体报道过的“月销2万+的中山大学身体乳”“暨南大学冻干粉”“南方医科大学洗面奶”，最后经查证发现和所宣传的大学毫无关系，商家只纯粹使用大学名称“碰瓷”而已。

根据广州市监局发布的行政处罚判决书显示，广州九口山科技有限公司（下称广州九口山）从广州雨晓生物制品有限公司（下称广州雨晓）购进的“北美美白滋养身体乳”，其产品包装正面标注有“中山大学化学工程与技术学院技术支持”字样，且“中山大学”部分字体明显大于其他内容。经广州市监局调查后发现，上述产品在生产过程中，与其标签所述的中山大学化学工程与技术学院并无直接关系，广州九口山也不能提供中山大学同意以其名义进行产品宣传的证明材料。该产品包装由广州九口山自行设计，标签上“中山大学化学工程与技术学院技术支持”字样属于虚假或引人误解的内容。由此，广州市监局对广州九口山处以罚没共计106260元、没收相关产品的处罚。

商家之所以如此大胆，宁愿冒着被处罚的风险，也要一而再，再而三地违规宣传，原因在于，相较于违法成本而言，商家因品牌的曝光获取的知名度更大。对于商家来说，“碰瓷”所获得的收益更可观。即使有不少处罚的先例在，也难以威慑商家的继续“碰瓷”行为。

需要明确的是，对于大学、学院名称的登记使用，已有相关文件出台进行规范。2021年5月，教育部等八部门发布的《关于规范“大学”“学院”名称登记使用的意见》。该“意见”规定，除经批准设立大学、学院以及由其设立的内部机构或由其发起并依法登记的组织机构外，其他组织机构不得在牌匾、广告等对外宣传以及其他各类活动中使用“大学”“学院”字样。

该“意见”要求,涉及虚假违法广告或宣传的,由市场监管部门责令停止,并依法处罚;构成违反治安管理行为的,依法给予治安管理处罚;构成犯罪的,依法追究刑事责任。

但是具体到案例，高校和相关电商平台都很少主动打假、报案。现实中，大多数虚假宣传的行为，大都依靠消费者的反映、举报和监管部门的处罚来查处和整改。比如，此次蔬菜卷“碰瓷”农大的案例，主要也是依靠监管部门的调查和查处。

专家表示，对于频频发生的“碰瓷”高校现象，监管部门和电商平台，要加强对产品及其平台广告的审核和监管力度，扼制这种不良风气。由于高校的名称与高校的主体身份直接相关，这种行为不仅损害消费者的合法权益，也会损害高校的公信力，甚至收缩与企业合作的规模，长此以往，不利于高校未来的发展。身为大学也要有维权的意识，在电商商品鱼龙混杂的当下，不能总放任商家“蹭学历”的行为频频发生。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示,这类“学历造假”的零食利用高校以及农业科研机构进行权威背书,企图给消费者增添信任滤镜,旨在为商品打上“科技感”“健康化”的标签,增加销量。然而,“碰瓷名校”的行为却极有可能构成消费欺诈。若厂家故意编造与高校合作信息或者是夸大与高校科研机构的联系,是对消费者知情权的

损害。依据《消费者权益保护法》第五十五条之规定：经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元。“‘学历造假’反映出商家诚信的缺失，这种行为一旦被曝出，不仅损害了科研院校的公信力，更是对消费者信赖度的消耗。”陈音江说。

北京市汉坤律师事务所合伙人朱奇敏律师分析指出，零食厂家“榜高校”进行虚假宣传，可能导致消费者对食品品质、来源等信息产生错误认识，如果食品存在质量问题，还可能危害消费者的身体健康。另外，消费者难以辨别产品来源及优劣，可能引发“劣币驱逐良币”的恶性结果。消费者可以通过“企查查”等平台查询食品包装记载的委托商信息，也可以通过查询食品生产许可证号或者产品标准代号来辨别真伪，判断其是否与各农科院存在关联关系。

(来源:法治网、光明网、央视网等)