

新闻调查

央视财经

非正常拍摄

记者暗访发现的不合格防晒衣。视频截图

『三无』防晒衣销售火爆 其中一款年销30多万件
防晒指数随意标 检测报告花钱买

近日,记者走访发现,市场上标有“防晒”字样的产品品类繁多,但部分防晒衣实际无法有效阻挡紫外线,不符合国家标准。消费者可能花了钱,却买到没有防晒效果的衣服。

以次充好、虚假宣传
部分防晒衣其实不防晒

网络平台的直播间里,看似实惠的防晒衣在主播们热情的叫卖声中,被赋予了极具诱人的特性:“核心降温技术、触感冰凉科技”“高效防晒、轻薄透气、保护肌肤健康可多次水洗,防晒指数不减”“新型科技面料、实力防晒”“防晒指数UPF100+”。

为证明所言真实可靠,主播们还拿出检测报告等相关材料进行强调。

依据国家标准(GB/T 18830—2009)的规定,当产品的紫外线防护系数(UFP)>40,且长波紫外线(UVA)透射率<5%时,方可称之为“防紫外线产品”。

记者依据网络平台显示的地址,前往江苏省徐州市,以采购商的身份联系上徐州海诺服饰有限公司。工作人员告诉记者,他们销量领先的一款防晒衣,实际紫外线防护系数仅为“30+”,但在电商平台的宣传中,却声称达到“50+”。

商家坦言,消费者很难辨别防晒衣的真假品质。在直播间中,商家用紫外线感应卡测试防晒衣的效果。然而懂行的都知道,这种方法并不能测试出防晒衣的品质,只是商家玩的一种把戏。

工作人员透露,无法通过国家检测的伪劣防晒衣,不仅有成人款,连儿童款也未能幸免。

记者调查发现,江苏徐州不少服装企业的商家,对虚标的紫外线防护系数无法通过国家相关部门检测这一事实心知肚明。

一件全网销量高达3万多件的防晒衣,实际紫外线防护系数远低于国家标准。然而在产品详情页中,商家却公然宣称“防紫外线连帽防晒衣”“UPF50+真正防晒”“一件顶6件 加倍防晒”,甚至附上检测报告,标注“多重检测品质认证”。

“三无”产品销量惊人
防晒指数随意标

记者辗转多地调查,在江西上饶的信丰服装加工厂发

现,这些所谓的防晒衣不仅未标注产品名称、厂名、厂址等信息,防晒衣包装袋上还赫然印着“UPF50+”的标识。

当记者询问其真实的紫外线防护系数时,公司负责人却说不出来,反而强调消费者又不会真的拿去检测,所以这个数值怎么写都行。

该公司负责人还告诉记者,他们不仅直接向消费者兜售伪劣防晒衣,还提供“贴心”的“私人定制”服务——可根据客户需求,随意定制外包装袋上的防晒指数标识。

信丰服装加工厂的负责人毫不避讳地向记者透露,尽管这些防晒衣包装简陋、无品牌标识,甚至连最基本的产品信息都缺失,但销量却十分惊人。其中最畅销的一款,年销量竟高达30多万件。

防晒衣布料不合格没关系
花300元就可出检测报告

记者来到浙江绍兴的轻纺城,以服装厂采购防晒衣布料的名义走访多家商家,部分布料商竟直接拿出紫外线防护系数不达标的布料,并透露:这些不合格的布料,正是众多客户制作防晒衣的原料。

一些非法机构公然违规操作,宣称无需实际送检,就能直接出具检测报告。记者以采购防晒服检测报告为由,随机联系多家机构咨询,竟发现部分机构明目张胆地提供“寄样实测”和“直出报告”两种服务。

所谓“直出”,就是客户只需提供公司名称、营业执照地址、产品名称及指定检测结果,无需寄送样品,就能花钱购得检测报告。

工作人员透露,无论是“实测”还是“直出”,每份检测报告定价均为300元。记者按照公司的流程体验了“直出”检测报告的过程。在“认证服务申请表”中填写了公司名称、公司地址等五项信息,并附上一张防晒服照片。次日,一份盖有福建省博顿检测服务有限公司公章的检测报告便发送过来。令人震惊的是,这份报告中“来样方式:自送”“来样日期:2025年3月28日”等关键信息全为编造,而接触凉感系数、防紫外线性能等十余项检测结果竟均显示“合格”。

类似乱象并非个例——多家检测公司公然参与“直出”报告的灰色交易,让虚假认证形成一条完整的黑色产业链。 据央视新闻客户端

北大回应网民关切:

对韦东奕健康很关心
望为其营造宁静治学环境

针对广大网民对北京大学教师韦东奕健康状况的关注,北京大学数学科学学院、北京国际数学研究中心有关负责人9日表示,校方非常关心其健康,将帮助他积极进行治疗,同时希望和网友共同保护好学者专心治学的宁静环境,让韦东奕老师能心无旁骛地投入教学科研工作中。

北京大学数学科学学院助理教授、研究员韦东奕近日开通个人社交账号并发布短视频。视频中展现出的状态让许多网民对其身体健康担忧,呼吁北大关注教师健康。

对此,北京大学数学科学学院有关负责人表示,韦东奕有比较严重的牙周问题。最近3年来,韦东奕每年都会参加学校组织的体检,医生建议其关注口腔健康,其他体检结果正常。对于他的口腔健康问题,学校和学院一直都非常关心,此前已多次派人陪他到医院就

诊,医生进行过会诊并提出了治疗方案。下一步,学院和中心还将帮助他积极进行治疗。

记者从北大获悉,韦东奕在北大读书毕业留校后,一直从事数学方面的研究与教学,具有较强数学分析和计算能力,主要研究领域为偏微分方程、几何分析等,已在国际数学期刊发表多篇论文,被评价为“富有潜力的青年学者”。近几年来,因其在数学研究上的天赋、对学术的专注以及生活简朴的形象受到网民及媒体关注。

北大表示,感谢公众对韦东奕的关心,韦东奕是学校的优秀人才,学校在尊重其本人意愿和生活习惯的基础上,在工作、生活、医疗等方面都给予了充分关心,也都有相应的安排保障。但同时,也希望和网友能共同保护好这位年轻学者,为其营造一个专心治学的宁静环境。

据新华社

接通时间长,路径隐藏深……

转人工客服怎么这么难?

“人工座席繁忙,请稍后再拨……”“转人工客服,请按1;继续等待,请按2……”随着AI等新技术的普及,“转人工客服难”正成为消费者权益保障的新痛点。科技本应带给人们便利,它为何成为人们沟通和交流的新障碍?消费者权益该如何保障?记者对此进行了调查。

需排队、找不到接口
想转人工客服太难了

近日,辽宁沈阳的赵女士碰到了烦心事:她在某电商平台购物,APP显示所购商品几天前已开始派送,但她始终未收到货。无论是电话联系还是线上沟通,她找到的都是智能客服,而转接人工客服前面还有40多人在排队,需要等待半个多小时。

年轻人还能根据提示操作,但对于大多数60岁以上老年人来说,真的是“太难了”。很多老年人被智能客服电话折腾得够呛,最终只能对着手机大喊“转人工,转人工,转人工……”

国家市场监管总局披露,在电商售后服务领域,智能客服备受诟病,2024年相关投诉量同比激增56.3%。相关调研显示,转人工客服过程中令消费者不满的主要问题有:人工客服转接路径隐藏深,需一次或多次输入“人工”或“转人工”字样才能转接,“人工服务”接通时间过长或无法接通等。

成本仅人工1/10
智能客服+少量人工成主流

有打理网店四五年经验的电商从业者薛倩告诉记者,对于商家来说,设立人工客服岗位就意味着成本增加。以她所在的城市徐州为例,当前请一个人工客服每月需花费三四千元,还不一定能留住人。

“上述问题,智能客服都能解决。”四维数据(深圳)有限公司销售人员李大滩介绍,该公司自主研发的数据猴AI客服机器人可实现7×24小时全渠道智能应答,智能客服服务费为2万元/年。当前,市场上智能客服的年售价从几千元至几万元不等。

“智能客服系统的算法架构大多建立在自然语言处理(NLP)之上,涵盖语音识别、语义理解、对话管理等核心环节。借助机器学习技术,智能客服能够

持续学习用户的提问习惯和偏好,从而提供更加精准的答复。”研究方向是大数据、AI的华中科技大学公续辉博士介绍,当前,智能客服已做到单次成本仅为人工的1/10,且可同时处理数百个会话,还能24小时不间断服务,从长远来看,比人工客服更具成本效益。

业内人士透露,目前,“智能客服+少量人工”的客服运营模式已成市场主流。

人工智能还不够“智能”
需技术升级+制度护航

“但人工智能还不够‘智能’。”南京市消协相关工作人员表示,目前AI确实可以大幅减轻一些重复性的劳动,如智能客服可以对一般性的问题进行划分,如投诉区域,投诉人身份判定等,但却不能对复杂的投诉性质进行区别划分,一些机械式答题也不能解决问题。

同时,人工智能缺乏人文关怀,随着人口老龄化,老年人成为消费主力军。智能客服很难通过判定消费者的年龄、情绪等因素,给予不同形式的回复。

此外,人工智能存在提供选择的局限性,在设计智能客服时,商家更多是考虑能给消费者提供哪些方面的服务和回复,或者自己擅长何种服务方式,却缺乏对消费者需求的深度调研。消费者常常在选择了一圈数字后,仍找不到适合的选项,而选择的人工服务总处于“正忙”。

该工作人员建议,商家首先应升级其AI大模型客服系统,且必须要以消费者的需求为第一指导。同时,针对某些特殊困难群体,不应将客服设置得过于繁杂,应该做到人工客服“一键转接”。

“企业出于节约人工成本的考虑引入智能客服无可厚非,但如果企业刻意将人工客服设置隐蔽或阻碍消费者联系到人工客服,使消费者无法解决问题,这就侵犯了消费者权益。”江苏省数字化协会数字科技专委会成员、江苏六朝律师事务所丁明胜律师表示,消费者有权向消费者协会或市场监管部门、工信部门等相关监管部门进行投诉,或向法院诉讼维权,依法获得赔偿。此外,监管部门也需完善相关标准,将客服响应速度、人工接入率等指标纳入服务行业质量考核体系,倒逼企业重视消费者权益。

据金陵晚报