

“磁动力芯片”能让卫生巾“消炎”？

苏州绿叶科技产品宣传惹争议,市监部门已介入调查

问政江苏

群众建议和诉求平台

问政江苏

“问政江苏”微信号 “问政江苏”小程序

这款负离子卫生巾也是我们店铺爆款磁动力纳米银的芯片。

产品特点：

- 1.纯海藻吸水因子，不含荧光增白剂，不含绒毛浆
- 2.负离子芯片杀菌消炎除异味
- 3.瞬间吸收，有效防止侧漏，不回渗
- 4.超薄、透气、干爽、性价比高

新包装薄一点 其他无变化

客服仍在宣称有“杀菌消炎”功能

争议产品线下超市仍在销售

7月5日,苏州高新区本土企业绿叶科技集团旗下“爱生活”远红外磁动力卫生巾,因相关宣传涉嫌夸大功效、借用中医概念暗示疾病调理作用,引发舆论关注。

一周后,相关产品整改情况如何?记者调查发现,绿叶自营小程序已无法搜索到涉事产品,部分线下门店也不再主动推介相关功效,但第三方电商平台仍在正常销售同款产品,客服仍使用“杀菌消炎”等表述。

记者探访:
自营小程序下架,线下门店有同款在售

受到质疑的产品为“爱生活”远红外磁动力系列卫生巾。其宣传中曾出现“远红外负离子纳米银磁动力芯片”“抑菌”“调理”等表述,并引用《黄帝内经》等中医典籍介绍产品理念,引发消费者对其是否暗示妇科调理功效的质疑。

7月14日,记者登录绿叶自营小程序“绿叶惠购”发现,已无法搜索到涉事产品。当天,记者也走访了苏州本地三家绿叶超市门店,看到相关卫生巾仍在销售,但部分产品被放置在货架底层或侧边位置。

面对咨询,超市导购未再主动介绍“负离子芯片”“磁动力”等相关功效。

记者现场查看发现,在售产品包装上仍印有“远红外负离子纳米银磁动力芯片”等字样。

网店客服仍宣称产品可以“杀菌消炎”

记者调查中发现,该产品部分线上渠道的宣传话术仍未调整。

记者以买家名义在淘宝平台“绿叶爱生活总店ilife”咨询时,客服明确回复,产品所含“负离子芯片”可以“杀菌消炎除异味”。客服还向记者发送了一张“产品调整”说明图,其中称,因“公司商标管理需求及法规要求”,产品包装文案进行了微调,但“不涉及配方主体和功效变化”。店铺商品详情页仍保留“磁动力芯片”等内容,产品处于正常销售状态。

企业回应:
已启动排查,难以实时管理所有店铺

7月14日,记者前往苏州绿叶科技集团总部采访。集团外事部总监宋国栋表示,7月5日有媒体发布相关报道后,企业当晚启动内部排查。随后,苏州高新区及苏州市市场监管部门先后到企业核查,企业已提交产品生产资质、磁动力及抑菌检测报告等材料,目前正等待调查结论。

对于第三方店铺客服仍使用“杀菌消炎”等表述,宋国栋称,企业线下门店多为加盟经营,总部虽然制定了统一宣传规范和培训要求,但难以对所有门店及网络店铺实时管理,部分销售渠道可能存在自行扩大宣传范围的情况。

宋国栋表示,企业已制定整改预案,待市场监管部门公

布调查结果后,将统一梳理相关问题并开展专项合规培训。如最终被认定存在违规宣传,将按照监管要求整改,必要时采取产品召回等措施。

市场监管部门:
正在调查,将根据结果依法处置

7月14日,记者致电苏州高新区市场监管局。接线工作人员表示,苏州市市场监管局正在调查苏州绿叶相关产品的宣传合规问题,后续将根据核查结果依法依规处置。因调查仍在进行,该局目前不便接受进一步采访。

当天11时至15时,记者多次拨打苏州市市场监管局官方网站公布的联系电话,均提示占线;截至发稿前,记者再次拨打,仍未能取得联系。

对于线上客服仍以“杀菌消炎”介绍产品的情况,江苏百贤律师事务所律师孙黄鑫表示,根据《消毒产品标签说明书管理规范》,相关产品不得在标签、说明书及宣传中使用“消炎”“抗炎”“杀菌”等医疗用语,也不得明示或暗示治疗疾病作用。线上客服以“杀菌消炎”介绍产品,涉嫌超出卫生用品的宣传边界,是否构成违法及如何处罚,仍需由市场监管部门根据调查结果认定。

截至发稿,苏州市场监管部门尚未公布最终调查结论,记者将持续关注相关调查及后续处置进展。

实习生 石洋
扬子晚报/紫牛新闻记者 张毕荣 见习记者 张添翼

那些惹人烦的推销电话来自AI“盲打”

消保委建议:主动披露关键信息,消除试错和时间成本

热点·解析

7月21日,上海市消保委在微信公众号表示,最近暑期来临,不少消费者反映,各类推销电话又进入了“活跃期”,有卖保险的,有办贷款的,有推荐种植牙的,涉及各行各业,且绝大多数来电已非人工拨号,而是由AI“外呼机器人”代劳。

与过去个人信息泄露带来的骚扰不同,AI外呼在新技术的加持下,可以实现不分时段、不分对象地“地毯式”营销。于是,开启多重防骚扰设置,甚至干脆拒接所有陌生来电成了很多消费者无奈的选择。

相关调研数据显示,2025年全国手机用户平均每日漏接陌生来电比例68%,25岁至40岁群体漏接率高达76%。

消费者为何感到电话推销频率明显上升?技术门槛与沟通成本的不断压缩是核心原因。AI外呼取代人工拨打,效率提升、成本下降,成为主流营销获客方式。据行业调研及公开采购信息显示,单台AI外呼机器人日均可拨出1000至2000通电话,每分钟通话成本仅约0.12元。

把不认识的号码都禁了?恐怕不行!上海市消保委分析,外卖配送、快递收发、网约车服务、售后维修等行业,因其服务高频且从安全的角度需要通过虚拟号码技术实现信息阻隔,虚拟号码就像是给消费者和陌生人之间加的一道“隐私防火墙”,用完即焚、互不打扰,既保护了消费者隐私,也保障了必要沟通。

此外,经济生活中,企业从事生产经营,需要首次触达潜在

客户进行推广也是合理诉求。若完全切断首次联系路径,正常的市场开拓可能受到影响。

事实上,消费者并不拒绝所有商业电话。除了订餐、快递、预约服务等正常的沟通场景外,消费者在某一时间点也会有房屋买卖、医疗保险、装饰装修等希望企业能够主动触达,提供消费选择和消费资讯的需求。消费者真正反感的,是对方不表明真实身份、不事先说明目的、不接受拒绝、不分时间和对象地反复侵扰,即AI“盲打”。

上海市消保委建议,现阶段,可以要求在营销电话被接通前,就主动向消费者披露关键信息,包括但不限于利用技术手段显示真实的拨打主体名称和企业拨打目的等。

例如,“某某速递-配送联系”“某某医疗-口腔种植”+企

业联系电话,消除推销电话只有接听后才知道拨打意图的信息差和试错成本、时间成本,让消费者在接听前即能了解“谁找我、找我干什么”,自主决定是否接听。

上海市消保委表示,当前,《民法典》《个人信息保护法》等法律法规已确立未经用户同意不得发送商业信息的基本原则,但对于商业营销电话的界定标准、拨打时段与频次限制、事前同意机制、实名标注方式等核心问题,尚缺乏精细化和可操作化的规定。制度供给与技术发展之间的落差正在持续扩大。企业获客的正当需求与消费者安宁的合理期待,如何在制度框架内实现更好的平衡,仍有赖于各方共同探讨与协同推进。

扬子晚报/紫牛新闻记者 马燕



体彩“超级大乐透”(第26082期)

中奖号码:前区:16 26 27 28 34 后区:02 06

奖等	级别	中奖注数	每注奖金
一等奖	基本	5注	8286251元
	追加	0注	0元
二等奖	基本	76注	205390元
	追加	15注	164312元
三等奖		811注	5000元
四等奖		15014注	300元

体彩“排列3”(第26193期)

中奖号码:1 8 0

奖等	本地中奖注数	每注奖金
直选	1621注	1040元
组选3	0注	346元
组选6	3832注	173元

体彩“排列5”(第26193期)

中奖号码:1 8 0 6 8

奖等	中奖注数	每注奖金
一等奖	136注	100000元

福彩“七乐彩”(第2026083期)

中奖号码:21 01 03 28 25 22 26

特别号码:14

奖等	中奖注数	每注奖额
一等奖	0注	0元
二等奖	3注	30597元
三等奖	49注	3746元

本期销售额2532694元。

福彩“15选5”(第2026193期)

中奖号码:5 9 10 12 13

奖等	中奖注数	每注奖额
特别奖	0注	0元
一等奖	66注	3130元
二等奖	4790注	10元

本期销售额605722元。

福彩3D(第2026193期)

中奖号码:2 5 4

奖等	中奖注数	每注金额
单选	1127注	1040元
组选3	0注	346元
组选6	2120注	173元
1D	229注	10元
2D	77注	104元

本期销售额4360392元。

福彩“刮刮乐”

2026年7月21日江苏中奖注数186880注,中奖金额6700926元。

福彩“快乐8”(第2026193期)

中奖号码:3 7 15 22 29 30 37 40 42 48 51 52 61 62 64 66 71 74 75 78

(彩票开奖信息最终结果以彩票中心开奖公告为准。)