

郑荐

声称“诺奖团队”创造能治31种疾病 每天几百个公众号轰炸火爆微信圈的“神品”婕斯 到底啥来头?



这是微信公众号和微店上的婕斯产品宣传(3月13日摄)。

许多网络店铺月销量超千件

“20多年的血液病奇迹好了! 婕斯让幸福像花儿一样。”“患甲亢4年吃婕斯两个月就大大改善,这就是神药!”“乳腺癌晚期,已被医生判了‘死刑’!是婕斯给了我母亲第二次生命”……

每天,数百个与婕斯相关的公众号以信息轰炸的方式,发布各种“生命奇迹”,大量自拍图片和视频,分享服用的心得,并将“婕斯沛泉菁华”奉

为“抗癌圣品”“糖尿病克星”。

这么神奇的产品来自哪里? 婕斯官方网站显示,美商婕斯环球有限公司(Jeunesse Global LLC)2009年成立,在中国婕斯主推的产品为“沛泉菁华”和“基因修护AM & PM”等,而这两种产品在淘宝、京东等电商平台也有销售,许多网络店铺月销量超千件。

“连美国的宇航员都在吃”

在微信平台上,“美商婕斯”“微婕斯”“传奇婕斯”等与婕斯相关的公众号,为消费者“科学地”解释产品原理:“沛泉菁华”的核心成分是白藜芦醇,“让您的寿命延长15~20岁,增加抗癌治疗效果40倍且无副作用”,“AM & PM通过诺贝尔奖端粒修护技术,修护细胞染色体端粒,可有效延缓老化现象”。

一位自称“江哥”的婕斯销售人员告诉记者,他的前列腺炎就是吃了“沛泉菁华”治好的,并信誓旦旦

地表示:“我们的产品都是诺贝尔提名奖的专家医疗团队研制的,连美国的宇航员都在吃。”同时翻开手机相册说:“你看一些名人都用婕斯啊,这还有什么好怀疑的?”

记者在诺贝尔奖官网上查询,但未能检索到“江哥”所说医学专家获得提名的信息。随后,记者发电子邮件咨询诺贝尔奖办公室。工作人员回复称,有关诺贝尔生理学或医学奖的提名资料,在50年内都是严格保密的,不会公开透露。

“神配方”的功效到底是啥?

那么,作为婕斯核心成分的白藜芦醇到底是什么?其真的有宣传中那么神奇的功效吗?

长期从事白藜芦醇相关研究的中国科学院生物大分子国家重点实验室主任许瑞明告诉记者,白藜芦醇对人体的作用目前还处在研究阶段,对人体健康是不是有积极的作用、通过什么样的方式起作用、是否有副作用等目前都还没有定论。更不可能说它针对某种特定的疾病有效,也根本没有消炎的作用。

记者查阅相关文献发现,目前世界上许多医学团队也在进行白藜芦醇的相关研究,对其功效并未有

明确结论。

此外,就产品宣传中一再表示的端粒修护技术,许瑞明说:“端粒修护来自于2009年诺贝尔奖获得者的一项发现,这个发现对于治疗癌症和延缓衰老有积极意义,但该发现还处于探索阶段,目前世界上还没有能够进行端粒修复的产品。”

虽然婕斯公司英文官方声明中也有“所有产品不以诊断、治疗、治愈或预防任何疾病为目的”,销售时“不得说使用或服用产品可以使病情和症状得到改善”的规定。但是,在面对中国消费者时,这些提示都不见踪影。

从去年至今,一款名为“婕斯沛泉菁华”的产品风靡微信平台。其宣称可以治疗31种疾病,对癌症、糖尿病、冠心病、肝硬化甚至不孕不育均有“奇效”。名人明星服用此品的图片海报以及号称“年销售10亿美元的业绩”,更令这款“神品”笼罩着耀眼的光环。

记者近日调查却发现,“神品”背后隐藏着种种疑团,暴露出微商食品经营的乱象。据悉,国家食品药品监督管理总局已起草了《网络食品经营监督管理办法(征求意见稿)》,将对微商在内的网络食品经营行为作出规范。

说法

律师:其模式符合传销定义

销售人员表示,婕斯的这种运营模式是一种新型的直销,这也是其迅速发展的重要原因。

我国《直销管理条例》和《禁止传销条例》对于直销和传销有明确界定:直销不得以缴纳费用或者购买商品作为成为直销员的条件,直销员的报酬只能按照直销员本人直接向消费者销售产品的收入计算,同时直销企业应由国务院商务主管部门颁发直销经营许可证;而以缴纳费用或购买商品取得加入资格、要求被发展人员发展其他人员加入形成上下线关系、以下线销售业绩给付上线报酬的,均属于传销。

随后,记者在商务部直销行业管理信息系统中查询直销企业名单,未发现婕斯公司。

中国消费者协会律师团团长邱宝昌表示,企业如没有直销执照进行直销或变相直销,要取缔和处罚。中国民间反传销协会负责人李旭也表示,从婕斯公司的产品宣传、组织架构以及分配制度来看,符合传销的定义。

针对网络微商的种种乱象,国家食品药品监督管理总局已起草了《网络食品经营监督管理办法(征求意见稿)》,将规定微商在内的网络食品经营者未取得食品经营许可证或者备案凭证的,不得从事网络食品经营活动;所销售的产品不得作虚假宣传和虚假表示,不得涉及疾病预防和治疗功能。据新华社

“神品”目前在内地无实体店

这个“神品”是如何进入国内,并且火爆微信朋友圈的呢?“江哥”表示,婕斯采用全球互动网购模式,目前在内地没有实体店,但已在上海注册成立公司。

记者找到位于上海市南京东路附近的婕斯(上海)生物科技有限公司上海分公司。工作人员表示,将以食品项目进口上述两种产品。

随后,记者登录全国企业信用信息公示系统查询显示:婕斯上海分公司经营范围为化妆品、日用百货、工艺礼品等,并不包括食品。上海市工商局也向记者确认,该公司没有食品进口资质。

3月8日,记者向婕斯在美国和我国香港的总部发邮件询问相关情况,截至发稿时间未得到回复。3月9日,“美商婕斯环球集团大中华区总部”发表了一则简短声明:“本公司之产品皆为营养补充品,不涉及任何治疗及医疗效果,本公司亦从未进行过违反各国法律的宣传”,并郑重提醒所有经销商,如有上述行为,“所有法律责任由该经销商自行承担,一切行为皆与本公司无关”。

去年销售额达10亿美元

记者调查发现,婕斯公司创建以来呈现出“滚雪球”式发展。2010年该公司全球销售额仅为3000万美元,2015年则达到10亿美元,几乎每年翻一番。同时,全球会员数量也在急剧增长,仅2014年就有36万人加入,而在其最新的宣传片中号称现在“每分钟就有3个人加入婕斯”。

如此高速扩张,婕斯究竟用的什么办法?记者发现,该产品除了以微商的形式进行宣传推广外,还为其会员制定了“财务奖励计划”。根据该计划,会员分为15个等级,从第4等级开始参与奖励分配,高等级会员可从等级低会员的产品消费中分得利润,最高的皇冠钻石级可以拿到100万美元。

想要拿到这些奖励,首先要购买入会套餐并成为其会员。套餐的价格最低324.9美元,最高达3275.95美元。一位自称王姐的销售人员介绍,不同的套餐可以获得不同的身份,购买最高金额的套餐可以直接成为蓝宝石会员,“蓝宝石会员的月收入不低于1万元”。

然而,成为“蓝宝石会员”并非一劳永逸,要想保住这个身份,还需要发展新的会员加入。“你推荐12个客户,每个客户再推荐2个人,他们只要购买产品,你就一直是蓝宝石。”王姐说。