

从几百元到近万元不等 号称能护眼防近视的“大路灯”值得买吗？

近期，“落地护眼灯”受到家长群体的追捧，因其形状酷似街边的路灯，也被称作“大路灯”。记者走访发现，大路灯的价格从几百元到近万元不等，还有一些大路灯号称其“能护眼”“防近视”。大路灯是否真的能防近视？如何从改造灯光的角度帮助孩子防控近视？防控近视还有哪些值得注意的？

看似“高大上” 实为通用灯具

大路灯普遍具有以下特征：“个头大”，高度通常在两米左右，重量一般在20千克左右；照明范围广，光线可以覆盖书桌和周围地面；价格普遍在千元以上，有的甚至高达八九千元，价格远远高于普通台灯。

记者发现，在宣传上，这类产品普遍称对孩子眼睛有好处、能防控近视。“光多照1米，分多涨10分”“开学逆袭985”……一些产品宣传其有利于孩子学习，令家长们心动不已；“儿童青少年总体近视率67%”“孩子在用的普通台灯可能伤害他们的眼睛”……部分商家则贩卖“近视焦虑”，让家长们对普通台灯充满“怀疑”。

有的家长受误导，认为只要买贵的灯就可以防控近视。广州消费者林女士表示，大路灯的宣传广告让人感觉很“高级”，孩子每天晚上在家都要看书学习几个小时，为了孩子的视力，多花点钱也值得。

大路灯究竟是什么灯？广东省中山市质量计量监督检测所灯具室主任黄骏表示，大路灯其实就是可移式通用灯具，属于我国强制性CCC认证产品范畴，其安全、电磁兼容项目须符合相关国家标准的要求。

与传统的桌面台灯不同，大路灯采用上下双光源设计。中山大学中山眼科中心屈光与青少年近视防控科主治医师许吉萍表示，大路灯有一个直接照向书桌的光源，同时还将光线照向天花板，相当于把台灯和顶灯合成了一个灯，让室内阅读环境整体变亮。

大路灯的三大焦点问题

问题一：大路灯可以防控近视吗？

许吉萍表示，目前尚无直接的临床证据证明大路灯对近视防控有显著效果，而且室内灯光只是近视防控工作中很小的一部分。根据《近视防治指南（2024年版）》，近视的影响因素包括遗传因素以及环境因素，后者涵盖近距离用眼、户外活动、读写习惯、采光照明等。此外，有的大路灯还涉嫌违规进行医疗效果宣传，称产品可以“改善视网膜血液循环”，从而达到“抑制眼轴过快增长从而控制近视”的效果。专家表示，灯具不属于医疗器械，产品具有医疗效果的宣传不可信，所谓的“黑科技”“疗效”难以验证。



大路灯（左侧两款）体积较大、照明范围广。

问题二：买大路灯越贵越好吗？

谈及消费者普遍关心的价格问题，雷士照明品质与售后总监黄敏德介绍道，虽然灯的照明亮度和使用寿命与价格存在一定关联，但并非绝对的因果关系。灯具的原材料涵盖支架、芯片、荧光粉材料、胶水、线材等多个部分，从理论上来说，使用可靠性更高、品质更优的原材料，会大幅增加生产成本，进而使产品售价上升。价格并非衡量灯具品质的唯一标准，消费者不能单纯以价格高低来判断灯具的好坏。

问题三：大路灯一定优于普通台灯吗？

至于光线和近视之间的关联，目前，一项针对1840名学生进行的随机对照研究发现，在教室灯光为模拟太阳光光谱环境

下学习的学生，三年后近视发生率较少，这说明模拟太阳光光谱的灯具对防控近视有一定帮助。许吉萍表示，部分厂家的大路灯也模拟了户外光的光谱特性，但实际效果因厂家而异，而且其他护眼台灯和顶灯也能达到类似效果。

受访专家指出，无论购买大路灯还是普通读写台灯，都有几个关键考量维度。黄敏德表示，家长务必留意产品是否明确标注执行国家标准GB/T 9473—2022《读写作业台灯性能要求》。在灯具的性能参数方面，要特别关注灯具的光谱特性，尽量选择光谱特性接近太阳光的灯具。

还有几项重要参数不容忽视。“为孩子购买的灯具，桌面照度应达到500勒克斯(lux)以上，显色指数需达到95以上。此外，产品还需满足防眩光、低蓝光、

无可视频闪等要求，全方位为孩子营造舒适、健康的读写照明环境。”黄敏德说。

近视防控不能只靠灯

专家建议，要客观理性地看待灯具和近视防控之间的关系，全方位、多维度进行近视防控。

购买了合适的灯具是否意味着防控近视一劳永逸？对此专家认为并非如此。许吉萍表示，儿童近视防控并非只受光线这一单一元素的影响，个人学习生活环境、用眼习惯等多种因素共同作用于视力健康。

从近视防控医学来说，最主要的防控因素其实是“一增一减”。许吉萍介绍，“一增”是增加户外活动，建议每天累计接触自然光的时间达到两小时以上，每次15分钟以上。除了环境灯光改造，还需要做更多的“增量”，如多进行户外活动、保持正确的读写姿势等。

“一减”是减少孩子近距离用眼。专家表示，近距离用眼不仅仅是看电子设备，很多家长误以为孩子不看手机就不会近视，其实儿童在看书、写字、画画、弹钢琴、下棋甚至玩积木时都可能近距离用眼。总的来说，近距离用眼的时间要尽量少，用眼距离要尽量远。

近视增长变缓或者预防近视，不是单一维度就可以完全做到的，改造环境灯光只是其中很小一部分，防控近视是一场需要家长和孩子全方位努力的“持久战”。
据新华社

直播间“杀熟”现象调查—— 直播购物，越买越贵？

“同一场直播，老用户下单贵30元”“优惠券电影票比线下还贵6元”……近期，多名消费者向记者反映，在直播间购物时遭遇“大数据杀熟”。记者调查发现，这一现象背后是商家利用算法对高频消费者实施差别定价，购买同一商品，老用户或常购客户往往需支付更高价格。

北京市市场监管局近日发布关于规范网络销售、直播带货领域不合理经营行为的若干措施，明确将严查“大数据杀熟”等行为，并联合网信办等部门对重点平台企业开展算法检查，督促平台企业提高算法透明度，优化算法规则。

“熟客”成待宰羔羊

“烤鱼套餐138元，包含一条4斤重的鱼和各种配菜，还有小吃和饮品，比在店里买要便宜快100元。随到随用，随买随退，链接就在下方，点击就能购买。”

前不久，山东省德州市的苏女士在某直播间购买标价138元的烤鱼套餐，结账时却显示148元。“用家人不常购物的账号查看，价格又变回138元。这种事情我已经不是第一次遇到了，有天我在一个主播的直播间看到一盒车厘子限时优惠价269元，可我一买却成了329元，

我以为限时到期了，用家人的账号买是269元。”她质疑，“商家专挑熟客加价，若差价小，消费者根本察觉不到”。

苏女士向客服反映情况后，对方表示会记录相关情况，最后不了了之。

类似情况屡见不鲜。天津的张先生在某直播间购买电影票优惠券，兑换后发现每张41元，而线下票价仅35元。其朋友用新账号购买同一场次电影票，票价低至30元。“我向商家投诉，却没有客服回应。”张先生说。

四川南充的石女士也发现，用自己的账号下单某火锅套餐价格为39.9元，而小号则为“新人价”29.9元。她又找了一家铜锅涮肉，单人餐售价79元，但用小号点进去却是68元。“小号能优惠购买，大号就没有优惠。我现在下单买商品还要再开几个号去看看哪个号买得更便宜。等小号成了‘老号’后，消费者又该怎么办呢？难道要不断注册新号才能避坑？”石女士无奈说道。

记者检索社交平台发现，有很多痛斥直播带货“杀熟”的帖子；在第三方消费者投诉平台以“直播”“杀熟”为关键词检索，相关投诉超200条。

在江苏省高级人民法院、省司法厅、省消保委联合发布的2024年度全省消费者权益保护

典型案例中，消费者朱女士在某电商平台同一家商铺先后两次购买同一款床上用品四件套，她发现，第二次购买的价格比第一次购买时价格高出20%，且商品页面未提示任何价格差异原因，商家以系统定价、不同时期促销活动不同等理由推脱，拒绝退还差价。

经核实，商家利用算法根据用户的购买历史、浏览频率等数据，对老用户采取了较高的价格策略，存在“大数据杀熟”行为，违反了相关法律法规中关于公平交易和消费者知情权的规定。经工作人员调解及普法，商家最终同意退还朱女士差价，同时承诺全面整改其价格算法，保证未来对所有用户一视同仁，清晰明确地展示商品价格的构成及波动原因，避免类似情况再次发生。

阻碍行业健康发展

受访专家指出，直播带货中的“大数据杀熟”会给产业、消费者等带来不少消极影响。

首都经济贸易大学法学院副教授胡翔说，从产业角度分析，该现象破坏了公平竞争的市场环境，导致部分商家通过不正当的价格策略获得利益，进而压缩了诚信商家的生存空间，阻碍

了行业的健康发展；它还促使商家减少在产品研发等创新活动上的投入，从而阻碍产业的升级进程。

“对于消费者而言，‘大数据杀熟’可能会侵犯消费者知情权、公平交易权等合法权益，同时会导致他们支付更高的价格，增加了消费成本。一旦消费者发现被不公平对待，他们对平台和商家的信任度会降低，这将降低消费体验与满意度，并影响其后续的消费决策。”胡翔说，在社会经济层面，“大数据杀熟”加剧了信息不对称，导致消费不公平现象；还会增加监管成本，导致消费者投诉数量增加，市场监管部门需要投入更多资源应对。

在华北电力大学（北京）人文与社会科学学院新金融法中心主任陈燕红看来，对于消费者来说，“大数据杀熟”通过广泛收集其性别、年龄、历史购物记录等个人信息，并根据其不同情况实施差别定价，让多数用户误认为自己的付款价格和他人无异，这种做法不仅涉嫌违规收集用户个人信息，侵犯用户隐私，还破坏了用户的购物体验，侵犯其知情权和公平交易权等合法权益。

隐蔽性强维权不易

根据消费者权益保护法，电

子商务法等规定，商家不得对同一商品在同等条件下设置不同价格。然而，直播间“杀熟”行为仍屡禁不止。

“技术隐蔽性是关键。”胡翔指出，动态定价算法复杂，且价格差异常被归因于“优惠券”“会员等级”等因素，消费者面临举证难。

他补充道，“同等交易条件”的界定及“知情同意”的边界问题也是难点，如新老用户、会员与非会员是否属于“同等条件”，法律未明确细化；监管与执法难度大，跨区域、跨平台监管协调难，处罚力度不足，技术监管滞后，监管部门缺乏专业算法审计能力，难以主动发现违规行为；行业逐利动机强烈，竞争压力导致“内卷”，少数企业认为“不杀熟就会吃亏”，形成恶性循环。

“消费者维权难也让一些商家有恃无恐。”陈燕红说，首先是举证困难，消费者往往需要在案件中通过充分证据自行证明平台存在价格歧视行为，但这些证据往往掌握在平台手中，消费者难以获取；其次是诉讼成本高，消费者维权往往需要通过诉讼途径，但诉讼过程繁琐，耗费时间、金钱和精力，对于小额的消费纠纷，消费者可能直接选择放弃维权。

据《法治日报》