

网红商品手机信号增强贴 是“黑科技”还是“黑”顾客？

只需将一张金属贴片贴在手机背部的“有效位置”，信号就能从1格变成3格，让玩游戏、刷视频不延迟……近期一位杭州消费者程先生向记者反映，自己被“手机信号增强贴”给忽悠了。

一段时间以来，号称能“全场景”增强手机信号的“增强贴”热销网络。这张小小的贴纸，到底是“黑科技”还是在“黑”顾客？新华社记者进行了调查。



一点效果也没有，
被忽悠了！

网红商品
手机信号
“增强贴”
商家宣称能
“全场景”
增强信号

消费者

被忽悠 新华社发 徐骏作

商家称能增强信号 商品热销网络

地下车库信号差、游戏网络不稳定、高层办公楼信号时好时坏……记者发现，在多家知名电商平台均有手机信号增强贴热卖，宣称能满足手机用户改善信号的需求。

此类商品价格在3元至70元不等，部分商家月销量过千单，还有商家拼单销售数额显示超过10万单。多名商家客服向记者展示的商品说明图片中均写有“热销海内外”等字样。

相关商家宣称此类增强贴能智能放大信号，在地下室、别墅、山区、农村等场所可全面适用，且各家运营商的信号均能大幅提升。还有部分商家向记者表示，几款手机信号增强贴同时具有提升手机性能、降低辐射水平、延长电池寿命等功能，并提供相关产品说明书“证明”。

目前电商平台在售的信号增强贴品牌众多，但记者发现大多非正规商品。记者通过天眼查App查询发现，不少品牌生产厂家的产销范围并不包括增强贴，而记者购买的多个品牌增强贴包装中均未见商品合格证，商家也无法提供。

“时不时就能在抖音、微信群里看到有人推荐。”不少消费者表示因网络推荐购买增强贴，但发现效果与宣传不符。有消费者评价称“一点效果也没有，还是信号很差。仔细想想增强贴没有芯片，怎么可以读取手机信息，又怎能修改系统设置、优化网络”。

专家检测：原理不成立 实验室场景：无明显增强

记者针对贴纸效果与原理询问平台商家，客服回复：“只要手机后盖不是玻璃的就可增强，贴上后1格信号一般可以增强至3格。”“原理是贴纸(芯片)可以增加手机的波长。”

这一说法是否可信？杭州电子科技大学电子信息学院教授李金新在浙江威力克通信实验室向记者展示了手机信号增强贴的现场实验结果。

李金新说，从材质和结构上看，商家宣称的目前最先进款型的信号增强贴是在一张塑料片上镀了一层铝膜，铝膜上

面还印有一层类似磁性油墨的材料。

对于“增强贴原理是通过拉长手机内置天线接收信号的波长来增强信号的接收范围”说法，李金新表示：“这从原理上讲不通。”

他告诉记者，首先波长在现实生活中不可能被“拉长”；其次放大任何东西都需要能源，而贴纸属于“无源天线”，无法为有效放大信号提供能源。

那么贴纸“能通过共振放大信号”的说法属实吗？

李金新说，不同的手机型

号、运营商导致各手机信号频率不同，要实现共振就必须与相应手机信号的频率相同，当前而言，一张贴纸即便能产生某种共振，也不可能符合所有手机频率，不可能实现商家宣称的“全场景”应用。

专家介绍，代表手机信号强度的单位是dBm，由于手机信号强度一般较小，dBm一般为负数。记者在实验室场景看到，手机固定在一个位置上，手机无贴纸时，其信号强度数值在-81dBm上下浮动；手机有贴纸时，其信号强度数值在-85dBm至-79dBm之间浮

动。

“信号强度dBm的值越大表示信号越好。实验场景，测试变化波动幅度在正负3dB区间内。实验室场景测试，贴纸几乎没有增强信号的能力。”浙江威力克通信股份有限公司高级工程师吕小良说。

“我们还在快速通行的地铁里、开阔场地、电梯里等处进行了测试。结果是贴上增强贴之后，手机信号不增反降。”吕小良称，如果手机信号增强贴真有“黑科技”效果，中高端手机早就内置此解决方案，不必消费者额外付费购买。

为何“伪科技”产品频频成网红

能“包治百病”的“量子”医疗器械、可“修复皮肤松弛”的“石墨烯”保暖衣、预防近视的“神器”防蓝光产品、“可降糖70%”的网红“脱糖电饭锅”……记者发现，近年来出现不少打着“黑科技”幌子的产品在市场上坑骗消费者。专家表示，伪高科技产品走红有不少“帮凶”。

网络“伪科普”误导消费者。“信号增强只跟手机终端接收的信号强度有关系。”李金新表示，有不少人对通信速率存在误解，信号强下载速率会快一些，但不是绝对

的。数据下载不仅取决于网络，还取决于输出数据的服务器以及用户数。“网上讲贴上信号增强贴能提高下载速率，这是个伪命题。”李金新说。而记者发现，不少抖音号上都发布过宣传此类信息的“伪科普”视频，其中部分广告痕迹明显。

部分网络商家则抱着此类商品“成本低、价格便宜，消费者买回来‘有用就用，没有用也不会太大损失’”的心态，半卖半骗，走量牟利。

部分电商平台未能压实主体责任，对相关商家资质、商品

证书等方面的检查检测工作仍存在漏洞。对已被媒体和市场监管机构反复曝光并处理的一些产品，部分平台也并未彻底进行清理处置。

浙江省社会学会会长杨建华说，当前一些“伪科技”产品，利用公众在养生、便利等方面需求，捏造功能、吹嘘效果，而普通人往往缺乏判断真伪的能力。他建议市场监督、网信等部门联动，加大对“伪科技”产品不实广告的监管，特别应严肃处理以“伪科普”形态出现在网络视频、社交平台上的不实广告信息。另外，监管部门对

于网络平台的主体责任也应时刻保持高压态势，督促其有效自检自查。

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，依消费者权益保护法，经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途等信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。以“伪科技”名义玩概念、博销量，误导和欺骗消费者，其行为很可能构成欺诈。一旦构成欺诈，消费者可以要求购买商品价款3倍的赔偿。

(张璇、崔力)