

商家称可使“EQ飙升” 高考季北大未名湖湖水被标价售卖

一边是助理教授、研究员韦东奕在短视频平台4秒钟的出镜视频，短短几天“吸粉”2400多万，缺失的半边牙齿更成为“全网牵挂”；一边是商家在网上以99元的价格兜售贴着“北大未名湖”标签的湖水，宣称“每日凝视可激发智慧，EQ飙升”——2025年高考季，北京大学成为网络舆论关注的焦点。

近日，有不少网友发现，在线上二手交易平台上，北京大学未名湖的湖水被冠以“智慧神水”之名售卖，每500毫升标价20元到99元不等，商家甚至提供“带拍摄视频”等服务以证“真身”。

“神水”产业链： 商家称湖水可使“EQ飙升”

在某二手商品交易平台上，网友发现有商家销售北京大学未名湖湖水，标价为“68元/400ml（高档矿泉水瓶包装）”或“99元/500ml”。有卖家自称是北大学生，表示可以售卖未名湖水并拍摄记录打水视频，以证明湖水为真。

部分商品页面甚至标注：“未名湖湖水对多种植物生长具有神奇效果。将装有未名湖湖水的容器置于室内，有助于调节空气湿度。每日凝视未名湖湖水，可提振精神，激发智慧，EQ飙升。慎购，仅供观赏。”

除了未名湖水，北大未名湖的土、北大校内的土等也出现在销售页面上，每900克北大校内土标价为129元。多位商家表示，当天即可拍摄取水视频，寄出湖水，外地包邮。还有商品页面显示，可出售多位北大知名教授签名的书籍。

商家能否售卖北大的水土？个人参观可少量携带校内水土作为纪念吗？10日下午3时许，北京大学保卫部工作人员告诉记者，按照校园秩序管理规定，不管是个人参观少量携带，还是网上出售北大水土，校内的东西都是不允许带出校的，他们正在联系平台处理，要求下架商品。

截至发稿前，记者注意到，该平台的大部分“未名湖水”产品已搜索不到，只剩一款10分钟前上架的“北大未名湖水”。

公开信息显示，未名湖为北京大学校园内最大的人工湖，也是北京大学的标志景观之一，位于北京大学校园中北部，形状呈U形，中央有湖心岛，东岸有博雅塔。

有商家透露，买未名湖水者，有的是为了祈祷高考成绩顺遂；买校内土的人，有的是因为家中要盖新房。媒体报道显示，围绕名校的水、土、空气等资源，已经形成一条“产业链”，不只是北大，通过网络平台售卖的还有“清华校河河水”“清华空气”等。

瓶装“未名湖水”被网络售卖一事经媒体报道和网络传播后，引发舆论的广泛关注和热议。截至6月11日14时，微博相关话题#多个商家售卖北京大学未名湖湖水##北大回应商家售卖未名湖湖水#阅读量达到2700万。

名校“经济学”： 崇拜心理作祟下的病态消费

“这毫无疑问是‘智商税’。”厦门大学经济学系副教授丁长发表示，商家售卖未名湖湖水，类似于此前报道的“智力奶粉”“量子波动速读”“学霸丸”等，这些东西很大程度上利用中国家长望子成龙、望女成凤的心理。

有网友认为，相关商家卖的不是水，而是“未名

湖”这个超级IP，但存在较大的风险和隐患。“且不说虚假宣传的问题，如果水真的取自未名湖，涉嫌侵犯北大财产权；如果不是取自北大，那么就是造假欺

诈。”知名律师、河南泽槿律师事务所主任付建认为，未名湖湖水、北大校内的土以及清华的水等都属于校园区域，学校对其拥有管理权。未经学校授权或许可，私自取用并用于商业售卖，侵犯了学校对这些资源的管理和处置权。如果商家用其他的土冒充进行售卖，涉嫌欺诈，消费者有权要求退款。

付建表示，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》规定，经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元。

还有律师认为，未名湖取水的行为还涉嫌侵犯国家水资源权利。《中华人民共和国水法》第三条明确规定水资源属于国家所有，商家未经许可私自取用售卖，违反了水资源国家所有的规定，属于非法利用水资源，其行为可能面临更严重的法律后果。

记者检索发现，《北京大学校园秩序管理规定》第十一条规定，在校园活动的人员，应自觉爱护校园环境，不得出现的行为包括：攀折树木、私摘花果、破坏草坪植物植被等；在湖区钓鱼、跳水、游泳，非工作需要的捕捞、划船等；其他破坏校园环境的

行为。《北京大学校园秩序管理规定》第十四条规定：“在校园从事经营性活动，应获得学校主管部门审核批准，遵守学校相关管理规定。未经许可，不得摆摊设点、兜售商品、散发张贴广告等。”

“名校资源”失守： 被商业化的不止未名湖水

有舆论观点认为，从名校取水、取土等将名校校园的水土和景观资源商品化的行为，看似是无伤大雅的商业创意，实则折射出当前社会对名校文化符号的盲目崇拜和过度消费，是一种病态和非理性的消费行为，值得深思。

事实上，对于北京大学等知名高校来说，类似未名湖水的“商业化闹剧”并不罕见。

如2023年7月，北京大学发布《校友预约入校违规情况通报》称，一支校外研学团队由部分校友通过“预约同行人员”的方式，拆分预约139名学员入校，每人收费10800元，合计收费约150万元，北京大学依规关闭所涉46名校友的校友预约系统使用权限。

通报称，北京大学个人和团队预约均实行限额管理，游客需提前7日通过相关微信小程序进行预约。当年暑假学校临时开放校友预约同行人员权限，校友可于入校当天为同行人员进行预约，同时明确校友不得向他人转借、转租校友卡，不得利用该系统和校友卡进行牟利性、营销性活动。

有网友表示，北京大学作为知名高等学府，所蕴含的文化价值本应是公共精神财富，未名湖更是北京大学重要的文化符号，如今却被商家切割包装成可交易的“文化快消品”，本质上是对学术圣地象征意义的消解。

要守护好某名校的水土和景观资源，既需要法治层面的约束和技术层面的监管，也需要校方对资源价值重估，让文化资源以尊严的方式惠及公众，同时提升公众的认知，当消费者意识到未名湖的灵性不在水中而在求索真理的靈魂里，这场荒诞营销才会失去生存土壤。

综合羊城派、极目新闻、中新网

北京大学未名湖。(资料图片)