

新华社记者 舒静 杨淑馨

吴文诩

11月25日,带货主播“麦琪啦”在直播间销售保健品违规宣传一事引发关注。

近年来,直播间的保健品已成为消费者权益受损的“重灾区”。不少老人“一边上网,一边上当”,不仅花费大量时间和钱财,也面临健康风险。

直播间售卖保健品有哪些套路?虚假宣传为何屡禁不绝?“新华视点”记者展开调查。

沉迷直播间,买一次就踩一次坑

两年前“入坑”后,陈女士的姥姥每天都会准时看直播。花在直播间里的钱已有上万元,但保健品仍源源不断地出现在家里。

“这款益生菌吃了可以杀肠子里的菌”,直播间内,声称是“某三甲医院院长”的主播侃侃而谈,“有奇效”的益生菌卖出698元两盒的价格。

上海的李樱(化名)也注意到家中老人的异常。68岁的母亲每天要花4到6小时看直播,出门也要戴着耳机、拿着手机,边走边看;从纳豆胶囊、复合硒片到小分子纯肽,在直播间买的保健品越来越多。

近年来,老年人沉迷“养生”直播间、购买各类保健品的情况并不鲜见,然而,不少保健品都是假冒伪劣产品。

“每买一次就踩一次坑。”陈女士介绍,姥姥多次下单的一款益生菌,包装与某知名保健食品几乎一样,但实际是假冒的“李鬼”;查询另一款止咳保健品的配方表,也发现其实不过是糖果。

在反复下单、花费不菲的同时,一些所谓的保健品不仅没有功效,反而还会带来健康风险。

广东某三甲医院住院医师黄小婷(化名)介绍,“抗癌”“降血压”“降血糖”是保健品“洗脑”中老年用户的“三大法宝”;有患者听信直播间推销购买保健品后,擅自停了降压药,“这是非常危险的行为,严重的话会带来脑梗风险”。

2023年底,北京市海淀警方接群众举报称,通过直播带货购买了宣称具有保健功效的“咖啡”,饮用后出现鼻塞、头痛等不良反应。公安机关会同市场监管部门开展检测鉴定,认定该款“咖啡”含有对人体有毒有害的新型衍生物成分。

北京市食品药品安全法治研究会等机构近日发布的“三品一械”(药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品)直播带货消费调查报告显示,虚假宣传问题舆情数据高达30.5%,食品冒充保健品或药品违规宣传功效等问题比较普遍。

直播间保健品乱象调查



远离

新华社发 徐骏 作

制造焦虑打“温情牌” 环环相扣进行“洗脑”

为规避审核和监管,一些企业开始转向更“隐秘的角落”。

记者了解到,一些知名平台会对进行直播的商家、商品进行资质审核,确保合法合规。不少无良商家由此选择“转战”私域直播,在“小圈子内”对中老年人进行“洗脑”式宣传。

所谓私域直播,一般是通过建立微信群或私聊发送直播链接,邀请特定人群观看。“针对老年人的私域直播是暴利行业,只要给直播服务商钱就能开播,审核相对宽松。”从事直播行业多年的冯萧(化名)说。

规避违禁词是另一种手法。直播过程中,一些直播间也针对平台监测总结出相应“对策”。

冯萧表示,针对能触发平台审核的关键词,直播间也在不断更新违禁词,甚至总结出一套词库,在口播时进行替换或拆分。

主播“麦琪啦”在直播中提到病症时,便会使用英文或故意拆分病名,如将“尿毒症”说成“那个尿,某毒,某什么症”,用“CA”指代“恶性肿瘤、

癌症”等。

为吸引“客户”、提升黏性,不少保健品直播会“环环相扣”设陷阱。

第一步是“拉人头”,通过线下引流方式拉人进群;第二步是“给价值”,通过送奖品、发红包等方式“利诱”;第三步是“破防线”,通过制造焦虑、打“温情牌”,让老人心甘情愿在直播间下单。

一名老人家属告诉记者,老人在线下买海产品时被拉进群,各种“福利”活动让老人患上“网瘾”,感觉有奔头、有获益。“每天看完健康讲堂直播可以领5毛8的红包,群里还有答题活动,答对的前三名可以获得牙膏等奖品。”老人家属表示,讲堂和答题内容都与售卖产品相关,环环相扣进行“洗脑”。

直播间内,一些主播故意制造健康焦虑,称“不能靠儿女,儿女都是自私的”“要懂得保健,开始保养起来”;同时,嘘寒问暖,早晚发红包。在情感攻势下,老人们的防范意识逐渐瓦解,甚至更相信主播而非子女。

治理直播乱象 向虚假内容说不

“到底怎样才能有效打击?”“有什么办法能劝劝老人?”社交媒体上,不少消费者发出感慨。

事实上,针对保健食品等“三品一械”的广告审查,《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》《互联网广告管理办法》等法规制度已有相关规定。

然而,直播活动中很难区分“商业宣传”与“广告”。北京市法学会电子商务法治研究会会长吕来明表示,“三品一械”直播内容是否构成广告,目前在法律上的适用标准并不明确。由于直播内容是动态、实时、海量的,平台也难以事前审查,只能通过技术手段监测或抽测。

记者从某互联网社交平台了解到,针对“虚假内容”,平台会通过新闻报道、用户举报等渠道收集信息;建立“重点违规类型”的专属审核团队;同时强化账号管理体系,持续治理低质、高危账号。

在吕来明看来,应对“三品一械”直播内容进行更严

格的监管。是否将其视为广告,应以其带来的社会影响为判断依据,特别是头部主播发布内容,应按照广告标准,提高审核准入门槛,将保障公众健康安全放在优先位置上。

广东广信君达律师事务所律师宋立志认为,市场监管部门要从非法生产、销售等环节入手,加大对违规生产企业、直播间运营者及主播的处罚力度。北京市海淀区人民法院法官助理李文凤建议,通过与平台开展技术协作,提升智慧化监管水平,构建多层次执法体系。

黄小婷表示,公众对于健康知识有巨大需求,但在知识获取上存在一定壁垒,应适应新媒体传播方式加强科普宣传,提升公众健康素养。消费者在选购保健食品时,也要明确自身需求,咨询专业人士,选择正规渠道。

有专家指出,沉迷直播间问题背后,也凸显出老人的情感需求。子女和社会应一起为老人在网络世界筑起防线。