

不少老人“一边上网，一边上当”

直播间保健品乱象调查:制造焦虑打“温情牌”，环环相扣进行“洗脑”

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？记者展开调查。

据新华社

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，北京市海淀区警方接群众报警称，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。

制造焦虑打“温情牌”，让老人心甘情愿下单

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。不少不良商家由此选择“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，向虚假信息说不

“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，提升智能化监管水平，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。

投资5000元成为远程牧场主？

揭秘“云养牛”背后的非法集资骗局

5000元即可在网上“云”养一头牛，定期还能获得6%至12%不等的收益，在看见如此诱人的宣传后，有人立即投资了300万元认养600头牛，本以为摇身变成了牧场主，殊不知已深陷非法集资骗局。近日，上海警方在“砺剑”专项行动中，根据市民报案线索深入侦查，成功侦破一起以互联网“云养牛”为幌子的非法集资案件，抓获犯罪嫌疑人4名，涉案金额5亿余元。

据新闻晨报



求助。接到报案后，上海市公安局经侦总队即会同徐汇分局对该网络平台开展调查，发现平台宣称位于国外的牧场根本就不存在，而吴先生在网络上看到的视频和直播，部分是犯罪团伙借用他人牧场拍摄，更多的是从网络下载素材后再进行后期剪辑包装而成。

至于平台提供兑换的牛肉，则是犯罪团伙从本地批发市场购得，民警前往仓库调查后发现，其库存寥寥无几，远远低于用户持有的牛肉份额。而犯罪团伙引导投资人在平台寄售牛肉一方面是希望延缓兑换时间，另一方面则是希望有不明真相的投资人继续投资。

经过进一步侦查，警方很快锁定了以犯罪嫌疑人张某为首的犯罪团伙。今年9月，上海警方在外省市警方的协助下将4名犯罪嫌疑人全部抓获归案。

经查，犯罪嫌疑人张某在未取得相关资质的情况下，通过雇佣客服及运营团队搭建网络平台，将所谓的“云养牛”项目包装成年化收益在6%-12%的理财产品，并通过拍摄宣传视频、开设线下讲座等方式，在线上向不特定公众公开宣传，吸引不特定公众投资。而平台所募集的投资款项，已在犯罪团伙不断“借新还旧”及支付公司日常运营中消耗殆尽。该行为实质就是以高额收益为诱饵向社会不特定公众吸收资金的一种非法集资骗局。截至案发，该犯罪团伙共非法募集资金5亿余元。

目前，上述4名犯罪嫌疑人均已被警方依法采取刑事强制措施，该案在进一步侦办中。

花300万云养牛遭遇诈骗

今年上半年，吴先生在网络上看见一则广告，对方声称拥有国外合作牧场，并采取“互联网+产业集群化发展”的运营模式，在当地聘请了养殖经验丰富的专业团队入驻牧场，还可远程实时监测牧场中牛的健康状况。投资人只需线上投资认养，就能获得年化6%到12%不等的稳定收益，而牛的日常饲养则由当地专业团队全权负责。

在宣传视频中，平台还宣称每头牛都有保险，若投资者的牛死亡，投资人将获得相应的保险理赔。当投资人决定不再续投后，平台可原价回购牛的所有权。

吴先生关注了该平台的社交媒体账号，看到其中宣称该“云养牛”项目曾荣获诸多五花八门的“荣誉奖项”；在短视频平台还能看到其官方账号发布的制作精良的平台宣传视频；在一些论坛中，还有投资人积极分享投资经验。为了让投资人放心，平台还有牧场的全天候直播，画面中牛群结队、漫步草原。

吴先生抱着试一试的态度，投入5000元在平台购买了一头牛的所有权，约定投资期限为1个月，到期后平台将依据年化6%向吴先生支付收益，

并原价回购牛的所有权。签订电子合同后，平台还提供了其所购买牛的年龄、体重、耳标号等具体信息。

一个月后，吴先生如约收到了平台的回购款和返利，遂逐步加大了投资力度，在短期内先后投资近300万元。在此期间，平台商城推出了一项新服务，即以50元一斤的价格将收益和本金全部转换成牛肉份额，用于兑换牧场生产的所谓“高品质”牛肉制品。

到了今年5月的一天，吴先生登陆平台后发现，在未被告知的情况下，其账户内价值300万元的牛被平台强制回购并全部折抵成了6万斤牛肉的兑换额度。在向平台质疑后，客服表示因第三方支付问题暂时不能提现，只能提取牛肉，而当吴先生提出要提取全部牛肉时，客服又表示如此大量的牛肉难以运输，可将牛肉份额以200元至300元一斤不等的价格通过平台寄售，待售后后即可提现。然而截止案发，这些牛肉完全无人问津，300万元的投资款至今仍是寄售在平台上的6万斤牛肉份额。

保本保息的背后是非法集资骗局

无奈之下，吴先生只好选择报警



「云养牛」骗局 视觉中国供图