

虚假养生短视频就是忽悠老年人

“大师”讲课原是带货推销

近年来,大量的养生保健类网络直播视频充斥各大短视频平台,颇受中老年群体的追捧。记者调查发现,养生直播和短视频鱼龙混杂。有的直播看似讲授养生知识,实则兜售保健品;声称是中医世家出身的大师,目的是为了卖课。

乱象1

直播间里的“白大褂”大多身份不详

“我是某三甲医院的主任医师”“我是中华中医药学会的权威专家”“我是祖传几代人行医的老中医”……直播间里的“大夫”们名头不小,感觉都像是医学领域的权威专家,真实情况是这样吗?记者调查大量养生直播发现,部分屏幕前身穿“白大褂”高谈阔论的“大师”“神医”,在直播间外,摘去面具,卸下伪装,真实身份无人知晓。

模糊身份,不向观众公开写清自己的供职单位、研究领域,甚至姓名,是这些“神医”的常用手段。记者发现,一个拥有百万粉丝、名为“都市大健康”的账号,几乎每天都会发布一条医生分享生育知识的短视频。简介中这样写道:不孕不育困扰多,听听名医怎么说。既然标榜“名医”,自然有必要让观众知悉“名医”的背景。然而,在“都市大健康”上分享健康知识的医生竟无一人注明自己的姓名、所在

医院和职务。这些“名医”的出场千奇百怪,有的戴着口罩称自己擅长调理不孕不育问题,字幕打出观众可以叫她“董妈妈”;有的则写着“特邀名医”四个大字;还有的用小道具故意遮挡胸前的工作卡,模糊身份的方式可谓五花八门、费尽心机。

还有一部分现象是广告标注不醒目。记者注意到一条“78岁养生推拿传承人传授独门手法——奇穴神功、点到病除”的短视频,视频中端坐一位白发苍苍的老人,号称自己是传承“百年武医”的大师,样子唬人,乍一看像是位行医多年的老中医。但视频中并未有任何关于他的详细介绍,也没有注明来自哪家医院,更无行医资格证明,视频配上音乐,用一行五颜六色的大字打出“李氏百年推拿手法”,左下方则贴出其推拿课程的广告链接,仅有很小的字幕提示这是广告。



答疑解惑

医疗健康领域自媒体须获相关资质

养生直播、短视频的自媒体是否具有合法性?如果通过养生直播视频购买了假冒伪劣保健品,应该如何维权?维权的途径又有哪些?记者采访了中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍,为消费者支招儿。

■养生直播的自媒体都合法吗?

朱巍:根据最新修订的《互联网用户公众账号信息服务管理规定》和《互联网用户账号信息管理规定》,涉及司法、医疗健康、教育和经济4个领域内容的自媒体、公众号等须获得相关资质。像自媒体宣传中药养生知识,如果没有相应的资质,从根本上就不具备合法性。

其次,我国《广告法》中有明文规定,医疗保健类产品,不能含有代言人,不能在宣传过程中描述或夸大疗效、功效。如果是医疗用品,或者是一些具有保健功能的食品,需要由国家食品药品监督管理总局批准的保健食品标志——“蓝帽子”,方可进行宣传。没有“蓝帽子”,产品就不得进行宣传,如果宣传,就涉嫌违法。

此外,很多所谓的养生宣传产品还没有经过认证。根据《食品安全法》,未经批准、擅自售卖都是不合法的。比如说桦树皮,且不说疗效,它能不能作为食品卖?它的产地在哪儿?有没有经过食品安全部门的检测?《电子商务法》和《食品安全法》中都有具体的规定,不能商家觉得可以卖就卖。食品级的商品,包装都有特殊要求,没有相关的资质,对食品二次加工的售卖都不可以。

■如果消费者观看养生直播视频后购买了假冒伪劣保健品,应该如何维权?

朱巍:维权具体要看是哪种类型的上当受骗。比如说买到的是假货——“挂羊头,卖狗肉”就属于欺诈行为,按照《食品安全法》的规定,虚假宣传欺诈可以向生产者或者销售者要求支付价款十倍的赔偿金;如果售卖的保健品有毒、有

害,还涉及刑事犯罪。而对于经营者的欺诈行为,按照《消费者权益保护法》则是“退一赔三”,即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,按五百元赔付。

■维权的途径有哪些?

朱巍:一方面,消费者可以向主播所在的网络短视频平台投诉,另一方面,消费者也可以向市场监

督管理部门,比如食品药品监督管理局或当地的消费者协会举报。据《北京晚报》 文/柴嵘 图/王金辉

乱象2

“养生科普”铺垫目的为带货

邀请一位医生装扮的主播,打着养生知识科普的旗号,直播中侃侃而谈如何养生,等到直播快结束时,开始推销玉石床、膏药、按摩仪,或祖传的“灵丹妙药”。名为养生知识科普,实为直播带货,收割“智商税”的行为同样比比皆是。这些直播往往利用一些人热爱养生又贪图便宜的弱点,卖力吆喝推销保健用品,使一些不明真相的观众上当受骗。

“在家常暖腹,赶走大肚腩”“亲,每晚睡前一定要保养膝盖,睡得更舒服”一位号称中国高级保健师的女主播正在直播间讲述在家应该如何养生、在饮食上如何调节、气血上如何调理,各种中医专业术语堆砌,说得云山雾罩,不时还与观众问答互动。但听着听着,记者越发觉得“保健师”口中头头是道的养生知识其实更像是一句句广告词。令

人起疑的是,她持续不断地强调艾灸对于养生的重要性。果不其然,“保健师”在直播的后半部分话锋一转,拿出了产品。“全身上下都可以用,烦恼都可以通过艾灸消除”“普通款一套89,升级款359”,“保健师”语速飞快,催促着观众赶紧下单。记者注意到,一些观众在前面“养生知识”的铺垫下,不明就里地选择了购买,在聊天栏中回应主播。

乱象3

夸大其词的狂轰滥炸仍不少

“万能养生公式千万收藏”“只靠吃,七天瘦六斤”“按摩一次等于年轻十岁”“所有的病根都在肚脐上”……使用“一定”“只要”“所有”等具有极其肯定意味的词语,通常最刺激观众的眼球。一些观众在夸大其词、哗众取宠的词句轰炸和猎奇心理的驱使下,被这种标题所诱骗,点开视频一看究竟。这时,观众就落入了营销号的圈套,用高点击率牟取高额的流量,赚走黑心钱。记者调查发现,这类视频在网络平台仍不鲜见。

每天早晨5时30分,“古法三通瑜伽”准时开始进行

直播。记者注意到,刚刚6时,直播间点赞数就已经达到8万人次,异常火爆。

戴着眼镜、穿着唐装马褂的主播坐在屏幕前,身后悬挂着一幅巨大的广告牌“古法三通瑜伽”——让女人青春永驻,让男人身强力壮、家财万贯。该主播正在讲述如何养颜护肤,操着极富煽动性的语调,连线直播间的观众。他仅仅用手指演示揉搓鼻翼、拉拉耳垂、舌头顶上腭,就号称是自己独家的“道家驻颜术”,养颜护肤效果显著。接近3个小时的直播结尾,这位主播还会带领观众一起闭眼静坐冥

想,“跟着这样做一个月,你会越来越年轻,越来越幸福,越来越富有。”这位主播在最后还是强调学会“古法三通瑜伽”,终身受益。

记者浏览了“古法三通瑜伽”之前发布的直播短视频,诸如“价值百万的磕齿吞津法”“学会这一个方法,胜过吃一年的牛鞭”“健康的三大密钥,专家不告诉您的秘密”等耸人听闻的标题铺满整个屏幕。点开之后内容无非是推广自己的“古法三通瑜伽”,或是告诉观众放松心情、早睡早起和注重饮食等人尽皆知的健康常识。