

直播间“神药”骗了多少老年人

记者随机下单5种保健品,4种存在问题



直播间保健品销售乱象频发,普通食品冒充保健品、批准文号过期等问题突出。近日,记者随机购买了5款宣称有“奇效”的产品,其中两款实为普通食品,两款保健品批号已失效。

部分商家通过虚假宣传、情感话术诱导消费,老年人成为主要受害群体,维权困境亟待关注。

老年人深陷直播间保健品骗局

在黑猫投诉平台上,对直播间保健品的投诉有上百条。面对直播间里天花乱坠的宣传,不少老年消费者难以辨别真假,而他们的子女对此感到既无奈又愤怒。一位消费者亲属表示,其父亲在主播的各种福利引诱下,购买了大量宣称有“奇效”的保健品,如“鲨鱼粉”“灵芝”等。

除了老年人,一些年轻消费者也没能识破直播间的骗局。一位消费者反映,自己在直播间看到宣传“能让白发变黑”的产品,被误导以为是药品或保健品,结果收到的却是压片糖果。“糖果怎么可能有直播宣传的那种效果?”她质疑。还有消费者在直播间被宣称“可以治疗腰椎间盘突出”的产品所吸引,下单后发现收到的却是普通保健品,而非药品。

一些商家利用消费者对健

康的渴望,虚假宣传调理月经、治疗腰疼甚至冠心病的“神药”。一位购买调理月经产品的消费者被诱导消费高达76680元,而实际效果却与宣传大相径庭。另一位购买鹿心丸的消费者是被主播宣称“能治疗冠心病”所吸引,但收到后发现产品仅是普通食品,许可证号以SC开头,根本不具备任何治疗功效。

“我家老人天天看情感主播,被引导消费2万多元,全是压片糖果、‘三无’产品,还有不知名的化妆品,在当作神药使用。”一位消费者亲属描述了家中老人的遭遇。他们发现,直播间销售的很多保健品不仅是“三无”产品,还存在虚假宣传的问题,但老年人往往深信不疑,甚至将这些产品当作“神药”使用。当子女试图阻止时,还会引发家庭矛盾,让维权之路更加艰难。

近日,记者随机购买了5款保健品,其中一种为食品,一种为压片糖果,另外两款保健品批准文号已过期。

“天麻杜仲叶平卧菊三七”适用人群成谜

近日,一款名为“天麻杜仲叶平卧菊三七”的产品在多个直播间持续推广。直播间主播宣称该产品能有效缓解全身关节疼痛的问题,吸引了不少老年消费者。然而,记者调查发现,这款产品存在诸多疑点,其适宜人群也与直播间的说法存在较大差异。

记者在国药集团骨骼研究院直播间观察到,主播几乎全天24小时都在推销这款“天麻杜

仲叶平卧菊三七”,声称其成分包含多种名贵药材,能够有效缓解腰腿疼痛、关节麻木等问题。主播强调“三岁小孩到百岁老人,什么年龄段的人都能吃”,甚至表示“年龄越大,你的毛病越厉害,吃的效果也就越明显”。

当记者购买并收到这款产品后,发现与直播间的宣传存在明显差异。产品包装上明确标注其名称为“天麻杜仲叶平卧菊三七”,产品类型是“运动营养食品(耐力类)”,产地为安徽阜阳,生产企业是安徽御康药业有限公司。配料表排在首位的是木糖醇,其“适宜人群”明确标注为“适用于中长跑、慢跑、快走、自行车、游泳、划船、有氧健身操、舞蹈、户外运动等人群”,而“不适用人群”则包括婴幼儿、孕妇、哺乳期妇女、14岁以下儿童、过敏体质等特殊人群。产品包装上清晰地标明了其为运动营养食品,且适宜人群为运动爱好者。

随后,记者再次询问直播间主播“老年人是否可以食用”,主播仍坚称,“百岁老人都可以吃,70多岁当然可以吃了”。

作为一款“运动营养食品(耐力类)”,其主要功能应是为运动人群提供能量和营养支持,以增强运动耐力,但直播间却将其宣传为能够缓解关节疼痛等问题的产品。

这款商品在国药集团骨骼研究院店铺内有7个链接,每个链接销量少则几十单,多则3000多单。记者在商品评价中看到,有消费者质疑该产品并非药品,“分明是保健品”,并指出商家存在“虚假宣传、夸大宣传、欺骗用户”的行为。还有消费者反映产品详情页宣传“膝盖肿胀、肌肉拉伤、关节疼痛,肩颈腰腿全身通用”,收到货后才发现是食品。

记者查询发现,生产企业安徽御康药业有限公司曾于2024年6月因“食品和食品添加剂的标签、说明书不符合规定”的行为,被安徽省太和县市场监督管理局处以罚款并没收违法所得。

宣称“使白发变黑”的“参苓黑方片”实为压片糖果

另一种名为“参苓黑方片”的产品,同样是24小时不间断直播。直播间宣传该产品能有效改善白发、脱发等问题,吸引了大量消费者购买。记者收到货后发现,这款宣称“具有养发功效”的产品,实际是压片糖果。

直播过程中,主播声称“不管你是脱发的、发量稀疏的、‘光明顶’的,5岁以上、80岁以下都可以服用”,“纯草本调配,男女老少都能服用”。在直播话术中,主播宣称该产品并非染发膏,而是通过“内调”,从根源解决白发问题,并称其效果远超染发膏。主播还宣称产品与“国医中医药研究院”有关联,拥有“27年专研养发”的历史,并在全国拥有数百家养发馆和数百万粉丝,以此来增强产品的可信度。直播间甚至展示所谓的“证书”,声称已经过万人试吃、认证,并强调是“国医中医药研究院唯一授权直播间”。

记者购买了这款“参苓黑方片”,收到产品后,其包装上明确标注为“压片糖果”,并非药品或保健品。在其配料表中,排在前两位的成分分别是食用葡萄糖和麦芽糊精。

在该产品下方评论区,不少消费者对产品的实际效果表示质疑。有消费者反映“没有一点效果,吃完一瓶了,啥反应都没有,太差劲”,还有消费者表示“宣传广告是‘7天白发变黑发’,服用18天了,仍然是白发”。有消费者质疑产品质量,称“药片外面的黑皮掉落,已露出里面白色的药片,感觉质量很差”。

“参苓黑方片”的生产厂家为安徽达润堂健康产业发展有限公司,“天眼查”显示,该公司曾因虚假宣传被河南省商丘市梁园区市场监督管理局处以20万元罚款。行政处罚决定书显示,该公司违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第二十条第一款的规定。

“红娘英姐”直播间销售批准文号过期保健品

近日,记者在一个名为“红娘英姐”的直播间购买了两款保健品。收到货后,记者发现,其中两款保健品的批准文号竟然已经过期,而直播间内的主播和连线男子却仍在极力鼓吹产品的“神奇”功效,将老年人一步步引入消费陷阱。

记者购买的第一款产品名称为“降落灵”,通过查询产品包装上的批准文号,记者发现该批号已于今年2月19日过期。根据国家相关规定,保健食品批准文号过期后,不得继续生产和销售。

记者购买的第二款保健品为羊胎盘软胶囊。经查询,该产品的批准文号有效期至2024年7月4日,同样已过期。

直播间内,“红娘英姐”将羊胎盘与“贵族”联系起来,暗示其具有非凡的功效,以此抬高产品价值,诱惑老年人购买。

“红娘英姐”直播间卖出的这两款保健品均由江西正和大健康产业有限公司卖出。记者以消费者身份联系该公司投诉服务电话,对于产品批准文号过期一事,工作人员表示,“可能是批号还没申请下来,不清楚具体情况。”对方多次强调,产品并非生产厂家卖出,建议找经销商维权。

据“新黄河”



糖葫芦

张士杰

姥爷是个手艺人,尤其擅长做糖葫芦和芝麻糖,他的手艺在村里是出了名的。

冬日午后,阳光斜洒在老宅的砖瓦墙上,金色的光辉与斑驳的墙影交织,绘出一幅幅温馨的画面。姥爷总是在这个时候,穿上他那件旧旧的棉袄,戴上老花镜,开始忙碌起来。厨房里,一口大黑锅稳稳地架在灶台上,姥爷小心翼翼地倒入冰糖,小火慢熬,那糖液在锅中翻腾,散发出诱人的香甜,仿佛能驱散冬日的严寒。

我站在一旁,瞪大眼

睛,满心期待,偶尔踮起脚尖,试图看清那糖液变化的奥秘。姥爷见状,总是笑眯眯地摸摸我的头,说:“急不得,好东西总要慢慢熬。”那一刻,我仿佛能从他的话语中,品出生活的哲理,关于耐心与等待的美好。

随着糖液逐渐变得黏稠,姥爷便开始串起事先洗净晾干的山楂。山楂一颗颗红艳艳,如同小小的灯笼,被细竹签轻轻串起,再缓缓浸入糖液中。待糖液冷却,一串串晶莹剔透、色泽诱人的糖葫芦便出现在眼前,如同一串串火红的梦,照亮了

我童年的每一个冬天。那一刻,空气里都弥漫着幸福的味道。

我接过姥爷递来的糖葫芦,小心翼翼地咬一口,外皮酥脆,内里酸甜,那份甜蜜瞬间在口中绽放,仿佛整个世界都被这份简单却纯粹的快乐填满。姥爷在一旁,看着我满足的样子,眼里满是慈爱与满足,觉得他所有的辛劳,在这一刻都得到了最好的回报。

如今,岁月已逝,姥爷也已不在,但那份由糖葫芦串起的幸福时光,永远镌刻在我心底。



67岁的汤延光(左)住在东光县安居小区。退休后,他坚持打乒乓球,收获了健康与快乐。

常慎江 摄

