

## 普通食品冒充“治病神药” 借“御医传人配方”坑老

前不久,天津市场监管部门执法人员根据消费者提供的线索,进入某私域直播间,执法人员发现,一款标称为维牧香品牌的“心肌肤营养液”,被说成了能够改善各类心脏病症的“全能调理产品”。

直播间主播声称,这款“心肌肤营养液”是一位御医传人根据祖传秘方研发的,还举例称有位82岁的老太太,为了测试心肌肤的效果,特意从1楼爬到17楼。以前爬几步就累得不行,现在一口气爬到17楼都没事。

执法人员发现,私域直播间提及的各类产品功效,吸引了大量老年消费者的关注,直播全程在线人数基本维持在4000—7000人。

记者了解到,天津这个私域直播间宣传销售的产品,除了心肌肤营养液,还有六十九品胚芽、优利士乳液全脂羊奶粉,这些产品都被介绍具有一定功效。

对此,市场监管执法人员进行了调查,该直播间销售的心肌肤营养液,外包装上印有“中国中医药(古方)研究院”字样,标称生产企业也是一家药企。执法人员查证后发现,直播过程中主播宣称的“御医传人”以及产品上标注的“中国中医药(古方)研究院”,均为虚构,无任何依据。执法人员同时发现,包装和名称都像药品的心肌肤营养液,产品包装上标注的执行标准,根本不是药品标准,而是我国2015年发布的《食品安全国家标准运动营养食品通则》。

## 揭秘私域直播间 收割老年人全链条陷阱

将普通食品宣传成治病良药,私域直播误导了不少老年消费者。这些老年人究竟是如何被拉到私域直播间的呢?

执法人员调查发现,这家私域直播间的全流程运作模式如下:

铺设门店、免费领鸡蛋引流。筛选潜力顾客,引进“优质专属群”。投放直播链接、健康讲座洗脑、红包奖励锁客。各种话术推销产品,为达到营销目的,直播间里虚假宣传疗效、虚构专家身份、伪造厂家背景等手段层出不穷。

据了解,私域直播间推出的这些产品,普遍是低价购进,然后以每盒高出3到5倍的价格销售给不明真相的老年人。

记者了解到,这家商贸公司在短短3个月内,组建微信群百余个,群成员近万人,通过私域直播的方式,累计销售额一百多万元。因构成虚假宣传,市场监管部门已经责令

# 私域直播『坑老』套路全曝光

免费鸡蛋引流  
高价『神药』收割

私域直播是通过自建小程序或通过社交平台进行的定向直播,其核心特征是用户触达精准度高、互动性强,同时这种直播形式具有较强的隐蔽性,容易避开监管,被一些不法商家利用实施诈骗。前不久,天津的一个私域直播间打着“御医传人配方”的幌子,将一款普通食品包装成“治病神药”,不少老人上当受骗。



有私域直播将普通食品冒充“治病神药”,或夸大功效。据央视

## 中消协消费风险提示

中国消费者协会数据显示,2025年上半年,全国消协组织受理的投诉热点中,老年消费陷阱与私域引流营销问题突出。日前,市场监管总局和中消协联合发布消费风险提示:

警惕线下引流套路。部分商家以“免费送鸡蛋”“社区义诊”等线下活动为诱饵,吸引老年人加入微信群。随后在直播间通过“伪科学养生课”“专家一对一咨询”等形式,夸大产品“治疗高血压”“抗癌防癌”等功效,诱导老年人购买价

格虚高的所谓“神药”“神品”。

警惕话术诱导陷阱。私域直播间常通过“亲情关怀”“健康咨询”等封闭场景实施情感营销,违规使用“包治百病”“根治慢性病”等用语,或通过推荐“祖传秘方”欺骗老年消费者。

警惕资质信息盲区。查验直播间是否公示营业执照、食品经营许可证或药品经营许可证,核查保健食品或药品是否具备正规批号。

据央视新闻

当事人停止违法行为,并依法对其作出罚款60万元的行政处罚。

## 私域直播平台 不能置身事外

不少私域直播间已经成了围猎老年消费者的温床,经营组织者固然难辞其咎,而私域直播平台也不能置身事外。

在私域直播专项整治工作中,深圳市市场监管人员对多方面数据梳理分析发现,辖区内的某网络技术有限公司运营的“小鹅通”APP提供私域直播服务时,对违禁词等内容审核不严。该平台的私域直播间曾宣称:醋还是一个长寿食物,可以抑制血糖、血压。依据《中华人民共和国食品安全法》,普通食品广告内容不得涉及疾病预防、治疗功能。

市场监管人员介绍,小鹅通作为私域直播平台经营者,理应知晓平台内经营者对普通食品、保健品进行虚假宣传,会侵害消费者合法权益,但该平台未采取必要管控措施,违反了我国《中华人民共和国电子商务法》相关规定。

深圳市市场监督管理局公平竞争监管处一级主办陈祖华表示,监

管部门依据《中华人民共和国电子商务法》第八十三条的规定,责令当事人限期改正,处36万元罚款。案件办理完成后,监管部门指导小鹅通平台进一步完善审核机制,加强直播内容审核和违规处置,共处理违规内容1.6万条,封禁店铺1200余家,净化了私域直播生态。

在监管部门要求下,小鹅通平台完成了系列整改。相关负责人表示,合规整改是对行业责任的落实,同时推动了企业规范运营。

12月19日,市场监管总局再次公布五起民生领域私域直播虚假宣传典型案例:

广州赞赏信息科技有限公司提供“虚拟人气”有偿服务,构成帮助平台内经营者虚假宣传。杭州超调科技有限公司使用夸大性描述介绍商品。吉安天草健康大药房有限公司夸大地产品功效、虚构疗效。湖北省六零时代体育发展有限公司暗示产品治疗功效,存在虚假宣传行为。顶流博主何某某将粉丝引流到私域平台推介饮料产品,宣称疗效。

上述主体的行为均违反《中华人民共和国反不正当竞争法》及其他相关法律,被市场监管部门责令停止

违法行为,并予以相应罚款处罚。

今年以来,市场监管总局开展老年人药品、保健品虚假宣传专项整治,共查办案件5707件,罚没金额9608.09万元。针对违法行为向私域直播领域蔓延现象,查处私域直播领域不正当竞争案件33件,罚没金额902.8万元。

## “取证难” 成私域直播监管难点

私域营销里,不仅存在传统营销中的虚假宣传、假冒伪劣、以次充好等违法行为,还出现了特有的新型违法,如当消费者对产品质量或服务提出疑问时,竟遭遇被“踢出群”或经营者“人间蒸发”等恶劣情况,使得私域营销成为当前的举报投诉热点。

治理利用私域直播进行私域营销行为,监管的难点主要集中在“取证难”。相关网络违法行为通常是被动发现之后的事后监管,其违法线索信息来源仅限于举报、投诉以及媒体曝光,极个别可能在违法行为实施过程中被举报、投诉。

记者了解到,针对私域直播电商行业“视频不可回放”现状导致的取证难等问题,市场监管总局2025年6月10日公布的《直播电商监督管理办法(征求意见稿)》明确要求,直播电商平台经营者应当对产生交易的消费者提供该交易订单的直播视频回放功能,回放时间自直播结束之日起不少于30日。

中国社会科学院大学互联网法治研究中心主任刘晓春强调,平台有必要保存完整的记录,这样既便与消费者维权,也能助力监管部门更好地进行督促。

法律专家认为,私域直播电商虽然是一种新兴商业模式,但从本质上来说,它属于电子商务、网络交易范畴,也适用《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《中华人民共和国反不正当竞争法》等。

国务院反垄断反不正当竞争委员会专家咨询组成员孟雁北表示,私域直播应遵循线上线下一致性原则,这一原则可对其形成有效约束——线下不允许做的事情,换到线上的直播间同样不允许。

有数据显示,2024年私域电商的交易规模达到了5万亿元,行业快速发展不能丢了责任,绝不能容许部分经营者损害老年群体权益的行为。期待《直播电商监督管理办法》能够早日落地,促使平台和直播经营者规范运营,尤其是要落实直播内容、互动记录及交易数据的留存要求,打破维权“查无实证”的困境,守住银发一族的“养老钱”。

据央视新闻

编辑:武俊 美编:马秀霞 组版:刘焱

