

谁在养生直播间诱惑老年人下单

近年来,兜售保健品的某些直播间已成为消费者权益受损的“重灾区”。此前,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。近期又有不少媒体曝光一些直播间打着养生旗号骗取老年人的钱财,这类养生直播通过中医养生保健、食疗调理等内容“拿捏”老年群体的同时,往往打着养生科普的幌子,售卖所谓保健品,并宣称可“修复大脑细胞”“高血压停药”“让白发变黑发”等功能。不少老年人“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。

近年来,兜售保健品的某些直播间已成为消费者权益受损的“重灾区”。此前,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。近期又有不少媒体曝光一些直播间打着养生旗号骗取老年人的钱财,这类养生直播通过中医养生保健、食疗调理等内容“拿捏”老年群体的同时,往往打着养生科普的幌子,售卖所谓保健品,并宣称可“修复大脑细胞”“高血压停药”“让白发变黑发”等功能。不少老年人“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。

随着年龄增长,老年人在生理和心理上都会面临较大变化,当追求健康消费心理迅速淡化,理性消费就很可能被抛诸脑后。一些店家正是利用老年群体的“健康焦虑”,通过夸大效果、虚假宣传、销售误导等手段销售各种保健品,使得一些“乱投医”的老年人“掉坑”。

直播平台进行投诉或向市场监督管理部门投诉。消费者也可选择向人民法院起诉以维护自身合法权益。消费者在观看直播过程中要增强自我保护意识,对于直播过程中可能弹出的收集消费者个人信息或申请相应权限的提示应注意避免误触,如发现直播平台或商家有侵犯个人隐私的行为时,应及时向相关部门投诉举报,以维护自己的隐私权。

北京市食品药品监督管理局等机构近日发布的“三品一械”(药品、保健食品、特殊医学用途配方食品和医疗器械)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。直播间售卖保健品有哪些套路?虚假宣传为何屡禁不绝?

事实上,在诸多媒体曝光的相似事件中,老年人沉迷养生直播间、购买各类保健品的情况很多,不少保健品也是假冒伪劣产品。在网络尚未普及时,就有一些不法分子设计各种套路,诱骗老年人购买高价但效果不明的“保健产品”。近年来,随着老年人搭上互联网快车,以及有关方面线下严厉整治,“养生骗局”由线下转移到线上,其手段算不上高明,甚至“一眼假”,为什么老年人仍会上当受骗?

“到底怎样才能有效打击?”“有什么办法能劝动老人?”社交媒体上,不少消费者发出感慨。而面对近年来风靡各大直播平台的养生直播,消费者在购买直播产品时应如何避免风险?填补老年人的“数字鸿沟”,解决老年人“触网”安全问题仍需各方努力。

“消费者在观看养生直播时要增强法律意识。同时,也需要监管部门、直播平台、消费者等共同努力,形成合力,共同营造一个健康、有序的网络直播环境。”刘傲说。

伪“养生直播间”暗藏消费陷阱

每天晚上七点半,某养生直播间就会准时开课,拥有“抗癌防癌专项基金会长证书”“国家一级健康讲师”“国家一级营养师”等多个头衔的讲师开始讲解养生知识。直播间里,普通保健品被宣传成“养生神品”,其价格成倍上涨。有的老年人甚至为了购买保健品花费十几万元。可经过警方调查,直播间推销的小分子肽、雪莲、红景天、磷虾油等保健品,并没有其所宣称的治疗疾病的作用。

北京市食品药品监督管理局等机构近日发布的“三品一械”(药品、保健食品、特殊医学用途配方食品和医疗器械)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。直播间售卖保健品有哪些套路?虚假宣传为何屡禁不绝?

直播间进行投诉或向市场监督管理部门投诉。消费者也可选择向人民法院起诉以维护自身合法权益。消费者在观看直播过程中要增强自我保护意识,对于直播过程中可能弹出的收集消费者个人信息或申请相应权限的提示应注意避免误触,如发现直播平台或商家有侵犯个人隐私的行为时,应及时向相关部门投诉举报,以维护自己的隐私权。

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍表示,没有获得相应资质的养生直播和短视频不具备合法性。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》,涉及医疗卫生等领域内容的自媒体、公众号等须获得相关资质。消费者如果观看养生直播视频后购买了假冒伪劣保健品,一方面可以向主播所在的网络直播平台投诉,另一方面也可以向市场监督管理部门或当地的消费者协会举报。

利用健康焦虑打“温情牌”

北京市食品药品监督管理局等机构近日发布的“三品一械”(药品、保健食品、特殊医学用途配方食品和医疗器械)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。直播间售卖保健品有哪些套路?虚假宣传为何屡禁不绝?

北京市食品药品监督管理局等机构近日发布的“三品一械”(药品、保健食品、特殊医学用途配方食品和医疗器械)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。直播间售卖保健品有哪些套路?虚假宣传为何屡禁不绝?

北京市食品药品监督管理局等机构近日发布的“三品一械”(药品、保健食品、特殊医学用途配方食品和医疗器械)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。直播间售卖保健品有哪些套路?虚假宣传为何屡禁不绝?

北京市食品药品监督管理局等机构近日发布的“三品一械”(药品、保健食品、特殊医学用途配方食品和医疗器械)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。直播间售卖保健品有哪些套路?虚假宣传为何屡禁不绝?

地方动态



为助力“银发经济”健康高质量发展,福建省南平市市场监管局锚定保健食品安全,从“点线面体”四方面入手,守护“银发经济”健康发展。

一是找准问题“关键点”。南平市市场监管局聚焦“增强免疫力”“缓解压力疲劳”“改善睡眠”等与老年人密切相关的保健食品,加大风险排查和执法检查力度,开展“特殊食品专项整治巩固提升行动”,线上线下同向发力,着力规范保健食品经营行为。

二是畅通线索“纵贯线”。南平市市场监管局依托12315日常监管与12315平台,对消费者投诉多、舆情反映集中的保健经营者,加强针对性监督检查;坚持抽检不合格保健食品线索专查专办,建立常态化处置机制,将线索处置落实到人;建立“诉转案”“刑行衔接”等部门协作机制,加强部门各条线沟通协作。

三是拓展宣传“覆盖面”。南平市市场监管局开展“守护银发健康”进社区活动,通过设置宣传板、发放宣传资料、播放宣传视频等方式,从保健食品辨别、选购和防骗等角度入手,向老年人宣传相关法律法规和政策,介绍常见消费陷阱和防范要点。

四是构筑责任“共同体”。南平市市场监管局建立监管责任人员动态名单库,督促20家特食品企业配备食品安全总监和食品安全员,指导865家保健食品销售者建立“日管控、周排查、月调度”工作机制;依托农村食品安全示范点、“放心超市”示范点建设,推进保健食品经营专区专柜销售提质升级;落实投诉举报奖励机制,发挥社区网格员作用,鼓励群众参与食品安全监督,形成“市场监管+行业自治+社区监督”的食品安全监管责任“共同体”,切实守护“银发健康”。

福建南平加强保健食品安全监管

助力“银发经济”健康高质量发展,福建省南平市市场监管局锚定保健食品安全,从“点线面体”四方面入手,守护“银发经济”健康发展。

行业动态

市场监管总局多维度推进“双无”保健食品换证工作

自今年10月底市场监管总局发布《在产在售“无有效期和无产品技术要求”保健食品集中换证审查要点》(以下简称《审查要点》)以来,各省市都稳步推进“双无”保健食品换证工作,以进一步规范保健食品行业发展。

市场监管总局食品审评中心(以下简称“食品审评中心”)针对近期“双无”保健食品换证存在的常见问题进行了解答,并上线了保健食品注册管理信息系统的变更注册申请“双无”换证模块,多维度确保换证工作平稳有序进行。

市场监管总局食品审评中心(以下简称“食品审评中心”)针对近期“双无”保健食品换证存在的常见问题进行了解答,并上线了保健食品注册管理信息系统的变更注册申请“双无”换证模块,多维度确保换证工作平稳有序进行。

市场监管总局食品审评中心(以下简称“食品审评中心”)针对近期“双无”保健食品换证存在的常见问题进行了解答,并上线了保健食品注册管理信息系统的变更注册申请“双无”换证模块,多维度确保换证工作平稳有序进行。

上海市公众保健食品安全满意度连年提升

据上海市市场监管局消息,2024年上海市公众保健食品安全满意度为87.8分,比2023年提高了1.3分。上海市保健食品安全满意度得分呈逐年上升趋势,公众对保健食品质量提升行动取得的成效总体认可。

上海市市场监管局消息,2024年上海市公众保健食品安全满意度为87.8分,比2023年提高了1.3分。上海市保健食品安全满意度得分呈逐年上升趋势,公众对保健食品质量提升行动取得的成效总体认可。

上海市市场监管局消息,2024年上海市公众保健食品安全满意度为87.8分,比2023年提高了1.3分。上海市保健食品安全满意度得分呈逐年上升趋势,公众对保健食品质量提升行动取得的成效总体认可。

上海市市场监管局消息,2024年上海市公众保健食品安全满意度为87.8分,比2023年提高了1.3分。上海市保健食品安全满意度得分呈逐年上升趋势,公众对保健食品质量提升行动取得的成效总体认可。

Table with 2 columns: 姓名, 身份证号. Lists names and IDs for a public notice.

Table with 2 columns: 姓名, 身份证号. Lists names and IDs for a public notice.

松原市金松商务信息咨询服务有限公司债权债务联合公告
松原市金松商务信息咨询服务有限公司(以下简称“金松公司”)及其关联方(以下简称“关联企业”)因经营不善,导致公司及其关联方对债权人负有巨额债务,现经各方协商一致,决定联合公告债权人,就公司及其关联企业的债权债务清理事宜进行协商和安排。

松原市金松商务信息咨询服务有限公司债权债务联合公告
松原市金松商务信息咨询服务有限公司(以下简称“金松公司”)及其关联方(以下简称“关联企业”)因经营不善,导致公司及其关联方对债权人负有巨额债务,现经各方协商一致,决定联合公告债权人,就公司及其关联企业的债权债务清理事宜进行协商和安排。

松原市金松商务信息咨询服务有限公司债权债务联合公告
松原市金松商务信息咨询服务有限公司(以下简称“金松公司”)及其关联方(以下简称“关联企业”)因经营不善,导致公司及其关联方对债权人负有巨额债务,现经各方协商一致,决定联合公告债权人,就公司及其关联企业的债权债务清理事宜进行协商和安排。

松原市金松商务信息咨询服务有限公司债权债务联合公告
松原市金松商务信息咨询服务有限公司(以下简称“金松公司”)及其关联方(以下简称“关联企业”)因经营不善,导致公司及其关联方对债权人负有巨额债务,现经各方协商一致,决定联合公告债权人,就公司及其关联企业的债权债务清理事宜进行协商和安排。

松原市金松商务信息咨询服务有限公司债权债务联合公告
松原市金松商务信息咨询服务有限公司(以下简称“金松公司”)及其关联方(以下简称“关联企业”)因经营不善,导致公司及其关联方对债权人负有巨额债务,现经各方协商一致,决定联合公告债权人,就公司及其关联企业的债权债务清理事宜进行协商和安排。

松原市金松商务信息咨询服务有限公司债权债务联合公告
松原市金松商务信息咨询服务有限公司(以下简称“金松公司”)及其关联方(以下简称“关联企业”)因经营不善,导致公司及其关联方对债权人负有巨额债务,现经各方协商一致,决定联合公告债权人,就公司及其关联企业的债权债务清理事宜进行协商和安排。

松原市金松商务信息咨询服务有限公司债权债务联合公告
松原市金松商务信息咨询服务有限公司(以下简称“金松公司”)及其关联方(以下简称“关联企业”)因经营不善,导致公司及其关联方对债权人负有巨额债务,现经各方协商一致,决定联合公告债权人,就公司及其关联企业的债权债务清理事宜进行协商和安排。

松原市金松商务信息咨询服务有限公司债权债务联合公告
松原市金松商务信息咨询服务有限公司(以下简称“金松公司”)及其关联方(以下简称“关联企业”)因经营不善,导致公司及其关联方对债权人负有巨额债务,现经各方协商一致,决定联合公告债权人,就公司及其关联企业的债权债务清理事宜进行协商和安排。