讽刺与幽默

人民日报漫画增刊 CARTOON WEEKLY

2版 / 现代“鲁滨逊”不是想当就当

10版 / 外面的风会替你把烦恼捋顺

12版 / 不去景德镇，也能当一回“瓷都小匠”

○人民日报社主管、主办 《讽刺与幽默》报社有限公司出版 ○第1641期 ○2026年8月14日 ○本期12版 ○国内统一连续出版物号：CN 11-0067

私域直播间，“坑老”陷阱多

一种普通水果，在一款私域直播购物软件直播间内被鼓吹成净化血液的“神药”，在天花乱坠的话术攻势下，不少消费者被忽悠上车；送几个鸡蛋，就哄着老人加企业微信，进群后，便发送小程序直播，请假专家讲课，吹嘘保健品能根治慢性病，忽悠老人掏钱买……私域直播间内，一些不法商家大肆把普通食品、保健品包装成包治百病的所谓“神药”，专门针对老年群体精准设套。

随着生活水平不断提高，公众对健康的需求越来越高，营养保健类产品日益热销。于是，一些不良商家借限时直播逃避监管，小程序链接到期自动失效或注销，相关内容便无法观看。“亲情关怀”“健康咨询”也是常用套路，在直播间里以“营养专家”“主任医师”等身份刻意放大焦虑，再用限时抢购、会员专属等话术层层设套，一步步完成精准收割。

老年人重视健康不在于“买买买”，首先在于提高健康素养和知识储备。辨别保健品的关键标志是“蓝帽子”：图标为天蓝色的帽子，下半部分有“保健食品”字样。根据《药品管理法实施条例》，非药品不得在其包装、标签、说明书及有关宣传资料上进行含有预防、治疗、诊断人体疾病等有关内容的宣传。广告法明确规定，广告以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者的，构成虚假广告。保健品宣传中不能出现有效率、成功率等相关词语，不能夸大其治疗疾病的功效。对于那些夸夸其谈的“神医”、效果惊人的“神药”，必须提高警惕。

清理私域广告营销乱象，监管部门须加大监督执法力度，利用技术创新监管方式、绷紧责任链条。网络平台必须加强审核、完善巡查机制。直播间不能成为“谎话间”，对于那些有违常识、有悖法理的“话术”，要经常进行“大扫除”。 [赵志疆]



▲口小“坑”大 曹 一

总编辑：岳增敏 顾问：徐鹏飞 融媒体中心电话：010-65363809 事业发展中心电话：010-65363808 订报电话：11185-9-2 投稿邮箱：manhuafcyym@vip.163.com