

学会好好吃饭,不仅能让你吃饱,还能让你越来越健康;气血不足的人怎么补?从脾胃入手,方能
有奇效……看到这类短视频的推送,不少老人都会忍不住点进去一看究竟。
点开“报名”,弹出一个二维码,扫描二维码,只需几块钱或者不要钱,就可连续听多堂养生课。孰
料,课上着上着,在所谓大师、班主任的诱导下,几千元乃至上万元不知不觉间花出。

养生直播盯上“有闲有钱”的老人

“养生课”坑老 需合力整治

免费低价诱惑 暗藏消费陷阱

“7天时间,每天在家用手机跟我学一会,专业的营养师会针对你的身体困扰,制定合理的饮食方案,你只需跑跑菜市场,把它们做成美味佳肴……”8月10日,家住西安市未央区文景路的张女士,拖地时听到母亲手机里传出的话语,神经突然紧张起来,凑近一看,母亲已经输入手机号,在等验证码了。
母亲告诉她,花7元,在之后的7天时间里,除了营养学家指导,每天还可领取奖励。意识到情况不对,她赶紧劝阻了母亲。
13日,记者来到张女士家,在其母亲的手机页面看到,付费后的学习流程为:添加老师完成入营、进直播间查看课程、关注群聊上课

提醒、提前5分钟进入课堂。
而张女士之所以这么紧张,是因为母亲之前曾报名参加过某养生课。
张女士的母亲刘阿姨告诉记者,她是在刷短视频时接触到健康养生教学课程的,看到视频里的中医专家说不花钱就可以调理身体,便扫码添加了“养生老师”的微信号,之后进了微信群,每天固定时间在群里收看课程直播。“免费课程上完后,我被告知缴纳1100元的学费后,可以继续听后续的课程,还会附赠一系列保健品等。另外,‘养生老师’还会针对身体情况制定‘一对一’指导……觉得捡到了便宜,便赶紧下单。”刘阿姨说,课继续听了,

但收到的保健品无生产厂名、无生产厂址、无生产卫生许可证,她一点也没敢吃。“养生老师”再次“卖课”时,她退出了群聊。
“我妈整天拿着手机看,还做笔记,本子都用完几个了。我偷偷看过她的支付记录,买课买保健品花了不下5000元,怎么说都不听。”家住西安市长安区郭杜北街的刘明莉说起自己母亲的近况,很是无奈。
“我婆婆进了一个养生群,每天打卡上课,表现好了还有红包奖励。平时买菜都要货比三家的她,除了听课,还陆陆续续买了些保健品回来。”贺女士不知该怎么办,“根本就劝不住,劝多了还影响彼此之间的关系。”



刘阿姨参加的7天调理直播讲座。

套路:私域直播+洗脑+穷追不舍

记者采访中不少人心存疑问,一向节俭的老人为何会轻而易举地被陌生人拉入养生群,并甘愿大笔消费?
13日下午,记者通过短视频平台搜索后,通过“报名”添加了一位“养生老师”的微信,一位表示,要先看几段视频,答题通过后,才能进群上课,另一位发来几份学习资

料后表示,先了解,19时会发听课链接。
一位业内人士向记者介绍,如今,养生直播多以免费健康科普或者低价养生课程作为引流入口,将潜在客户带入聊天群的“私域直播”,这类直播链接通常都由某小公司提供。当潜在客户进入到私域直播的聊天群

后,所谓的大师、班主任就开始对群内的学员进行有针对性的教学。学员入群后需汇报自己的年龄、身体状况,有基础病的老年人会成为重点关注对象。“不吃药也不打针”“少花冤枉钱”……一系列话术轻松将老人拿捏。
“群里有几位自称是‘养生老

师’弟子的人,会让我们汇报身体状况以判断体质,哪天要是没去听课,会有人发私信督促,课程结束后,还会发小结……”刘阿姨说,每当有学员在群里说出自己的身体状况,咨询该怎么办时,答案只有一个,“跟着老师好好上养生课,会看到变化的”。
套路的高潮是最后的售课环

节,所谓的大师、班主任会给大家算账,将买课的花费和去医院看病买药、去做理疗买保健品进行对比,句句都是为学员着想,私信里的“劝导”更是持续不断、语重心长,更有甚者会拿捏老人害怕生病的心理,对老人施压,群里还不时有学员发出支付记录对他人进行刺激。

提醒:养生直播存在一定法律风险

养生直播作为一种新兴的健康传播方式,近年来风靡各大直播平台,吸引了众多消费者的关注。陕西许小平律师事务所律师刘傲提醒,养生直播存在一定法律风险,尤其是在内容的真实性、产品的安全性以及营销手段的合法性等方面。
刘傲指出,养生直播中可能会出现夸大产品效果、虚构用户评价等虚假宣传行为;很多养生直播名为养生,实为带货;在直

播过程中,如果未经用户同意收集、使用个人信息,或者泄露用户隐私,可能违反《中华人民共和国网络安全法》和《中华人民共和国个人信息保护法》;中医健康状态辨识与评估类服务应由中医类别执业(助理)医师开展。如果直播内容涉及医疗建议或治疗方案,而主播没有相应的医疗资质,可能违反《中华人民共和国医师法》等相关法律法规。

消费者在观看养生直播或购买直播产品时应如何避免风险?刘傲表示,如消费者在购买直播产品过程中发现直播带货的商家不具有合法生产销售许可,或购买的产品不符合国家相关标准,可以留存直播视频、保存购买证据,收集好相关证据后提供给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自身隐私权的行为时,应及时向相关部门投诉举报,以维护自己的隐私权;如果消费者在观看直播过程中发现直播中所售卖产品具有提升治疗功效或具有治疗效果等医疗作用时,应注意辨别商家是否有相关资质,切莫偏听偏

信,如购买产品与宣传效果不符,应及时向市场监督管理部门及政府有关部门反映情况,虚假宣传商家将承担行政责任及民事赔偿责任。
“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。
文/图 本报记者 陶颖

不到百元就能买一块“巴黎奥运金牌”?

律师:未经许可不得出于商业目的使用奥林匹克标志

不到100元,能买到一块奥运会“金牌”,你心动吗?眼下,2024年巴黎奥运会已圆满落幕。运动员同款穿搭和配饰成了电商平台热销的时尚单品,有的商家盯上了仿制奖牌的“商机”,试图在这场体育盛宴中分得一杯羹。
8月13日,记者在多个电商平台输入“巴黎奖牌”“巴黎纪念品”“冠军同款”等关键词,即可找到大量外形酷似真品的仿制奖牌。这些奖牌售价从81元至402元不等。
一款售价81元的奖牌,24小时内超过100人拼单;一款标价117.99元的“巴黎奥运金牌”产品已售出486件,并标注“1:1精确复刻”字样;

另一款售价为157元的奖牌产品,抢购数量达10.4万件。
权威资料显示,巴黎奥运会的真品金牌,是由523克纯银与6克黄金精心熔铸而成,其上还镶嵌有来自埃菲尔铁塔的珍贵旧铁件,寓意深远。相比之下,这些仿制奖牌则大多采用锌合金材质,重量约340克,直径约8.5厘米。虽在数据与外观上与真品难辨雌雄,但其内核却大相径庭。
随后,记者以消费者身份进行咨询。一位店家表示,为了确保每一枚奖牌都能在外观与重量上达到以假乱真的效果,多数商家采取了预售模式,制作工期需2

至3天。
不仅如此,电商平台上还涌现出了往届奥运会奖牌的仿制品,如2020年东京奥运会的奖牌和2008年北京奥运会的“金镶玉”奖牌等。尤其是后者,因其独特的设计理念和深厚的中国传统文化底蕴,成为仿制品中的热门之选。
某电商平台一款标价130元的北京奥运会仿真金牌,已售出数百件,其受欢迎程度可见一斑。
记者采访之际,亲眼见证了这些仿制奖牌的销售速度之快——从打开首页点击第一个商品开始浏览,到关闭页面再次查看同一商品,短短10分钟,该仿制奖牌的销售量

激增了176件。
为什么消费者要购买仿制奖牌?记者翻看60余条买家留言,看见“分量足”“很逼真”“做工精美”等评价。
除了仿制金牌之外,还有一些与奥运相关的周边商品也存在仿制并销售的情况。在电商平台上,记者看到,一家婴童玩具店中,售价为12.9元的巴黎奥运会吉祥物造型钥匙扣销量达100.7万个;另一家玩具店中售价为25.8元的吉祥物公仔,卖出了3.1万件。
“奥运会吉祥物作为奥林匹克标志,受到相关法律法规的严格保护,其形象及相关设计均不得用于

商业目的,仿制吉祥物还可能构成销售假冒注册商标的商品罪。”陕西明乐律师事务所副主任赵宝丽表示,在未经权利人许可的情况下,任何主体都不得出于商业目的使用奥林匹克标志。因此,电商商家仿制、销售这些奥运奖牌的行为,无疑侵犯了奥林匹克标志权利人的专有权。同时,奥运奖牌的图案和外观设计可能还受到著作权法的保护。商家未经著作权人许可而擅自仿制并销售等行为,可能侵犯了著作权人的复制权、发行权等,从而构成著作权侵权。
本报记者 石喻涵
实习生 刘怡闲 高心怡