

市场监管部门发布私域直播乱象五大案例

近期,一些不法商家通过“免费健康讲座”“专家义诊”“直播领福利”等形式精准“围猎”老年群体,将其引流至私域直播间实施虚假营销,侵害老年人合法权益。针对私域直播乱象,市场监管部门持续强化民生领域反不正当竞争工作,严厉打击各类虚假宣传违法违规行为,取得积极成效。现选取五起典型案例予以公布。

案例1. 广东省广州市天河区市场监管局查处广州赞赏信息科技有限公司虚假宣传案

案情介绍

广州赞赏信息科技有限公司(下称当事人)系“微赞”私域直播平台的技术提供及运营方,除提供直播、回放、互动等基础功能外,还为其平台内直播间提供“虚拟人气”“马甲虚拟进场,进行发言、送礼、分享、下单”“直播方自行设置销售数值”等有偿服务,构成帮助平台内经营者虚假宣传。此外,当事人未能提供充分证据证明其对相关经营者的资质资格尽到了审核义务,从一定程度上助长了平台内经营者无序发展的乱象。

法律依据及处罚

当事人的行为违反了《网络反不正当竞争暂行规定》、《中华人民共和国反不正当竞争法》(2019年修正)、《中华人民共和国电子商务法》相关规定,依据《中华人民共和国反不正当竞争法》(2019年修正)及《中华人民共和国电子商务法》的相关规定,责令当事人停止违法行为,并处罚款合计110万元。

案情评析

本案中,当事人运营的“微赞”直播平台是具有一定规模的私域直播平台,当事人作为平台经营者,对关系消费者生命健康的商品或者服务,应当对平台内经营者的资质资格尽到审核义务。然而当事人未尽资质资格审核义务,对平台内经营者的直播内容也缺乏监管,放任其利用私域直播途径逃避监管开展老年人药品、保健品虚假宣传等违法行为,还提供马甲功能、自设销售数据等功能误导观众,严重侵害了消费者合法权益,破坏市场公平竞争秩序。

本案的查办是私域直播虚假宣传违法行为全链条整治的关键环节,在打击单个私域直播间的同时,对私域直播平台的违法行为进行查处,清理整顿源头,震慑相关主体,告诫平台经营者强化平台主体责任,加强对平台内经营者监管,维护消费者合法权益和公平竞争市场环境。

案例2. 浙江省杭州市拱墅区市场监管局查处杭州超调科技有限公司虚假宣传案

案情介绍

杭州超调科技有限公司(下称当事人)主营业务是私域运营和互联网大健康服务,主要为商家将包含商品推销的视频课程等内容发送至其企业微信群供用户学习以推介商品,并为合作商家收集用户订单信息。经查,当事人在企业微信群中发送的相关内容中对不同的产品使用了“唯一一个真正解决血栓问题的临床用药”“对猝死和卒中的预防率达到98.7%,治疗率达到99.2%……”“从根本上解决各种老慢病的难题”等夸大性描述、研究数据以及患者治愈案例。当事人不能提供相关证据证明宣传内容真实性,存在虚假宣传行为。

法律依据及处罚

当事人的行为违反了《中华人

民共和国反不正当竞争法》(2019年修正)的相关规定,依据相关规定,责令当事人停止违法行为,并处罚款35万元。

案情评析

真实、科学、准确的宣传是健康市场秩序的基石,也是消费者权益的重要保障。本案中,当事人利用私域运营渠道,在健康类产品推广中虚构疗效、滥用绝对化用语、编造治愈案例,极易误导消费者,尤其可能对中老年等弱势群体产生严重健康与财产风险。本案的查处体现了市场监管部门对私域直播领域虚假宣传行为的高度关注与严厉打击,有利于净化网络健康服务环境,增强企业依法宣传的自觉性,推动形成诚信经营、公平竞争的市场氛围。

案例3. 福建省厦门市海沧区市场监管局查处何某某虚假宣传案

案情介绍

经查,何某某(下称当事人)按照相关中药材配方采购原料并委托厂商生产销售阿宝胃舒固体饮料(下称涉案产品)。此外,在未取得相关资质的情况下,当事人将采购的原料自行分装放入牛皮纸袋生产涉案产品并销售。另查,当事人通过其抖音账号“啊宝”将粉丝引流至微信,在微信朋友圈宣传涉案产品,向咨询的微信好友发送展示涉案产品实物的宣传视频及文案,宣称胃病治疗功效,并通过微信销售涉案产品。当事人不能提供相关证据证明宣传内容真实性,存在虚假宣传行为。

法律依据及处罚

当事人的行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》(2025年修

订)及《中华人民共和国食品安全法》的相关规定,依据《中华人民共和国反不正当竞争法》(2025年修订)及《中华人民共和国食品安全法》的相关规定,责令当事人停止并改正违法行为,并处罚没款合计122.9万元。

案情评析

本案是具有代表性的通过私域营销食品违法案件,当事人在抖音平台拥有近千万粉丝,将粉丝引流至微信私域推介涉案产品,交易全过程通过个人微信进行,全程脱离平台监管。本案的调查处理彰显了市场监管部门对私域营销违法行为从生产、销售、推广等环节全链条严厉打击的决心,对整治不正当竞争乱象以及规范市场秩序、保障公众饮食安全均具有重要警示作用。

案例4. 江西省吉安市永丰县市场监管局查处吉安天草健康大药房有限公司虚假宣传案

案情介绍

吉安天草健康大药房有限公司(下称当事人)为销售其产品,与杭州某科技有限公司签订服务协议,并利用该公司旗下平台开展私域直播销售“某某丹参保心茶”和“健延龄胶囊”。当事人在直播时宣传上述产品有“调经止痛、清心除烦”等功效。经查,上述两个产品不具有当事人在私域直播间宣传的功效,存在虚假宣传行为。

法律依据及处罚

当事人的行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》(2019年修正)的相关规定,构成虚假宣传违法

行为,依据该法相关规定,责令当事人停止违法行为,并处罚款20万元。

案情评析

近年来,随着生活水平逐渐提升,老年人的健康需求与日俱增,不法商家精准利用这一心理,将网络私域直播作为渠道,通过夸大药品功效、编造虚假疗效等手段,将普通药品包装成能“治疗多种疾病”的“灵丹妙药”,误导老年消费者盲目购买,严重侵害其合法权益。本案的查处明确警示所有经营主体,无论线上线下均需严守科学底线与法律红线,网络空间绝非“法外之地”,任何虚假宣传行为都将受到法律惩处。

案例5. 湖北省武汉市江汉区市场监管局查处湖北省六零时代体育发展有限公司虚假宣传案

案情介绍

湖北省六零时代体育发展有限公司(下称当事人)在某私域直播平台直播销售“Dr.Docare软骨素钙片”,该产品未标明有治病、防病的功效。当事人在直播时宣传该产品对器质性病变具有治疗作用,提及“抽筋是钙流失信号”“关节响是润滑液缺失”,将产品成分(钙、氨糖)与疾病症状(抽筋、关节响)直接绑定,并暗示产品具有治疗功效,存在虚假宣传行为。

法律依据及处罚

当事人的行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》(2025年修

订)的相关规定,依据该法相关规定,责令当事人停止违法行为,并综合考量案件情节,处罚款5万元。

案情评析

本案中,当事人主要用户群体是柔力球爱好者,多为中老年人。当事人通过将涉案产品成分与疾病症状直接绑定,虚假宣传其具有疾病治疗功效,诱骗消费者购买其产品。本案的查办向从事私域运营、健康推广的相关经营主体敲响警钟,促使其严守法律底线,规范宣传行为,切实保障消费者知情权与选择权,助力大健康产业规范、可持续发展。

据人民日报客户端