

沈阳公布五起私域直播涉药品、保健食品虚假宣传典型案例

此类诱导消费违法行径呈现三大显著特征 老年消费者要避坑

4月28日,记者从沈阳市市场监管局获悉,近年来,部分不法商家利用私域直播隐蔽性、针对性强的特点,以“健康讲座”“专家讲解”“免费体验”等为噱头,面向老年群体进行药品、保健食品虚假宣传,严重误导消费选择、侵害老年群体合法权益。

4月28日,沈阳市市场监管局公布了五起私域直播涉药品、保健食品虚假宣传典型案例,提醒市民特别是老年消费者提高防范警惕,坚持理性消费,谨防落入消费陷阱。

私域直播针对老年群体虚假宣传诱导消费违法行径呈三大显著特征

沈阳市市场监管局表示,当前,私域直播中的虚假宣传已成为不法商家针对老年群体开展药品、保健食品违法诱导消费的主要手段之一,其违法行径呈现出三大显著特征,需高度警惕。

违法手段隐蔽化,靶向性极强。

不法商家利用微信群、企业微信、私域直播平台等渠道的封闭性、传播范围可控性等特点,精准锁定老年群体建立专属交流群、开展定向直播,如部分案例中商家通过微信建群吸引老年人群,在企业微信群定向发布虚假宣传视频,实现对老年群体的精准营销。同时,还通过设置“看视频返现”“免费领礼品”等专属福利吸引老年人参与,搭配虚构专家身份、编造虚假康复案例、口述夸大疗效等方式层层诱导,违法行为全程在私域场景内完成,无公开传播痕迹,不仅更具迷惑性,也大幅增加了监管部门的排查和取证难度。

概念混淆常态化,误导性突出。

多数案件中,商家刻意混淆药品、保健食品与普通食品的法定概念与功能边界,这也是此类虚假宣传的核心手段。有的将普通中成药的功效扩大,远超药品说明书标注的功能主治范围;有的将普通食品包装成具有疾病治疗、炎症清除、体质调理等功效的“养生神品”;更有甚者将普通食品虚假宣称成可降糖、降压的“特效药”,故意模糊“食品不能替代药品”的基本常识。此类行为精准抓住了老年群体关注健康、渴望治愈慢性病、追求长寿的心理特点,利用其对食品、药品、保健品的概念辨识能力较弱的短板,极易造成严重的消费误导,让老年人陷入“买错产品、用错方法”的误区。

消费陷阱套路化,危害性较大。

不法商家形成了一套成熟且针对性极强的营销套路,多采用“线下引流+线上传播”“福利吸引+夸大宣传”的组合方式,如部分案例中商家通过线下分发鸡蛋等免费礼品拉拢老年人参与宣讲会,再将现场内容录制后在私域平台传播,实现线上线下联动;同时还会搭配“限时优惠”“专属福利”等说辞,利用老年人信息获取渠道单一、辨别能力较弱、易被小利吸引的特点,诱导其盲目购买高价产品。不仅会造成老年人的直接经济损失,更严重的是,部分老年人因轻信虚假宣传,将普通食品、保健食品当作药品使用,甚至擅自减药、停药,延误高血压、糖尿病、冠心病等慢性疾病的正规治疗,对身体健康造成了不可逆的危害,严重侵害了老年群体的生命健康权。

沈阳市市场监管局将持续聚焦私域直播等新兴消费领域,加大涉老药品、保健食品市场执法力度,严厉打击虚假宣传、欺诈销售等各类违法行为,坚决维护老年消费者的合法权益。

同时,提醒消费者,购买药品、保健食品时,务必通过药店、正规电商平台等合法渠道,仔细查验产品资质、批准文号等关键信息,切勿轻信私域直播、微信群等渠道的夸大宣传。若发现相关违法违规行径,可立即拨打12315、12345投诉举报热线,依法维护自身及家人的合法权益。

本报记者 朱柏玲

案例一

铁西区某药房虚假宣传案

案情介绍:铁西区市场监管局接到举报,反映某药房通过微信加群、线上健康讲座等形式,诱导中老年群体购买“仙藜口服液”“清宫长春胶囊”等药品、食品及消毒产品。经查,该药房委托相关公司通过微信群发布健康讲座视频,以“看视频返现”为福利

吸引约200名老年人入群,且在宣传中虚假宣称相关药品可治疗高血压、高血脂、高血糖、肺病等病症,相关内容与药品批准的功能主治明显不符,构成对商品性能、功能作虚假或者引人误解的商业宣传行为。

案例二

大东区某药房虚假宣传案

案情介绍:大东区市场监管局接到投诉,反映辽宁某药房连锁有限公司沈阳分公司在企业微信群发布药品宣传视频,针对老年群体夸大药品疗效、实施虚假宣传。经查,当事人在13个企业微信群发布自行剪辑的桂龙药膏宣传视频链接,虚假宣称该药品具有“疏肝、

调心、健脾、润肺、固肾”功效,还编造“1个周期改善症状、筋骨不疼、血管不堵、指标平稳”“2~3个周期康复心脑血管、风湿骨病、呼吸病等多种疾病”等内容,上述宣传远超该药品说明书标注的功能主治范围,且当事人无法提供任何依据证明宣传功效的真实性。

案例三

皇姑区某食品店“夸大功效”虚假宣传案

案情介绍:皇姑区市场监管局接到投诉,反映辖区内某食品店在销售商品过程中存在虚假宣传行为。经查,当事人通过微信群发布不实信息,宣称“山药粉被拿去化验:有8清和15抗!”“坚持食用山药粉可使人体内环境长期保持健康的弱碱性状态”“增强免疫细胞的活性,清除体内各种炎症,修复受损伤的

细胞”等,并转发含“99%的血栓为何毫无征兆,强力血管清洁工”“心血管堵塞=心慌;脑血管堵塞=头晕;肾脏血管堵塞……”等内容的公众号文章。当事人无法提供相关材料证明上述宣传内容的出处,其转发的公众号文章通过虚假宣传保健、养生及产品效果误导消费者,已构成虚假宣传行为。

案例四

铁西区某医疗服务机构虚假宣传案

案情介绍:铁西区市场监管局接到投诉,反映某医疗服务机构在销售商品过程中存在虚假宣传行为。经查,当事人通过企业微信账号推送私域链接,在链接内自制的视频课件中对“鹿精培元胶囊”实施

虚假宣传,宣称该中药可治疗糖尿病、高血压、冠心病等多种疾病,相关内容与产品说明书载明的“功能主治”明显不符,且当事人无法提供任何科学依据佐证其宣传内容。

案例五

和平区某运营管理有限公司虚假宣传案

案情介绍:和平区市场监管局根据有关地区移送线索,查实某运营管理有限公司在某直播平台对其销售的商品虚假宣称具有疾病治疗功效。经查,当事人为宣传商品,在沈阳开展线下商品宣讲会,以分发鸡蛋等免费礼品为噱头拉拢路人参与,并在宣讲中对商品作出疾病治疗功效的虚假宣称,甚至编造“20分钟降糖,20分钟降压,减药可以减量,甚至停药”等针对糖尿病治疗的绝对性

断言。当事人将宣讲会现场录制后,把视频上传至某直播平台进行线上传播。经查,涉案商品为普通食品及运动营养食品,当事人无法提供证据证明其宣讲的功效,已构成对商品性能、功能作虚假商业宣传的行为。

以上五起案件,市场监管部门依据《反不正当竞争法》的有关规定,责令当事人停止违法行为,并依法处以罚款。