

虚假养生短视频就是忽悠

## 老人“大师”讲课原是带货推销

近年来,大量的养生保健类网络直播视频充斥各大短视频平台,颇受中老年群体的追捧。记者调查发现,养生直播和短视频鱼龙混杂。有的直播看似讲授养生知识,实则兜售保健品;声称是中医世家出身的大师,目的是卖课。

## 直播间的“白大褂”身份不详

“我是某三甲医院的主任医师”“我是中华中医药学会的权威专家”“我是祖传几代人行医的老中医”……直播间里的“大夫”们名头不小,感觉都像是医学领域的权威专家,真实情况是这样吗?记者调查大量养生直播发现,部分屏幕前身穿“白大褂”高谈阔论的“大师”“神医”,在直播间外,摘去面具,卸下伪装,真实身份无人知晓。

模糊身份,不向观众公开写清自己的供职单位、研究领域,甚至姓甚名谁,是这些“神医”的常用手段。记者发现,一个拥有百万粉丝、名为“都市大健康”的账号,几乎每天都会发布一条医生分享生育知识的短视频。简介中这样写道:不孕不育困扰多,听听名医怎么说。既然标榜“名医”,自然有必要让观众知悉“名医”的背景。然而,在“都市大健康”上分享健康知识的医生竟无一人

注明自己的姓名、所在医院和职务。这些“名医”的出场千奇百怪,有的戴着口罩称自己擅长调理不孕不育问题,字幕打出观众可以叫她“董妈妈”;有的则写着“特邀名医”四个大字;还有的用小道具故意遮挡胸前的工作卡,模糊身份的方式可谓是五花八门、费尽心机。

还有一部分现象是广告标注不醒目。记者注意到一条“78岁养生推拿传承人传授独门手法——奇穴神功、点到病除”的短视频,视频中端坐一位白发苍苍的老人,号称自己是传承“百年武医”的大师,样子唬人,乍一看像是位行医多年的老中医。但视频中并未有任何关于他的详细介绍,也没有注明来自哪家医院,更无行医资格证明,视频配上音乐,用一行五颜六色的大字打出“李氏百年推拿手法”,左下方则贴出其推拿课程的广告链接,仅有很小的字幕提示这是广告。

## “养生科普”铺垫目的为带货

邀请一名医生装扮的主播,打着养生知识科普的旗号,直播中侃侃而谈如何养生,等到直播快结束时,开始推销玉石床、膏药、按摩仪,或祖传的“灵丹妙药”。名为养生知识科普,实为直播带货,收割“智商税”的行为同样比比皆是。这些直播往往利用一些人热爱养生又贪图便宜的弱点,卖力吆喝推销保健品,使一些不明真相的观众上当受骗。

“在家常暖腹,赶走大肚腩”“亲,每晚睡前一定要保养膝盖,睡得更舒服。”一名号称中国高级保健师的女主播正在直播间讲述在家应该如何养生、在饮食

上如何调节、气血上如何调理,各种中医专业术语堆砌,说得云山雾罩,不时还与观众问答互动。但听着听着,记者越发觉得“保健师”口中头头是道的养生知识其实更像是一句句广告词。令人起疑的是,她持续不断地强调艾灸对于养生的重要性。果不其然,“保健师”在直播的后半部分话锋一转,拿出了产品。“全身上下都可以用,烦恼都可以通过艾灸消除”“普通款一套89,升级款359”,“保健师”语速飞快,催促着观众赶紧下单。记者注意到,一些观众在前面“养生知识”的铺垫下,不明就里选择了购买,在聊天栏中回应主播。

## 夸大其词的狂轰滥炸仍不少

“万能养生公式千万收藏”“只靠吃,七天瘦六斤”“按摩一次等于年轻十岁”“所有的病根都在肚脐上”……使用“一定”“只要”“所有”等具有极其肯定意味的词语,通常最刺激观众的眼球。一些观众在夸大其词、哗众取宠的词句轰炸和猎奇心理的驱使下,被这种标题所诱骗,点开视频一看究竟。这时,观众就落入了营销号的圈套,用高点击率牟取高额的流量,赚走黑心钱。记者调查发现,这类视频在网络平台仍不鲜见。

每天早晨5时30分,“古法三通瑜伽”准时开始进行直播。记者注意到,刚刚6点,直播间点赞数就已经达到8万人次,异常火爆。

戴着眼镜、穿着唐装马褂的主播坐在屏幕前,身后悬挂着一幅巨大的广告牌“古法三通瑜伽”——让女人青春永驻,让男人身强力壮、家财万贯。该主播

正在讲述如何养颜护肤,操着极富煽动性的语调,连线直播间的观众。他仅仅用手指演示搓揉鼻翼、拉拉耳垂、舌头顶上腭,就号称是自己独家秘方的“道家驻颜术”,养颜护肤效果显著。接近3个小时的直播结尾,这名主播还会带领观众一起闭眼静坐冥想,“跟着这样做一个月,你会越来越年轻,越来越幸福,越来越富有。”这名主播在最后还强调学会“古法三通瑜伽”,终身受益。

记者浏览了“古法三通瑜伽”之前发布的直播短视频,诸如“价值百万的磕齿吞津法”“学会这一个方法,胜过吃一年的牛鞭”“健康的三大密钥,专家不告诉您的秘密”等耸人听闻的标题铺满整个屏幕。点开之后内容无非是推广自己的“古法三通瑜伽”,或是告诉观众放松心情、早睡早起和注重饮食等人尽皆知的健康常识。

据《北京晚报》



## 消博会上的科技元素

28日,观众在消博会现场体验VR投篮。在第二届中国国际消费品博览会上,展出众多“科技感”满满的展品,不少展台采用VR、AR、AI、全息投影等新技术,提供多种互动体验。

新华社发

## 铁路等部门多措并举保障暑运出行

新华社北京7月28日电 暑运期间,各地学生流、探亲流、旅游流叠加。为保障旅客平安有序出行,铁路等部门坚持以旅客需求为导向,强化出行服务、防疫和安全保障,努力提升旅客出行体验。

来自中国国家铁路集团有限公司的最新统计显示,自7月1日暑运开启以来至7月27日,全国铁路共发送旅客1.94亿人次,日均720万人次。7月28日,全国铁路预计发送旅客650万人次。

暑运期间,中国铁路昆明局集团公司严格落实疫情防控常态化工作,合理安排安检、验证、检票通道数量及候车区域划分,加强客流高峰期旅客分流,防止进出站通道拥堵、旅客长时间聚集。进入暑运后,民众的旅游出行意愿明显高涨,中国铁路南昌局集团公司根据赣闽两省“好山好水”特色,定制红色文化游、浪漫山海游、双休周边游等特色旅

游线路,为旅客出行提供更多选择。

交通出行,电力安全是保障。暑运期间,国网山东泗水县供电公司组织党员服务队,对泗水高铁南站加大供电设施巡视检查力度,并结合天气情况弹性调整巡视密度和频次,保障暑运期间供电安全稳定。国网河南夏邑县供电公司积极对接当地铁路部门,开展暑运期间铁路供电线路安全排查,对涉及铁路车站供电的多条线路进行保供巡视工作,为旅客出行保驾护航。

民航方面,南方航空在西北、西南等热点市场持续加大运力投入,计划在暑运期间新开、恢复热点市场航线17条。深圳航空精选健康食材,推出造型可爱的主题限定儿童套餐,让出行的孩子们在万米高空也能享受美食相伴。东方航空将于8月5日起加密青岛至成都航班,以进一步满足暑运期间旅客出行需求。

樊曦 徐皓冰

## 第十批援藏干部人才进藏接力工作

新华社拉萨7月28日电 28日,西藏自治区援藏干部人才迎送大会在拉萨召开。承担选派任务的中央单位和17个省市共选派了2114名援藏干部人才进藏,接力第九批援藏干部人才,开始为期三年的援藏工作。

与第九批选派情况相比,第十批援藏干部人才的总体规模保持稳定,结构功能不断优化,专业技术人才占63.4%;综合素质进一步提高,大学本科以上学历达到99.3%。根据西藏所需医疗、教育等方面专业技术人才的实际情况,精准选派“组团式”医疗人才292名,选派“组团

式”教育人才400名。

据介绍,第九批援藏干部人才累计落实援藏资金206.31亿元,实施援藏项目2712个,引进全国各地企业1141家,建设了一批示范带动效应强、经济效益好的产业项目,为西藏高质量发展注入了新动力;受援的西藏“1+7”医院和新增的13家县人民医院医疗服务水平不断提升,21所受援学校教育质量持续走在自治区前列;累计实施627个乡村振兴项目,结对帮扶群众3215户,为群众办实事好事4200余件,全方位助力西藏民生改善。

辛雯