

直播间保健品花式营销 老年群体易“掉坑”

通过直播间等线上渠道购买保健品，成为一些老年人热衷的事情。不过，一些直播间在销售保健品时乱象频出，营销“花招”更是让老年人防不胜防。

一瓶咀嚼片能治四五种病、4盒药片就能让胃黏膜变得光滑厚实富有弹性、一个枕头就能让多年的颈椎病痊愈……如今，在一些网络直播间，充斥着类似的保健品销售话术，吸引了不少有健康焦虑的老年人购买。

有的产品号称有治疗功效，到手后查看说明才发现只是普通食品；有的下单时号称一个疗程就能见效，后面商家却变着法地让消费者追加购买；有的包装上标注的生产厂家，查询时居然已经注销……

2020年，国家市场监督管理总局在《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》中明确要求，“网络直播中不得出现医药器械及保健品类广告”。但是，现实中一些直播间依然“花招”频出，通过夸大效果、虚假宣传等手段销售各种保健品，使得一些老年人“掉坑”。

保质期长达10年的“神水”

“一瓶水卖1300多元，而且保质期长达10年，这到底是怎样的‘神水’？”前不久，重庆市民郭畅（化名）在网上发布视频，讲述了他母亲网购保健品的一段经历。

郭畅的母亲今年69岁，一直睡眠不好，胃肠也有些小毛病。一次看直播时，郭畅母亲购买了一款饮用水产品。主播声称饮用此水能改善睡眠、调理肠胃。收到产品后，郭畅替母亲先尝了一口，嘴唇和舌头立刻感到强烈的酸涩味。

“当看到瓶身并未标注生产许可证时，我就起了疑心。”郭畅说，他拨打了包装上的厂家电话，得到的回复是：“生产许可证还在申请”。他又通过生产厂家所在地的市场监督管理局官网查询获知，其食品生产许可证一年多以前已经被注销。随后，他向相关部门进行了举报。事后，该直播间被关闭，郭畅母亲也收到了退款。

郭畅回忆道，自从学会网购，他的母亲大部分时间就在手机里逛各种直播间，最热衷的就是买一些声称能治疗或调理胃肠的保健品。“去年，她在另一个直播间也买过保健品，花400元买了一个疗程。主播说服用后胃黏膜会变得光滑厚实富有弹性，不再反酸胀气。可是，服用后没有任何效果。

还是我极力反对，她才没有继续追加购买。”

记者采访发现，像郭畅母亲这样沉迷直播间网购保健品的老年人，生活中不在少数。在网上搜索“直播带货”“保健品”等字样，能找到很多带着“高科技”“高效能”等标签的保健品，从功能马甲、能量枕头等生活用品，到压片糖果、固体饮料等食品，可谓五花八门。

直播间里的“花招”

“在售卖保健品的直播间，主播们使用的招数也让老年人防不胜防。”郭畅坦言，在各种“花招”的攻势下，老年人容易丧失对虚假产品的辨别能力。他举例道，母亲之所以愿意花1300多元购买一瓶饮用水，也是被瓶身标注的“荣获国际发明专利”“欧洲专利号”等称号所蒙蔽，认为该产品很靠谱。

一位供职于重庆某三甲医院老年病科的主任医师告诉记者，在推销保健品过程中，加入一些所谓的“学术词”“高端词”，是很多直播间商家的惯用手法。“这些词听上去很专业，容易博得老年人的信任。”

“其次，还有一种‘打擦边球’的方式。”该主任医师说，主播介绍保健品时不会直接描述功效，而是尽可能多地描述具体状况，并且表示如果出现上



国家统计局发布的最新数据显示，2023年末，我国60岁及以上人口超过2.96亿，其中，约1.7亿人是网民。

述症状，食用此类产品后能有明显改善，以此暗示产品具有治疗功效。

依据《中华人民共和国食品安全法》，保健品不以疾病治疗和预防为目的，我国批准受理的保健食品的保健功效有27种，主要针对血脂、血糖、记忆、脂肪肝或者肝损伤等方面调节，而且多是使用“辅助”“改善”“促进”等字样，而非“治疗”“预防”等。

“有的主播宣传的保健品功效，夸张到令人震惊。”家住重庆渝北区的阳女士说，为了防止父母上当受骗，她总是陪他们看直播。“有次看到某直播间正在销售一款‘功能项链’的保健品，主播甚至声称偏瘫患者戴上项链，可以直接站起来行走，明显是忽悠人。”

此外，阳女士告诉记者，她在陪父母看直播过程中，还遇见过“直播间变剧场，演戏炒作卖货”的招数。在某直播间，一名主播先是声情并茂地讲述一位老人解除病痛的剧情，讲到一半竟推销起了保健品。

银发族养生重要的是养心

国家统计局发布的最新数据显示，2023年末，我国60岁及以上人口超过2.96亿，其中，约1.7亿

人是网民。“从做儿女的角度看，父母愿意接触网络，其实是好事。但因为有太多的‘坑’，又让我们担心不已。”郭畅的话，说出了许多子女的心声。

重庆市保健服务行业协会相关人士表示，老年人通过手机了解养生、购买保健品，是主动适应时代变化的表现，值得鼓励和肯定。但是，银发族养生重要的是养心。“有些老年人表现出健康焦虑，只要听闻保健品有什么功效，就迫切想买来试试，这种浮躁的消费心态不可取。”该人士进一步说，老年人要清楚保健品并非药品，更不能将治疗疾病的希望寄托于此。

重庆市市场监管局工作人员提醒，选购保健食品一定要认清、认准产品包装上是否有“蓝帽子”标识及保健食品批准文号。法律人士也提醒，老年消费者应保持理性，不要盲目相信主播的介绍和广告说辞，尽可能到合法正规的线下门店或线上官方旗舰店购买，并索要发票或销售凭据，作为举证维权的依据。

记者注意到，对于网售保健品存在的一些乱象，上海、宁夏等多地已经发布规定，明确医疗、药品、保健食品等不适宜以网络直播形式营销。“希望相关部门继续加大整治力度，让网络上的‘坑’少一些，让质量过硬的保健品多一些。”郭畅说。

据《工人日报》作者：黄仕明

城市有轨电车之困：一边争相上马，一边接连叫停

建设4年、运营3年，又废弃3年，珠海市繁华的梅华路中央，躺着两条锈迹斑驳的铁轨，轨缝间杂草丛生。这是珠海唯一的有轨电车，也是珠海人心中多年的“伤疤”。

近日，珠海市政府发布一则通知，准备拆除这两条有轨电车，随即引来多方关注。

其实，有轨电车的建设和运营困局，国内其他城市此前已暴露数次。

去年至今，上海张江有轨电车停运、拆除，天津开发区导轨电车进入拆除流程，天水“伯约号”被通报批评盲目举债搞建设；再往前，瑞丽有轨电车建设项目暂停推进，重庆、宁波、合肥等地都出现过有轨项目暂缓实施。

近十年来，国内迎来有轨电车项目规划、建设、运营高峰。但在城市争相上马的同时，这种交通方式为何频频爆出或停工或停运或拆除的消息？

从萌芽到第三

建设4年、运营3年，又废弃3年，珠海市繁华的梅华路中央，躺着两条锈迹斑驳的铁轨，轨缝间杂草丛生。这是珠海唯一的有轨电车，也是珠海人心中多年的“伤疤”。

2021年1月，珠海有轨电车停运，成为中国自2010年发展现代有轨电车以来，首个暂停运营的新建有轨电车项目。

珠海市交通运输局公布的数据显示，2017年到2021年运营期间，珠海有轨电车1号线日均客流量不足400人次/公里，与可研报告预测的7700人次/公里相差极大。而期间财政补贴拨款超过1.7亿元，年均成本高达9100多万元，但年均车票收入仅100多万元，相当于每天亏损近25万元。

2024年1月，中央有关部门通报了3起整治形式主义为基层减负典型问题，天水有轨电车项目名列其中。通报显示，天水有轨电车一期工程运营以来，年运载乘客仅约80万人次，收入160万元，年运营成本约4000万元，亏空巨大。

从上述项目的回应中可以看到，客流不足、成本高企，成为一些有轨电车项目的沉重包袱。

2023年，全国城轨交通日均客运强度为0.55万人次/公里。协会公布的数据显示，现代有轨电车远在平均水平以下。

因地制宜是关键

客流量不足的表象背后，首先是不成网。

不少城市有轨电车以示范功能为主，数量只有1—2条，整体投运线路里程在50公里以上的只有沈阳和武汉。

其次是地理位置偏。从目前的投运线路来看，一些有轨电车作为新区、开发区与市区的接驳线使用。在城市外围的新区的客运量，可以预见应该不大，再加上未能成网，更是让这些线路的交通功能难以发挥。

作为公共交通，若客流量不足，票款收入无法弥补建设、运营成本，自然需要政府提供补贴。而若是靠政府补贴维系运营、维保，终究不是长远之计。

安全性也是一大因素。近年来，由于车速控制、道路开放、路口混行等原因，有轨电车与行人、车辆之间的事故时有发生。

当然，国内的现代有轨电车，也并非没有成功的探索。

沈阳浑南新区的现代有轨电车，作为国内第一个一次性成网、规模最大的有轨电车网络，运营里程102.6公里，日均客流量约3.47万人次。

深圳龙华现代有轨电车示范线作为龙华新区的骨干交通，承担与深圳地铁4号线接驳重任，是国内日均客运强度最高的线路之一。

理论上讲，有轨电车比地铁审批门槛低、造价低，比公交通量大、速度快、乘坐舒适，可以在多层次公共交通网中扮演重要角色。

“国内对于中低运量的交通需求肯定是存在的。”业内人士看来，有轨电车建设的关键在于要因地制宜，符合本地特色。第一要科学编制线网规划，加强功能定位和客流需求的研究；第二充分考虑与其他交通方式的衔接和换乘；最后，要优化路权分配，提高道路利用率。

供稿:《每日经济新闻》作者:吴林静

▶观点

有轨电车遇冷：城市记忆与现实的两难

◎刘海明

时间问题历来让哲学家充满兴趣，在于时间的线性逻辑规定着人类历史的轨迹。我们可以回忆过去、展望未来，却无法改变时针的方向。

影视生产有自己的时间逻辑，允许剧中人物在时空隧道自由穿梭，这为穿越剧的发展提供了机遇。在现实世界中，有些东西注定适合记忆而不适合存在于当下。如果记忆和现实等同，由于二者的不兼容可能产生“排斥反应”。

近日，珠海市准备拆除有轨电车。此前也有多地出现过有轨项目拆除、缓建等情况。

如果不是看了有关调查报道，相信不少人未必相信有轨电车在一些城市又成了“新生事物”。至于“梅开二度”的东西是否符合社会发展的趋势，实践是检验这类事物合理性的唯一标准。据报道，多数城市的有轨电车运营状况很不理想，缓建、停运、拆除成为基本的选项。

对于有轨电车的尴尬现状，社交媒体上很少有网友表示惋惜，只是评论的侧重点有所不同。

有网友从实用性角度对城市发展有轨电车不看好：“城市地面交通本来就紧张，城市的轨道交通可行的，除了地铁，就是架空的轻轨。”“有轨电车不符合中国国情，一来一往占了三条车道，却只跑一趟车，严重影响了城市道路的使用率。”

另有网友从统计学角度，认为有轨电车的前景不乐观：“秦皇岛的小火车，投资更多，几乎没有运营，更可悲。”“成都也有本应淘汰的交通工具。”“上海松江的也这样，除了上下班高峰期，其余时段几乎空车行驶。”

有轨电车作为一种城市记忆，更适合存在于反映20世纪上半叶主题的影视剧中。在这样的剧情中，有轨电车是那个时代大都市繁华景象的象征。随着改革开放的开启，经济繁荣带来城市扩张，公交车摆脱了地面轨道的束缚，可以自由穿梭于既定的线路上。缓解地面交通压力的地下轨道交通，以速度、运量和换乘便捷适应当代城市的交通需要。

与之相反，1879年开创的有轨电车，在70年的发展历程中，经历了从萌芽、快速发展到衰落的“三部曲”。虽然20世纪70年代末出于能源危机和环境保护的考虑，有轨电车一度再现于欧洲的少数城市。

随着交通技术现代化，有轨电车再也无法

重新成为城市公共交通的理想工具。在这样的城市交通发展背景下，有轨电车更适合作为一座城市的记忆，将它悬置进城市交通的历史档案中，对这种城市记忆的复活，在影视基地给它留下特定的位置，就足以让有轨电车成为连接近代和当代的媒介。如果把本该存入城市记忆中的公共交通工具重新投放于今天的城市街头，“梅开二度”的有轨电车，终将无法摆脱记忆与现实的两难境地。

现在，缓建、停运或者拆除，有轨电车遇冷折射出的共性问题是：城市公共交通建设的“怀旧精神”把城市记忆搬到了城市建设的现实空间，造成的两难体现在以下三个方面。

观赏与实用的两难。有轨电车走出城市记忆，重现在城市街道上，满足的更多的是出行市民的好奇心。发展城市公共交通，需要推陈出新，把历史上时髦过的交通工具“回炉”后重新摆出来，确实可以给人耳目一新的感觉。这样的“翻新”事物，观赏价值大于实用价值，否则公交车和地铁的合理性就存疑了。希望观赏和实用兼得，基本会造成美好愿景的实践两难。有轨电车遇冷，就是历史穿越造成的两难。

支线与网络的两难。在乡下，一条羊肠小道就可以满足行人的需要。城市公共交通则不然。当代城市公共交通中，不同线路的换乘，将所有的线路连接起来，形成一个完整的公共交通网络。反观现在不少城市的有轨电车，线路不长，这样的“一枝独秀”如何能够迎来有轨电车交通的春天？况且，有轨电车的特殊性，使得这类公共交通工具被安置在偏僻的地方，想把支线做成完整的庞大交通网络，系统化方面的两难，困扰着有轨电车的发展壮大。

投入与产出的两难。城市公共交通服务广大市民，公交车和地铁的拥挤状况，让不少乘客记忆犹新。新增补充性城市公共交通工具，要真正缓解现有的公共交通压力，需要满足市民出行的需要。如果投入和产出不成比例，建好的有轨电车缺少足够的客源，前期投入大、运营成本高、乘客规模上不去，经营上的两难是造成有轨电车遇冷的直接原因。

城市要发展，公共交通建设要超前。超前需要拥抱新技术，发展新型交通工具，而不是在城市记忆的某个片段中找感觉。也许，多个城市有轨电车建设遇冷，能让更多的城市展望未来，探索出更多更好的新型公共交通方式。

据《北京青年报》