

直播间里的“儿子们”专门骗老人 3·15晚会曝光后,多个账号下架

一年一度的“3·15”，央视曝光了短视频平台上“马洪亮”“小张说事”等网络主播在直播间里上演有剧本的“苦情戏”，从而吸引老年用户购买“神药”等问题。

记者留意到，目前，央视3·15晚会上曝光的小张说事、马洪亮等情感主播的账号在直播平台已经无法搜索到。



专门骗老人买“神药”

山西平遥李先生的母亲一直在手机上看一种直播，并且被深深地迷住了。

李先生说：“我妈经常关注的这几个主播，人比较好，帮人解决问题。”这些主播主要是在直播时帮人解决纠纷、调解家庭矛盾，主播看起来都非常热心。

让李先生非常困惑的是，母亲不但给主播点赞刷好评，同时还买了不少直播间里推荐的号称有神奇疗效的产品，可李先生却发现这些产品都是固体饮料、压片糖果等普通食品，这些怎么能治病呢？

李先生说：“我极力地去给我妈解释这些东西实质的性质，然后她跟我喊，你不懂。给我的感觉就是，在她眼里，我这个亲儿子说的话还不如那些主播‘儿子’说的话可信。”

大连杨女士的母亲也迷上

了这样的直播。看直播的同时，她也买了不少产品，也都是号称能治病的普通食品。

杨女士说：“她喜欢看一些情感类的直播，大概就是调解家长里短、婆媳关系。”“她血糖高，吃了买回来的压片糖果后，第二天的血糖升得特别多。”

小张说事，就是老人经常关注的一个直播间。

小张说事2023年2月的一期直播中，主播小张称自己的亲姐姐、姐夫做了大坏事，小张表现出大义灭亲的样子，将姐姐、姐夫送进监狱，姐姐的婆婆不服气，跑到小张家门口来闹事。

接下来的情节越来越让人不可思议，姐姐的婆婆乔装打扮成收废品的，混进主播小张家里，从小张爷爷手里骗取了一盒产品，小张发现后，极力想要回产品。

这时荒诞的一幕出现了，一

位肿瘤医院的医生好似“从天而降”，过来帮助小张，其实这都是事先设计好的。

戏演得越来越荒诞，这一盒产品只是一个引子，更多的产品被小张从坏人手里抢了过来。此时，刚才埋下伏笔的，所谓肿瘤医院的医生在关键时刻发声了。“它就是肺的特效药，知道吗？关键时刻它能够把我们的肺给保护起来。”小张说事直播视频里说。

接着，主播小张开始向直播间的粉丝们售卖这个所谓的“特效药”。记者查看发现，这款产品类型是：压片糖果，只是一款普通食品。

《食品安全法》明确规定食品广告不得涉及疾病预防、治疗功能。然而小张说事却以荒诞的故事情节，采用植入的方式，把一款普通食品宣传成特效药。

卖99元主播挣80元

无论是从购物的收款方，还是小店名称，记者都无法找到主播小张。在“小张说事”这期直播中，记者偶然发现“利哥供应链”的招牌。

记者设法找到了利哥供应链，公司负责人尹经理告诉记者，利哥供应链主要为主播寻找合适的产品并提供场地，主播小张和其师傅辉哥都经常

在这里直播。

记者发现，公司货架上摆放着几百种产品，大多都是压片糖果、固体饮料等普通食品。

尹经理坦言，直播间所讲的故事都是编造出来的。“都是假的，演员都是花钱雇的，有编写写剧本，哪有真的，都是假的。”尹经理透露。

利哥供应链王经理告诉记者，很多打着调解矛盾、纠纷旗号的直播，就是为了骗老人买产品，主播获利非常大。

利哥供应链王经理说：“这个东西到我这拿的话是1.2元，产品卖了大约一两千万盒了。我们是卖99元10盒，给主播开佣金开80元，就说99元主播要挣80元。”

把产品放到“剧情”里

马洪亮2022年11月的一期直播中，有人为某公司上山采集天山雪莲，意外身亡，公司为将功补过，用自家研发的天山雪莲产品给死者母亲治好了疾病。

马洪亮在直播视频里说：“他给阿姨真的吃的是这个，阿姨，你吃，这个是可以治好你那个小瘤的。因为这个比黄麴还要贵重，你知道吗？最关键它是9年才能采摘一次，9年才开一次花，才结一次籽。”

马洪亮要销毁该公司产品，设计好的剧情又出现了，在一位自称中科院胡主任的极力劝说下，马洪亮决定把这些货卖给观看直播的老人们。

记者仔细查看该产品信息，品名：雪莲子，成分：皂角米，又

名雪莲子，产地贵州。同样只是一款普通食品，主播马洪亮却利用编造的故事情节，宣称该产品能治好瘤子。

方明快相亲2022年11月的一期直播中，主播在调解一起绑架所谓名医后代，夺取秘方的离奇故事，最终又演变成向老人们兜售产品的闹剧。

记者调查发现，不少解决家庭纠纷、调解家庭矛盾的直播，从情节到产品，从演员到场景，实际都是为了利用老人的同情心，兜售产品。

和工作室也是一家专门运营此类直播的公司，该公司员工坦承，主播说的事都是假的，按剧本演出来的，她本人就多次客串过。

该员工说：“跟着主播讲的你去走就行了，让你骂人你就骂人，让你装可怜你就装可怜呗。”

这位员工介绍，直播的关键一环就是要把合适的产品放到合适的剧情里。

为了让编造的剧情演起来更加真实，该公司甚至搭建了一个与医院病房一样的场景，病床、氧气瓶一应俱全，这样的场景使用率非常高，编造的故事里有了病房里的病人，就可以博取老人的信任与同情。

“老头老太太看直播，就是觉得这个人很可怜，然后最后被这个主播救了，这个主播是正能量的人，到哪里去都会帮助别人的人，年龄大的人喜欢看这一类的。”该员工说。

这些消费的“坑”也別踩

老年人旅游市场的回暖，是老年人消费市场活跃的一个缩影。根据《中国老龄产业发展报告》预测，2014—2050年间，中国老年人口的消费潜力将从4万亿元左右增长到106万亿元左右。那么，老人消费中有何易踩的陷阱？

低价旅游套路多

前段时间，65岁的福州市民金汉在微信群里看到一则“卡溜福州一日游79元”的旅游广告，里面有两个优惠，一个是返还10元，另一个是送蒸压小锅。乍听之下，这个团费相当于免单，金汉立马报名参加。

加入旅行团后，金汉共游览了连江定海湾、三落厝、同心村三个景点。“这些都是开放性的景点，本就是不收费的，导游全程也没提供讲解服务。”金汉发现，这次看似没怎么花钱的旅游，有些“坑”。

让金汉更没想到的是，午饭前，旅行团安排了一场长达三个小时的产品推销会，商家在推销骆驼奶。“一开始开价1600多元，最后降到300多元也卖。按我的经历，它就是一种套路式推销。”金汉说。

对此，旅行社解释，超低团费是有品牌方的赞助才能实现，所以需要在行程中安排购物环节。

以低价或免费旅游为由，吸引老年人参加旅行团，在旅途中不断给老年人推销产品，或带老年人去指定的商店消费，根据调查，近年来，这样的“低价团”套路在老年人旅游中屡见不鲜。

“我们提醒老年人，在选择旅行社时，要确认其资质许可，认真查看并谨慎签订旅游合同，不要一味追求低价。”福建省消费者权益保护委员会负责人薛承枫说。

弹窗广告莫乱点

65岁的福州市民李华通过智能手机看新闻，手机屏幕常常自动蹦出广告弹窗、“安全提示”“垃圾”等。按照提示清理手机后，她发现手机上多了好几个没见过的App，由于内存占用过多，手机也越来越卡。

李华的困扰不少见。根据中国互联网络信息中心发布的第51次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2022年12月，50岁及以上网民群体占比提升至30.8%。广告多、弹窗不易关闭等问题，常常困扰“银发网民”。特别是一些App的广告插件和诱导下载按键，让他们在使用手机过程中常常莫名其妙地花钱消费。

“老年人经常被诱导下载没用的软件，这些软件不断在后台发送用户数据信息，对老人们进行用户画像，打上‘容易被误导和诱导’的群体标签，各种低俗、劣质，甚至带有欺骗套路的广告和内容就会源源不断地推送到老人的手机上，诱导他们点击、转发、购买等。”福建省消委会消费指导部负责人刘星莹说，对于弹窗广告，老年人要增强防范意识，不要被其迷惑，不要轻易扫描陌生人发的二维码，一旦被骗要及时投诉或报警。

面对复杂的网络信息，老年人往往真假难辨。除了提高老年人的防范意识，对App进行适老化改造，为老年人营造一个清朗的网络空间，也是重要的方式。

(综合央视财经等)