

涉多个民生领域 这些广告内容将被严查

“包治百病”的“神医”“神药”，“稳赚不赔”的金融理财，“保过”“包工作”的教育培训……各种“忽悠人”的广告乱象令消费者苦不堪言。近日，市场监管总局印发《关于维护广告市场秩序营造良好消费环境的通知》，决定在全国开展广告市场秩序整治。

哪些广告内容将被严查？《通知》聚焦重点民生领域和互联网新兴媒介，从5个方面明确2025年广告监管有关重点任务。

在医疗、药品、保健食品、特殊医学用途配方食品、医疗器械广告监管方面，通知强调要从严查处宣称保证治愈癌症、绝症或者治愈近视等误导群众健康观念、危害群众生命健康安全的违法广告。

在普通食品广告监管方面，通知规定要依法查处普通食品广告宣传具备保健功效或者疾病预防治疗功能，以及无事实依据、违反相关标准规定宣称“零糖”“零卡”“无添加”“不含防腐剂”等违法违规行为。

在金融广告监管方面，通知要求重点关注面向低收入人群、在校学生、老年人等社会群体发布的贷款广告，依法查处含有“免审核”“无担保”“零利率”等明示或者暗示保本、无风险或者保收益等内容的金融违法广告。

在教育培训广告监管方面，通知强调要关注面向高校毕业生、求职者发布的职业技能培训类广告，对于虚构、冒用国家机关名义发布广告，广告中虚构所谓“职业资格证书”以及宣称能“包工

作”“快速致富”等严重扰乱就业秩序的，依法会同有关部门予以整治。

在规范互联网广告活动方面，通知要求加大对“软文”广告的规范力度，依法查处借助人工智能冒充专家、学者、明星、网红等公众人物发布广告等违法违规行为；进一步推动互联网平台企业加强广告合规建设、落实互联网平台责任。

广告连接生产和消费，是消费者获取商品信息的重要渠道和作出消费决策的重要参考。这些广告乱象的存在，一方面严重损害消费者合法权益，不利于打造放心、安心、舒心的消费环境；另一方面也加剧了市场营销宣传方面的“内卷式竞争”，不利于营造公平竞争的市场环



(新华社 发 朱慧卿 作)

境。

市场监管总局广告监管司相关负责人表示，《通知》部署开展对广告市场乱象的清理整治，就是要依法打击各类严重扰乱广告市场秩序、破坏公平竞争的违法行为，引导经营主体依法合规开展广告活动，为坚持质量优先、注重保护消费者权益

的经营主体营造更加公平的市场环境，促进相关行业坚持走高质量发展之路。

同时，《通知》坚持问题导向，进一步细化监管重点，明确监管要求，有利于集中监管资源，提高监管效能，切实解决人民群众急难愁盼问题，更好维护消费者合法权益。(新华网)

陪爬员、探店达人、文创设计师…… “玩”出来的就业新天地

春到四月，各地繁花似锦，人们纷纷走出家门，享受美好时光。露营爬山、骑行运动、游学观展……层出不穷的文旅新产品、新业态、新服务，不断激发消费新活力，同时“玩”出就业新天地。

清晨5点多的泰山红门游客中心，26岁的王阳已开始清点背包里的物资：充电宝、登山杖、急救药品，还有特意准备的山东煎饼。作为专职陪爬员，接下来王阳要带一家五口完成到玉皇顶的全线攀登。

“其实多年前就有陪游客爬泰山的服务，那时候叫讲解员，后来变成陪拍，再到现在的陪爬员。”王阳告诉记者，除了本地大学生兼职外，今年以来，更多自由职业者和外来人员来泰安成立专门的陪爬公司。“大家基本通过直播或者平台账号接单。流量高的团队，到假期基本每个人都会有订单。”

一季度，泰山累计接待进山游客127万人次，同比增长12.6%。陪爬员这个新兴职业群体，也随着旅游热快速崛起，部分从业者月收入可达2万元，受到社会广泛关注。尽管仍属于小众旅行方式，泰山景区也表示，正在考虑规范陪爬服务。

“用镜头记录真实体验，用内容激活消费需求”，27岁的贵州姑娘、探店达人李燕这样形容自己的工作。

一次偶然的的机会，李燕用手机拍到贵州省息烽县一条自带“仙气”的瀑布。没想到这条短视频发布后，播放量达到数百万，点赞量也突破了10万，原本不为人知的野瀑布一下火起来。

“连山脚下卖水的村民，一天矿泉水都能卖好几百块。”李燕后来才得知，她无意中“造就”的网红景点，还带动了周边餐饮、民宿发展，给当地村民增加了收入。



以肉夹馍为创作灵感的“馍馍”。

数据显示，越来越多人和李燕一样以探景、探店为业。他们通过视频、直播、图文等形式，在社交媒体或短视频平台分享自己在餐厅酒店、景区景点等的真实体验。截至2024年11月，仅抖音上就有超过336万人靠探店获得收入。

“探店达人已经覆盖广泛的应用场景，涉及人们吃喝玩乐、旅游出行等各个方面。但要成为一名优秀的探店达人，需要具备内容创作与策划、市场洞察和分析、沟通协作、短视频制作等综合能力。”中国社会科学院人口与劳动经济研究所副研究员周晓光说。

人力资源社会保障部最近一批职业“上新”里，探店达人成为28个新增工种之一，并被命名为生活服务体验员；滑雪巡救员和文创产

品策划运营师，则正式成为国家认可的新职业。

四月的吉旅万峰通化滑雪度假区已告别繁忙，高山上新绿点点，山地运营总监于伟近日受邀参与国家体育总局牵头的滑雪巡救员国家职业标准研制。“‘玩’出来的职业，也在逐渐规范化、制度化。”

刚刚过去的雪季，51名巡救员为雪场铺开一张巨大“安全网”——每18分钟巡查一次主雪道，在客流高峰期，有时要每天工作12小时以上，夜场结束才能卸去浸透汗水的厚重雪服。

“一名合格的滑雪巡救员除了最基本的滑雪技能，还需经过急救培训，必须懂得专业的救援动作和方法，会驾驶雪地摩托、救生船和使用救援辅助工具，甚至还包括规划雪道标识、设置救

援牌等。”于伟说，随着巡救员等更多雪场工种进入考证体系，滑雪产业将提供更规范、专业的服务，让人们玩得更安心、舒心。

文化、旅游、体育等消费潜力加速释放的背景下，各种文创产品成为新的消费增长点。据不完全统计，我国文创行业从业人员已超百万人。

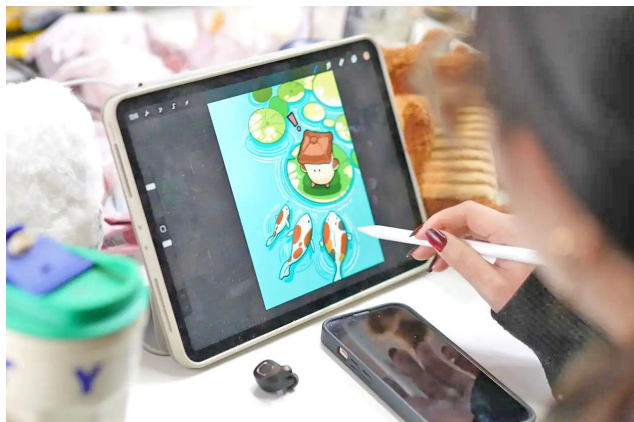
成都天府国际动漫城，“90后”文创产品策划运营师曾舟的店铺里，以三星堆青铜神树、青铜纵目面具、青铜兽面等文物为蓝本，结合当下潮玩元素设计的一件件文创作品俏皮可爱。

“我小时候的梦想是能一直玩玩具，没想到长大后真的将爱好变成了事业。”曾舟说，“这几年潮玩市场快速发展，但我想做的不是玩具快消品，而是有内容、有温度、有意义的文化IP，让年轻一代随手摸到的就是沉淀千年的中华文化。”

正是层出不穷的消费新需求、市场新变化，让职业二字拥有无限可能。

从游戏策划、电子竞技指导员，到民宿管家、露营地管家；从妆造师、旅拍摄影师，到剧本杀主持人、密室逃脱设计师……一批“职业新鲜人”，以独特的技能、经验为市场注入新意，开拓出发展的新天地。

不断学习、保持敏锐、勇敢尝试，就能找到属于自己的时代位置，解锁未来的就业创业新机遇。(新华社)



文创设计师在绘制文创产品的原画。