



低价课？高价局！

1元课程这样套路你2.68万元



1元养生课、1元营销课、1元摄影课……网络上，这样的课程“铺天盖地”。看似用“白菜价”就能解锁新技能，获取养生、赚钱的“干货”，然而往往事与愿违。记者在多个平台上发现有消费者反映，直播间“老师”利用部分中老年人对健康、财富的追求心理，将“低价课”变成了“高价局”。

近日，记者体验了不同类型的低价课直播间发现，有人卖产品称吃了“心梗、脑梗都不去用去医院”，有人称“报名2800元课程后，让你实现财富自由”……

套路满满

直播间低价课变“高价局”

57岁的郑女士告诉记者，在某短视频平台，她看到“1元购买199元课程”的养生排毒广告后，便按照操作，添加了对方微信。对方称，付款1元后就可通过名为“叶天士健康十三宫”直播间，学习中医排垃圾课程，课程一共4次。

“直播都在晚上，讲了一会儿排毒方法，老师就开始卖产品了，宣称可以治几十种病。很多天的直播，内容相差无几，多是推销海藻胶等产品。”郑女士透露，这些产品价格较贵，动辄几千元，但在其他网购平台却搜索不到。

“我妈就是被1元营销课吸引人坑，前后报名花了2.68万元。一个叫‘德元老师’的人在直播间宣称，学了课程后可实现财富自由，一听就觉得不可思议，可像我妈这样的中老年人居然相信了。结果，1分钱没挣到，‘低价课’变成了‘高价局’。”田女士（化名）向记者发来了付费凭证以及合同照片。合同显示，田女士母亲报名的是价值2.68万元的总裁导师班。“什么总裁班？就是给你一个噱头，课程毫无用处！”田女士称，自己和家人多次投诉，最后要回了大半费用。

“我报名了‘红杏林’的小儿推拿和灵枢针灸，因为时间冲突，想退一门课程，但退费时却遇到了阻碍。对方让我把赠品寄回去后才退款。可我寄回后，并未收到退款，太让人失望了！”林女士（化名）还告诉记者，学习小儿推拿的课程后，感觉并没有太大的效果。

记者注意到，在多个平台上，都有消费者反映低价课“遇坑”。在第三方投诉平台“黑猫投诉”上，关于“叶天士健康十三宫”“红杏林”“德元营销课”的投诉不在少数。

在这些消费投诉中，一些价格奇高、功效甚微甚至影响健康的保健品成为投诉的众矢之的，但这些投诉多因平台无法匹配寻找到商家，而无法追索赔偿。

夸大药效

谬称“心梗脑梗不用去医院”

按照郑女士提供的线索，记者添加了“班主任”满满老师的微信，并支付1元买下“叶天士健康十三宫”的“教你排垃圾”课程，进行体验。

在该直播间15日的课程中，老师讲道，自己的课“8岁孩子都能听懂，希望把你挡在去医院的路上”。收看人次达到3000时，老师开始推销一款名为“通合坤海藻胶”的产品。她说，该产品1盒15小瓶，价格799元，可以把人体三四十年堆积的3公斤~25公斤的垃圾一次性排干净。接着，又推荐“通合坤酩净”，宣称该产品售价3980元，可在24小时~48小时将肝胆垃圾全部排出体外，“届时可直接看到肝胆结石。”另一款“通合坤畅净”产品，价格1680元，可以排囊肿、结节。老师还称，顾客服用过程中，可以将排泄物的照片发过来，有专门的老师“看诊”，比号脉、面诊都要准，甚至“比去医院做的体检报告还要准”。

提到对人体血液排毒时，老师推荐了“华敷牌紫仑软胶囊”，并分享案例称：“该案例3个手指被榨汁机弄伤，骨头都露出来了，只用19天时间，没有缝针没有吃药，（用紫仑）全部愈合，就这么简单！”接着，又推荐了声称可以清除人体小血管垃圾、打通微循环的“人参玉竹液”产品，并分享多个案例，“用了该产品，眼睛息肉消失，烧烫伤、烂脸烂脚等很快愈合。”她还分享了很多脑梗案例，一个“当天扔拐”，一个“70岁可以走8米”；还有白内障患者，“5天让他重见光明”；还有很多癌症患者神奇痊愈的案例……“有了紫仑，心脏不需要搭桥，心梗、脑梗都不需要去医院。”

在16日、17日的直播中，老师又反复提及上述产品的功效和案例。不过，记者注意到，这些产品外包装上写着“本产品不能代替特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方食品、保健食品等”，但销售过程中她均未提及。

记者花1元进入另一个名为“红杏林”的直播间。在14日直播中，直播“老师”提到：“希望同学们通过学习我们的课程，都能达到‘一人学中医，全家都健康’的状态。”旁边出现需要购买的58元气血疏通课程。16日直播中，她又提到，可以通过气血疏通和按摩通筋解决眼睛近视远视、迎风流泪以及鼻炎的问题，花29.8元购买课程后，可以学到具体操作手法。对于这位“老师”的资质，记者也询问了“班主任”金老师，其表示，讲课老师具有中医执照。记者询问是否能看看执照，但金老师未回复。

吸金「套娃」

报名课程后让你财富自由

除了保健医疗领域，财富领域的低价课也是套路多多。按照田女士提供的线索，记者找到多个“1元营销课”直播间，下单后进行了多日体验。

“德元人性营销”公众号的直播间里，2月15日晚，一位老师分享道：“当年迷茫时，我点击了直播间下方按钮，加入‘营修圈’，学到了做生意轻松挣钱的方法，家人们不要纠结犹豫，再困难、再没有钱都需要走进来，才能实现自由。”

而加入“营修圈”，需要下单支付3000元。加入之后，还可以参加线下课见到老师，老师的线下课门票9800元，“来到线下课，可以收到价值百万的教材《人性营销》……”直播过程中，她多次劝说“家人们”加入营修圈。“有人一天收入几万元，有人3天收入27万元……”她还会免费送出价值9800元的实体店引流秘诀、3980元的短视频拍摄剪辑课程。

15日晚，在该直播间，这位“老师”又称，花2800元学完课程后，可向班主任申请成为合伙人，一起做生意，一个月收入10万元以上。18日在该直播间，“老师”说，上一场财



重庆晨报
民生在线
扫码关注

难事、烦事、委屈事、不平事、新鲜事告诉我们，记者帮你办



隐私泄露
难以维权

记者还发现直播间低价课程还存在多个问题和风险。因为报名过程中提供电话、微信等联系方式以及资料，所以常常会被拉入几百人的群。还会接到相关的推销骚扰电话，甚至还有人通过群聊添加微信要私下交易的，记者一旦多问几句，对方就会警惕地拉黑。

另外，因为直播间、直播从业者、产品生产商分属不同市场主体，导致在投诉平台上，无法精准寻找到投诉主体进行维权。以“叶天士健康十三宫”直播间为例，其账号主体为山东烟台一家科技公司，所售的某些产品品牌又涉及北京一家科技公司，生产企业又在山东淄博一家科技公司，为记者提供咨询指导的“班主任”满满老师其账号关联的又是浙江杭州一家传媒公司。

记者将上述直播间发现的情况反馈给其认证账号主体所在辖区的市场监管部门。截至记者发稿时，“红杏林”直播间所属的湖南省长沙市岳麓区市场监管部门工作人员回复称，初步看来，直播视频内容存在一定问题，正进一步核实了解。在这过程中，有自称“德元人性营销”公众号认证主体广东惠州市心趋势营销策划公司的工作人员主动联系记者称，自己负责处理投诉，他们是正规的培训机构，报课后觉得不合适，可“7天无理由退货”。对于直播过程中宣传加入“营修圈”，实现财富自由，对方避而不谈，直接挂断电话。关于此事后续，记者将进一步关注。

律师说法

“老师”涉嫌虚假或误导性宣传甚至欺诈

北京市康达（重庆）律师事务所律师高金宽表示，通过网络低价课吸引流量，然后对购买课程的人员进行产品或者服务销售，是一种很常见的营销方式。但从文中提到的几个案例来看，直播间的老师均涉嫌虚假或者误导性宣传，更甚至涉嫌欺诈情形。

他表示，直播间老师不管是代表产品或者服务的销售者一方，还是生产者一方，均属于消费者权益保护法规定的经营者，均应该严格遵守消费者权益保护法关于经营者义务的相关规定，向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息，应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的宣传。

消费者可以根据消费者权益保护法的相关规定，通过提起仲裁或者诉讼方式维护其合法权益。如果经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，消费者还可以要求增加赔偿其受到的损失，也就是通常讲的“退一赔三”。

针对直播间关联主体与产品的生产者或者服务的提供者不是同一主体的情形，消费者可自主选择向其中任何一家公司或者多家公司主张违约或者侵权责任。新重庆-重庆日报记者 朱婷

道课程让迷茫的你觉醒，值不值2800元？不要再犹豫，报名就完事，“报名之后，我们准备有多个课程，第一个课程就是事业。让你事业有成，实现你的财富自由。”

专家解释

高价营销课难证明效果

“叶天士健康十三宫”的“班主任”满满老师告诉记者，他们不是医生，不做治疗，所售产品药食同源，以排人体垃圾为主。

从她发的产品配料表来看，海藻胶为谷蔬固体饮料，包括燕麦粉、小米、海藻酸钠、盐藻多糖、大豆肽等；人参玉竹液为水、人参（5年以下人工种植）、玉竹、食用螺旋藻等；畅净产品包括果蔬植物固体饮料和谷蔬复合饮料，配料包括果蔬以及大豆肽粉、鱼胶原蛋白肽粉、维生素C等；紫仑为维生素E、紫苏油。

对此，高级营养师、重庆某三甲医院原临床营养科主任刘莉表示，从配料来看，上述产品含有维生素、矿物质，但宣称可以排毒甚至治病，机理从何而来？功效从何说起？太不正规了。

重庆某三甲医院全科医学科医生表示，上述产品没有治病的科学依据，建议市民不要乱服用，身体出现问题，第一时间到正规医院就诊。

中医专业人士也指出，按摩通筋涉及人体皮、肉、筋、骨、脉等的分布和走向，需要进行系统性学习研究以及临床实践。就算自学，也需要五年甚至更长的时间。“简单在网络上学几节课就可以帮自己和家人治病？太误导人了。按摩通筋是一种专业技术，应该慎之又慎。”

而对于低价引流、层层“套娃”的营销课程，培训咨询行业的从业者胡先生认为，通过试听课低价引流，让消费者进入直播间学习，之后消费者自愿下单其他课程，从销售手段上来看没有问题。但如果宣称可以“挣大钱”“实现财富自由”等，那可能就涉嫌虚假宣传了。而一些听课者想要试图通过短时间的营销课程实现“大流量”“挣大钱”，显然是不可能的，容易让人趁虚而入。

在他看来，营销课程是给消费者以启发和建议。课程是否有效很难界定。他表示，任何课程只是观点和参考，最终能否起效的关键在于学习者自身，所以不要寄希望于别人的课程，建议理性消费。