

案例1 “孩子看着正常,其实是ADHD”

从心理问题在线诊断,到推销课程带货变现

“NPD有六大特征,遇到了赶紧跑”“有的孩子看着正常,其实是ADHD,快来测一测”……近期,以在线诊断NPD(自恋型人格障碍)、ADHD(注意缺陷多动障碍)等为标题的视频在网络上大量传播,不少人被“确诊”。这样的在线诊断是否靠谱、可信?记者进行了调查。

“对号入座”即可识人查病?

“NPD善于处理人际关系,缺乏同情心,利用他人达到自己的目的,且不会反思自己的错误”……一段时间以来,短视频平台出现大量关于NPD的分析视频,一些热门视频的点赞、评论、转发量多达数十万人次;不少网友留言觉得自己符合相关特征,自行“确诊”后感到迷茫焦虑。除了看视频给自己“对号入座”查病,还有一些网友将相关特征套用到家人、同事或朋友等身上,进而影响现实社交。28岁的江小敏刷完关于NPD的视频后,发现一位同事完全能对号,“现在我和其他人都会互相提醒,尽量避免和他接触”。

那么,只要符合视频里的描述,就是NPD吗?

北京安定医院临床心理中心副主任医师李颖说,NPD的诊断非常复杂,需要考虑一些特质是否能持续存在并导致明显的社会后果等,不能仅凭某个行为就下结论。

记者了解到,由于精神障碍等存在多种表现形式,准确识别和诊断较为困难,美国精神医学学会编著的《精神障碍诊断与统计手册》对NPD诊断标准多次作出修订。

同样,备受家长关注的ADHD诊断视频也不能作为确诊依据。

从在线诊断到带货变现

记者调查发现,不少在线诊断心理的视频,先以NPD、ADHD、抑郁、焦虑等为热门话题吸引关注,通过话术激起需求后,再推销课程、保健品,一对一咨询辅导等收费项目,已经形成较为完整的链条。

在一些社交平台上,有不少打造心理博主的教程帖,包括起号、引流到变现全套流程,小到文案、字体、配图,大到账号定位、策划内容、受众分析,一应俱全。

记者发现,在多个短视频平台的直播间,一些主播自称心理咨询师、家庭教育师等,宣称可以“解决青少年心理问题”。有家长信以为真,纷纷留言或连线主播求解。

这时,主播就会开始推销课程、保健品、一对一咨询辅导等收费项目。直播间里会有非常明显的“加微信或群聊”等标识,主播也不断重复“先点关注,加上互助群”“看屏幕提示添加老师的‘微’,领取免费试听课程”。

在一个直播间的商品链接里,记者看到多个以“训练营”“体验营”“成长营”等为名的课程产品,价格从十几元至几十元不等。主播声称这些课程可以用几天时间或几个步骤战胜某个心理问题,销量多的达几百单。

这样的直播间在短视频平台不在少数。有的直播间售卖课程标榜“名师”,价格从299元到599元不等,销量不低;还有价值1980元的“××老师粉丝见面会”,现场听所谓的心理大咖讲课,学习心理知识,面对面解惑。

一名主播透露,视频是促成与潜在客户点对点联系、进而变现的关键一步。“直播间里卖的课相对便宜,私聊后会推价格更高、时间更长的课程。”

专家提醒

对网络信息保持理性

受访专家表示,在线诊断心理问题视频的火爆,反映出心理健康问题越来越受到大众关注,公众的心理健康素养有待提升。但一些诊断类视频专业性不够,不能起到科普作用,反而会产生误导,甚至造成心理伤害。广西桂林市临桂区疾病预防控制中心

心精防办主任莫丽华认为,互联网平台应加强对此类视频的监管,对内容离谱的视频采取下架、封号等处理;相关部门加大对互联网心理诊断与治疗违规惩戒,并针对群众切实需求推出内容形式更为丰富的公益性科普视频,给予一定流量倾斜,避免出现“劣币驱逐良币”的情况。

广西南宁市心翔心理咨询有限公司负责人林晓义等专家提示,公众要增强信息筛选和辨别能力,从正规渠道学习、了解相关知识,向专业的精神心理机构、医院等寻求帮助和支持,对网络上的相关视频和信息保持理性,不盲听盲信。据此“确诊”或“疗愈”。据新华社

案例2 “专家课免费听,打卡还能赚金币”

老人沉迷的“打卡上课”,背后是环环相扣的陷阱

“从早到晚,白天听、晚上听,出门买菜也要随时播放”这几乎是群内老年人普遍的生活状态。就在上周,杨雪(化名)被55岁的母亲拉进了一个号称拉5人进群就能得2.16元红包的微信群。一时间,满屏的玫瑰花、排满的课表和“花开富贵”们一致的签到回复,着实让她见识到了县城老年群的实力。

网瘾老人背后的消费陷阱

正如在社交平台爆火的“网瘾老人”话题所说,沉迷网络“赚金币”、上网学习10小时赚回2元钱、不信儿女信“神医”、跟风下单各种所谓保健品……不少老年人的退休时光就这样被困在了手机里。近日,记者“潜伏”进多个老年人微信群,发现“网瘾老人”现象背后是一环扣一环的消费陷阱。

每日群公告疯狂的打卡和“魔怔”老人从起初偶尔听听所谓“专家”讲课,到家里堆积如山的羊奶粉和各类护心肝脾肺的“战利品”,一场老年人“触网”的大戏拉开帷幕。从2022年左右开始,杨雪的妈妈赵女士一头扎进了中老年养生大学的“怀抱”。起初,她只是偶尔听课,学习“养生知识”,本着对老年人的健康意识提升或许有益的想法,杨雪并没有对母亲的行为多加干涉。可听着听着,随着家里越来越多“保健品”的出现,杨雪也逐渐意识到问题的严重性。

据杨雪介绍,两年时间,母亲听课时所记录的笔记本摞起来将近1米高,平均一节课50~90分钟不等。如果加入的群多,每天听课时长就相对较多。据杨雪介绍,母亲每天大约要听5节课,平均一个手机一天能赚10多块钱。



“养生网课”背后的套路

在群里观察了几天,记者发现这里的“学习”模式可谓别出心裁。除了日常的学习签到,群主还会不定时的“展示才艺”。

除此之外,群主会定时发送群消息,让群成员观看指定视频,视频时长在60~90分钟之间,每观看一个视频就能获得相应报酬。在记者潜伏进五六个群后,发现了一个共同现象:虽然群不同,但每天要求听课的内容是一样的。记者让老年人免费学习养生知识,实际上背后隐藏着利益链条。

与最多2元的红包相反,在听课过程中蹦出的购买链接商品的价格则从99元到上千元不等。在记者蹲守的直播中发现,该场直播的听课人数大约在100人,下单商品的人数在40人左右。这些群内听课跳转的购物平台大多为小程序平台,点开链接商品的详情页,也无任何详细介绍、包括保质期、生产厂家均无文字介绍。

记者根据杨雪所提供的其母亲购买的产品发现,此类产品均为正常食品,并无任何保健功能。“中间我们轮流劝我妈,让她别买这些东西。但是好了一阵之后,又开始了买了。”去年开始,杨雪发现,听课这件事在母亲心中愈发重要,似乎成了头等大事。就连生病住院,赵女士都没落下所学课程和笔记。

与杨雪经历相似,在网上发布此类“求助帖”的网友不占少数,大多都是父母沉迷保健品讲座直播间,被诱导下单的情况。这些涉及金额动辄成千上万元。记者在黑猫投诉平台上以“老人+直播”为关键词进行检索,相关投诉两千余条。

专家提醒

亲情陪伴才是治愈老人孤独的“良药”

记者采访到山东省精神卫生中心老年医学科副主任张艳。她表示,随着年龄的增长,许多老年人除各项生理指标发生变化外,心理特征也发生着很大改变,出于本能,对死亡的恐惧往往会加剧。同时许多老人会担心给子女增添负担,内心容

易产生焦虑、孤独感。而网络上丰富多彩的内容,对老年人有着极大的吸引力。“现在这个信息茧房的时代,大数据会给老年人精准推送相关信息,其中就包括养生或售卖相关保健产品的内容,这使得很多老年人更容易深陷其中,逐渐失去接触不

同领域信息的机会和能力。”“作为子女,应适度监督老年人的上网行为,引导老年人理性消费,避免盲目跟风,通过倾听、共情和积极的沟通,与老年人建立深厚的情感联系,消除老年人不安、焦虑的心理。”张艳说。据中国青年网

守护消费安全 共筑诚信环境

——聚焦3·15消费者权益日



一年一度的3·15消费者权益日即将到来。在过去的一年里,消费领域出现了哪些新问题?消费者的合法权益如何得到更好保障?今天,我们聚焦消费维权热点,揭露行业乱象,探讨解决方案,共同营造安全放心的消费环境。



难事、烦事、委屈事、不平事、新鲜事告诉我们,记者帮你办



案例3 “缅甸上乘翡翠,不骗你,否则我早被抓了”

翡翠直播间现“病毒式营销”,女子13天下单32次被坑4.6万

3月11日,四川成都市民小丽告诉记者,她在一社交平台的翡翠直播间陷入“病毒式营销”套路,在不到半个月的时间里被坑4万余元。她说:“收货后发现实物色差大、货不对板,以次充好,才知上当受骗。据我所知,与我经历类似的消费者还有10多人。”

看直播入坑,13天下单32次

小丽称,去年11月,她在刷视频时偶然看到一个名为“六六边境翡翠”的账号,通过该账号引导,她进入了名为“仟亿翡翠(现名千盛翡翠)”的直播间。“我平时就喜欢翡翠首饰和那些好看的东西,本来只是网上闲逛,没想到遭遇直播间‘病毒式营销’后越陷越深。”她说,“直播间主播和工作人员不停地声称产品来自缅甸上乘翡翠矿,不断煽动氛围,强调自己不会骗人,否则早被抓了。我在那种类似传销式的直播氛围中,不知不觉就产生了购买欲望。”

从2024年10月21日到11月2日,短短13天,小丽陆续在该直播间下单32次,总金额达到4.6万元,其中单笔最高消费9700元。小丽介绍,她发现被骗后,在该平台搜索后才发现,和自己经历类似的消费者还有10多人。

记者调查发现,该平台账号“六六边境翡翠”“仟亿翡翠”(现名“千盛翡翠”)均有平台认证标识。“六六边境翡翠”注册信息显示为“瑞丽市×××珠宝店(个体工商户)授权账号”,“千盛翡翠”注册信息显示为“瑞丽市××珠宝店”。

天眼查App显示,瑞丽市××珠宝店法定代表人为吴某,注册地址在瑞丽市姐岗路华丰市场南卯湖商住楼1栋,实缴



直播间截图(左)与实物拍照对比 受访者供图

资本0元。瑞丽市×××珠宝店(个体工商户)法定代表人是鲁某某,注册地址在瑞丽市勐卯街道瑞江路95号1楼,实缴资本0元。

消费者揭开直播间三大套路

违规直播间是如何达到“骗单”的目的呢?小丽以2024年11月1日晚看直播下单为例,她称:“当晚连续下单10次,其中最贵的一单有7480元。”她说,“直播中,跟主播一直在高强度互动,是洗脑式的推销,给人一种‘再不买就亏了’的错觉,像极了传销现场的氛围。”

她向记者总结了直播间的三种套路:“一是货不对板,在直播间里有打光,还有

镜头美颜,都是‘障眼法’;二是以次充好,直播里的人自称是缅甸翡翠矿主,然后洗脑给我们灌输这些翡翠是缅甸上乘矿料,诱导我们消费;三是荣誉造假,直播间里有人自称是国家级、大师级玉雕大师。”

小丽拿到购买的翡翠实物后,经成都市多名业内人士验看判断,都是劣质翡翠,但她与直播间客服沟通退款时遭遇推诿:“客服称,除非不是翡翠才退货。”

资深电商人士戴先生分析称:“从小丽的描述来看,‘病毒式营销’的主要特点是其信息传播的高效性和低成本性,通过与目标受众的情感共鸣点,迅速激发购买欲望,还能够像病毒一样深入人脑,引诱下单。不排除直播间还有水军烘托气氛。”

官方回应

商户已被纳入黑名单

云南省瑞丽市勐卯街道市场监管所工作人员向记者证实,小丽反映的情况属实。“经实地核查,该商户已不在营业执照登记地经营,通过登记的住所(经营场所)无法联系,已将其列入经营异常名录。商

家已经纳入‘黑名单’,建议消费者保留证据通过司法途径解决。”同时,平台客服回应称,平台相关部门已接到投诉,正在核实处理中。

截至发稿时,小丽表示,经记者协助,

目前商家已开始为10多名被骗消费者办理退款退货手续。“希望自己的经历能警醒其他消费者,不要轻信直播间的推销话术,避免陷阱。”

新重庆-上游新闻记者 冯盛雍

案例4 杨铭宇黄焖鸡后厨乱象 国务院食安办挂牌督办

近日,有媒体曝光多家杨铭宇黄焖鸡米饭加盟店后厨食品安全问题:使用存放多天的发酸食材,顾客食用后的剩菜回收再加工售卖,隔夜发黑的牛肉加色素后冒充

锐评

3月13日,“外卖员从来不碰的外卖有哪些”话题登上微博热搜。

有报道称,近日,有博主给外卖小哥100块钱,让小哥带着博主寻找认为最干净的饭店。结果外卖小哥最不推荐的就是黄焖鸡,而外卖小哥带博主去的大部分都是面食店,很少有去吃黄焖鸡、盖浇饭、猪脚饭之类的。

这份来自外卖行业一手的“反向推荐”,涵盖了黄焖鸡、炸鸡、麻辣烫、料理包快餐等12类常见外卖,近三成源于盲目追逐优惠。更隐蔽的是,平台算法通过刷单、虚假评论营造出“高销量”“高评分”的假象,让卫生堪忧的黑作坊摇身变为“网红店”,消费者的“知情权”在信息茧房中逐渐消解。

外卖行业的食品安全问题背后,是监管链条的断裂。一方面,大量无证经营的“朋友圈厨房”“微店”通过平台漏洞接单,加工环境甚至达不到家庭厨房的卫生水平;另一方面,配送环节的“最后一公里”成为风险放大器,海鲜、凉拌菜等对温度敏感的食物,在缺乏冷链保障的配送途中极易变质,汤品洒漏、烧烤冷透等问题,更是让外卖员沦为“差评替罪羊”。

更需警惕的是,随着预制菜市场规模突破4000亿元,其生产标准、添加剂使

新鲜牛肉。调查中还发现,多家门店招聘时不需要员工提供健康证,大量无证店员直接上岗。

记者13日了解到,“杨铭宇黄焖鸡米饭后厨乱象”舆情事件引发社会广

泛关注,为切实维护广大消费者权益,3月13日,国务院食安办向山东省食药安办、河南省食安办发出挂牌督办通知书,对两地核查处置工作实行挂牌督办。

“外卖员的‘不碰清单’”之所以上热搜,因为他们才是真正的“在场者”,目睹过麻辣烫汤底一周不换、炸鸡块反复解冻使用工字增白剂,水果捞以变质水果混入酸奶掩盖异味等不堪。这些场景消费者无从得见,能看到的只是“好评返现”“满减促销”的营销狂欢。

当促销策略精准击中消费者“占便宜”的心理,却扭曲了饮食选择的本意。调查显示,过量点餐导致的浪费中,近三成源于盲目追逐优惠。更隐蔽的是,平台算法通过刷单、虚假评论营造出“高销量”“高评分”的假象,让卫生堪忧的黑作坊摇身变为“网红店”,消费者的“知情权”在信息茧房中逐渐消解。

更重要的是,要推动外卖行业的“透明化革命”,鼓励商家以直播后厨、公示检测报告等方式重建信任,同时赋予外卖员“吹哨人”角色,建立匿名举报通道,让“在场者”的视线转化为监管的“火眼金睛”。

唯有让监管穿透厨房的墙壁,让平台承担起“守门人”之责,让消费者的知情权回归本位,方能在“便利”与“安心”之间找到平衡。食品安全从来不是选择题,而是一道必答题。

综合新华社、央视新闻等