

《992 特报团》上半年节目

——3·15 特别策划：网购呼唤诚信营销

992 快报

路况+天气

节目片花+特别策划片花

王哲：各位朋友，下午好！您现在收听和收看的是《992 特报团》，来自河北交通广播，我是王哲，在省会石家庄问候大家下午愉快！

心亮：大家好，我是心亮，我们节目今天通过融媒体进行全方位的呈现：广播端在河北省内可以调频到 FM99.2，周边城市北京、天津调频到 99.3，张家口 101.6。

王哲：是的，收看节目的方式在抖音号、视频号“河北交通广播”，同名搜索就可以了。除此之外，我们也以融媒体形式全方位的服务大家的全领域消费生活。

心亮：只要是您花钱购买了无论是产品还是服务，遇到问题想要维权都可以随时联系我们，电话就一个：96992，河北省内统一号码，省外的朋友如果拨打的话加拨区号 0311-96992；还可以关注河北交通广播的官方微信公众号，同名搜索之后呢，发送阿拉伯数字“315”，可以直接维权，还可以发送文字、语音、图片、视频的方式参与节目的评论互动。

王哲：是的，今天是 3 月 15 号，是第 42 个国际消费者权益日，今年“3·15”的主题是“激发消费活力”。其实消费活力不光体现在实体经济，随着电商平

台和物流系统的蓬勃发展，网上购物越来越多，而与此同时产生的消费问题也是越来越突出，消费陷阱更是花样百出、防不胜防。

心亮：不光是普通的消费品，网络售药的店铺和网络买药的消费者其实这些年来也越来越多，随之爆出的药品安全事件也时有耳闻。有类似经历的朋友可以在我们各大融媒体平台留下您的评论，同时，河北省市场监督管理局全程在线关注节目及投诉案例的实时进展，并给出专业的分析和建议。

王哲：对，河北省市场监督管理局相关负责人全程在线关注节目及投诉案例。那接下来的话，我们就来关注收听赵先生的投诉——他向节目组反映，自己在网络电商平台京东上购买的两盒“同仁堂牌人参归脾丸”疑似出现了货不对板、虚假宣传等问题，而商家和京东客服的处理结果让赵先生难以接受。接下来，我们来听报道：

播放报道

记者：今年2月底，家住北京市密云区的赵先生在京东平台上的网络药房购买了一款名为“人参归脾丸”的药物，几天后，赵先生收到了药房寄来的快递，一打开就发现了问题。

赵先生：2月23号左右，在京东的一家第三方平台下了两盒“同仁堂牌人参归脾丸”，之后东西到手才发现，是一家名叫做“华康”的山西药厂生产的名叫“立效”牌子的人参归脾丸，显然不是我需要的那个牌子。

记者：实际收到的药品与下单时购买的药品不一致，让赵先生感到困惑。

赵先生：他们的销售页面当时展示的信息只有“同仁堂牌人参归脾丸”，但是并没有这个华康药业生产的“立效牌人参归脾丸”这个产品的介绍，我觉得怎么会发错药呢？我当时想不明白。

记者：为了了解情况，赵先生将问题反映给了这家药房，得到的答复是“可以退货”。

赵先生：他们的客服给出的结果只能是退货，这个肯定是不行的，如果要是这个立效牌子的“人参归脾丸”，京东其他商铺的价格一盒只有8块钱，但是这一家却打着同仁堂的旗号，每一盒17.8（元）左右，这之间相差了10块钱。

记者：赵先生怀疑，这家药房有意以接近同仁堂的价格售卖立效的药品，从中获取更多的利润。带着疑问，赵先生将问题反映给了为药房提供销售平台的京东电商平台，一位客服专员了解情况后表示，这家店铺并不存在违规行为。

客服：先生，是这样的，咱们当时购买的这个产品链接，它的页面中介绍了两款产品，一是同仁堂的，二是这个华康的就说是立效的，生产厂家是华康嘛。如果说它的规格里面只有同仁堂的或者说只有这个立效的，就是说只能二选一，但是页面介绍了两个，那这个肯定是属于违反平台规定，是属于违规的。但是现在呢它页面中介绍了这两款产品，但它的规格里面也是有相应的这个选项，选购的一个链接，这个都是没有问题的。

记者：交谈中，赵先生认为在整个销售环节，药房的页面展示区域仅有北京同仁堂牌“人参归脾丸”，没有客服专员所提及的“两款产品同时存在”。

赵先生：他从来没有展示第二款第二款商品，他所有都是同仁堂牌，没有那个所谓的立效，你让我去哪里找这个立效，没有。

客服：这个请您放心。

赵先生：在哪里，你告诉我在哪里？！

客服：我这边看到的是2024年2月23号下午1点12分13秒您下单那一瞬间的截图，这个请您放心的，先生。

记者：于是，赵先生希望客服专员提供截图信息。

赵先生：我的截图上怎么没有呢？

客服：我这边是从后台直接查看的您当时下单那一瞬间的，就是说您当时下单是什么样，我这边看的就是什么样子。

赵先生：那么你能不能把这个图片发给我一张呢，我看看呢？

客服：抱歉，先生，这个是属于公司内部信息，无法对咱们消费者展示的。

记者：根据赵先生提供的通话录音，记者了解得知，京东平台选择以退货+补偿等价退款的方式来解决问题，但这一提议并没有得到赵先生的认可。

赵先生：也就是说你现在给我的答复就是只能是我赔偿一盒药钱，对不对？

客服：可以特殊补偿您 28.64 元的一个“京豆”或者余额，供您选择。

赵先生：然后你们对这个商家的定义就是商家没有责任，完全是消费者自己的失误，对不对？

客服：目前确实没有发现违规呢，先生。

记者：一边是赵先生认为销售药房并没有“立效牌人参归脾丸”的提示，一边是京东平台认为药房已经做到了相应的解释说明，双方各执己见。难道真的是赵先生在购买时操作失误导致的问题吗？面对记者的疑惑，赵先生又出示了一份该商品的网购评论截图，在截图中记者看到，与赵先生有着相同经历的消费者并不少。

赵先生：评价体系过程中，很多很多的消费者同样遇到了和我一样的问题，都是想买“同仁堂”，但是莫名其妙地收到了“立效”牌的这款药物，难道这都是大家的问题吗？我现在非常的怀疑，这个商家是在挂着羊头卖狗肉，有意混淆视听。

王哲：嗯，想买的是北京“同仁堂”牌的人参归脾丸，到手的是华康制药厂的“立效牌”人参归脾丸，这样的网购经历让这位赵先生特别诧异。那我们的各位的听众和观众，不知道您听完是什么感受，可以发表评论和我们来互动交流。

心亮：京东商城的客服专员给出的答复是说商家对于销售的药品做出了相应的消费提示了，甚至默认赵先生购物的时候，因为自己的原因没有仔细挑选，然后才导致了购买错误的发生。

王哲：那到底是赵先生购买的时候理解有误，还是这家药房他们在销售环节上存在着一些不规范的问题呢？经过我们特报团记者李伟的深入调查，终于有了答案，那目前李伟已经就坐直播间。

王哲：李伟，你好！

李伟：你好，王哲。

王哲：能不能给我们大家详细地梳理一下整个的这个消费过程？

李伟：没问题。那为了让视频端的各位网友理解起来更方便，我将全程用手机操作的方式给大家进行演示。

首先，赵先生购买的这款药物是在京东平台，也就是京东商城，大家可以看到这个京东商城，打开之后，我们在这里可以搜索到一个药房叫作“易颜谷大药房”，点进去之后，这就是“易颜谷大药房”的北京同仁堂的药品页面，大家发现这个页面有什么问题吗？

心亮：这个页面上的展示图片是“北京同仁堂牌人参归脾丸”的黄色包装，然后还有这个红色的大 LOGO，对吗？

李伟：是，确实是这样，那仔细再看一下这个商品页面上写的这行宣传字。

心亮：北京同仁堂人参归脾丸 9g*10 丸，还可以选华康气补血健脾养心气血不足等等介绍。

李伟：对，心亮很仔细，但是你忽略了一个细节，大家可以看一下：在华康这两个字的中间有一个标点符号“.”，单独打出来，大家可以看一下。

心亮：就是一个“.”。

李伟：对，是一个“.”。

王哲：对，你要不说的话，这个真的是没有留意。这张图片我们后台的编辑也已经在公众号“河北交通广播”上生成了快检关键词，现在大家输入汉字“药品”是可以看到这个图片的。

李伟：那说到这儿，一会儿我告诉大家这个“.”意味着什么。那我们假设选中了这款药物，咱们点进去，看一看——整个页面上看到的依然是“北京同仁堂牌人参归脾丸”的介绍，这时候底下的这行宣传文字，依然有可选“华.康”气补血健脾养心等等相关的字样。

王哲：嗯，“华康”就是这位赵先生他实际收到的那盒立效牌人参归脾丸，是吗？

李伟：没错。那既然说商家在这个销售环节上写到了可选“华.康”，那一般这个商品页面的底部可能就会有很多关于商品文字的一些相关的介绍或者图文，对吧？

心亮：那李伟，你往下拉，他它没有这个关于华康药品的相关介绍吗？

李伟：我们来看一下，底下我们可以看到的内容。

心亮：他没有详细介绍就。

李伟：品牌“同仁堂”，生产企业上面写的是“北京同仁堂股份有限公司同仁堂制药厂”，再往下的图片大家可以看一下：人参归脾丸，北京同仁堂。

王哲：参数什么的全部都是同仁堂。

李伟：全都是北京同仁堂。

王哲：它这个生产企业写的也是“北京同仁堂股份有限公司同仁堂制药”。

李伟：没错，拉到最底下大家可以看到，整个商品介绍里没有看到“华康制药厂”生产的这款赵先生买的“立效牌人参归脾丸”的所有内容。

心亮：那是不是比如说，我点击了这个购买链接之后，我点击进去了，然后就能通过小图然后看到关于华康，比如立效的这个介绍呢？

李伟：问得好！我们点进去看一看，在右下角这里有一个“立即购买”，大家其实现在也可以在京东平台上去搜一搜，在这儿大家可以看到，其实也都是四个黄色的小框，其实每一个都是广告，都是同仁堂的包装，对吧。大家可以看一下，这四款分别是1盒装、2盒装、3盒装，还有最后一个也是1盒装，你们看有华康吗？

王哲：没有，它全部是同仁堂的包装。

李伟：对，四个全都是。

心亮：那比如说你把它，其中有一个这个小图片，你点开放大，它四个点开放大以后，有没有其中某一个华康之类的。

心亮：咱们可以看一看，点开，放大。

王哲：同仁堂那个LOGO很明显。

李伟：对，它依然是这个黄色的外包装盒上面写的北京同仁堂，包括同仁堂的LOGO。

心亮：确实没有，是吧？

李伟：嗯。那也就是说，作为一个消费者，到目前为止，除了文字上我们看到过四个字，就是点可选“华.康”，剩下的时间，我没有看到任何有关华康制药厂的标志说明。

王哲：那华康它那到底在哪儿啊？

李伟：我们可以看一看，咱们再把这个返回出去，返回出去之后可以看一下，在这个点击购买页面的前一部分，回到上一个宣传页面上，你们可以看到这个药品的宣传页面上，这个北京同仁堂图片的右下角，视频端的朋友可能看起来相对而言比较费劲一些，这儿其实有“1、7”，这个“1、7”指的是什么，就是这是七张图的第一张，把这个往后拉，发现全都是北京同仁堂，北京同仁堂，北京同仁堂，然后拉不动了，也就是说这七张图全都是北京同仁堂，那北京同仁堂在哪里呢？我们会发现，其实在这个商家，他的页面里有非常多类似这样的页面，你看这也是北京同仁堂，北京同仁堂，北京同仁堂，到最后的时候，你会发现有一张图——“立效人参归脾丸”。

心亮：你现在发的这个图是第八张的图片。

李伟：第八张的图片。

心亮：就是他其实是只有在这个首页介绍上，你拉到最后的一张图，才有可能显示出这个立效的介绍。

李伟：对，确实是这样，它在第八张。所以说说到这儿的时候，我们再回到这个点击购买页面，你再看一看价格，你会发现这个价格里面，其实有关点击购买的时候，他刚刚不是有1盒、2盒、3盒、4盒，你会发现，第一个1盒它的价格是17块8，最后一个1盒它的价格是多少？49块8！

王哲：所以最后这个是真的！

李伟：最后这个是真的，前三个全都是“立效”的。所以这个事情其实给人的感受就是，同样入驻京东商城的北京同仁堂旗舰店内的人参归脾丸，3盒一共多少钱，我搜了一下，69元，但是同样在平台上单独搜索华康制药厂的“立效牌人参归脾丸”，一盒大概是8块、9块，也有10块左右，也有11块左右。

心亮：就是你在他的这个平台上，哪怕你买到的是北京同仁堂的，你也赚了，不是，你也赔了。

李伟：对，就相对而言，它整体都略贵一些。

王哲：而且如果消费者他本身是奔着这个页面宣传的同仁堂去的，基本上买的就是华康的“立效”，而且价格比单独搜索的“立效”还要贵，所以你即便是火眼金睛看清了套路，绕开了三个华康的选项，你最后买的人参归脾丸，也要比在同仁堂的旗舰店上买的要贵！

李伟：是，所以说有句话叫：便宜没好货，或者说大家不能贪图便宜，但是在这个上面，你是很难分辨出哪个是便宜，哪个是贵的。然后所以这款商品的销售模式让赵先生包括其他的消费者购买之后是很难接受的。这是我所打印出来的，他很多消费者在购买完之后，在底下的评论留言——

“此店有欺诈行为，挂羊肉卖狗肉，要同仁堂产品给我发的是杂牌子”；

“我相信华康也不是杂牌子，但是对于消费者来说，我要的不是华康”；

底下也有：“就冲着京东不卖假药的，结果挂的是同仁堂的品牌，卖的其他品牌”等等，其实后面有很多，大概说的都是同样的问题。

心亮：其实这些评论的背后，它是一张张失望的面孔，是消费者对于商家这种做法的嗤之以鼻，甚至是一种愤慨。

李伟：是，而且还有很多的消费者都没发现，赵先生他自己都没有发现，我跟他沟通过，像这样的网络药房在京东商城上并非一家，这是我随便打印出

来的，搜索“人参归脾丸”这五个字，可以打印出一个页面，这个页面当中，大家可以看到，这叫“沃来进大药房”，这上面也有选“立.效”，“立效”就是那个“立效人参归脾丸”，当然也有底下写选“华康”，华康是制药厂，这个底下也写的是选“华康”，所以说我们会发现有一批商家都在这么操作。

王哲：就是一个链接，它是两款药物，同仁堂宣传在前，这华康立效躲在最后，如果我们是第一次购买的话，我觉得有些消费者，他根本就不明白什么叫“可选华康”，中间哪怕加了个点，就稀里糊涂下单了。

那经过李伟详细的演示，让我们看到了，消费者在网络药房购买过程中的这些遭遇。

心亮：那么网络药房的这一行为，尤其是以标点符号混淆关键词的做法，它的目的是什么呢？京东平台是否知情呢？如果说知情的话，他又为什么不予以制止呢？

几天前，我们采访到了一位曾经在京东商城负责采购与销售业务的张女士，由于涉及到个人的隐私，我们对张女士的声音，做出了一些特殊的处理，我们来听张女士给出的解释。

播放录音

京东张女士：这种情况在平台上还是挺多的，主要原因还是因为平台监察系统和人工治理不够完善。平台其实有专门的系统去检测违规上架，但是有很多商家在平台经营久了，然后对平台有一定的经验，他会抓住平台的系统漏洞，虽然呢平台有系统审核，也有人工审核，看到这些商家违规会下架并让商家整改，但是毕竟商家的详情量非常、非常巨大，一个员工对应的几百个商家，有的甚至上千个，有时候是发现不了的。比如说，一个词汇中间加一个标点符号，系统就监测不到。

王哲：嗯，张女士的这个解释，似乎也道出了京东商城他们有面临的一个困局，在平台业务拓展的过程当中，可能很难做到高效的监督和治理，这可能也是京东面临的问题，当然也是其他电商平台所同样面临的问题。

心亮：对，但是你对于在京东上购物的消费者来说，你这种困局不应该转嫁到我身上，是你平台应该解决这个当务之急，你不应该让消费者来买单。我相信京东商城搭建平台的初心，也是本着让消费者放心满意，而不是说平台太大了、环境特别复杂等这种理由来推卸责任的。

王哲：所以说为了将这个问题反馈给京东商城，昨天特报团记者已经尝试拨通了京东商城的客服热线，一位客服专员了解了情况之后啊，他做出了这样的答复。

播放录音

京东客服：目前是这样一个情况，因为咱们这边的话，也是告知了我们这边您这边的一个相关来路，那么我们这边肯定不会说是，就是这通电话就来给您仓促了一个给出一个回复或者说一个解决，所以说目前话客户的一个情况，订单号，以及遇到一个问题，我已经详细的一个记录清楚了，目前的话，您这边可以等待我们4小时之内给您进行一个回电吗？

李伟：可以的。

京东克服：行，那这边的话，您就等待咱们这边给你回电，好吧，先生？

李伟：好的好的。

王哲：记者告诉我们说4个小时过去了，但是京东平台的工作人员，他们只是通过电话号码加了微信，但是没有任何解释说明，当然节目进行当中，我们持续等待持续关注。

心亮：对，不过这儿呢还有一个细节，我们的记者也发现，商家已经更改了部分的销售页面，但依然有很多网络药店继续在混淆视听，那么根据相关的规定，京东平台和这些平台上的药房，是否存在违规销售虚假宣传等行为呢？我们马上有请河北省市场监督管理局消费者权益保护处的副处长王志为大家一一解答。

心亮：王处长，您好！

王处长：主持人好！从这个案例，我们首先根据《侵害消费者权益行为处罚办法》第六条第二款的规定来看，经营者向消费者提供有关商品或者服务的信息，应当真实、全面、准确，不得有下列虚假或者引人误解的宣传行为——他这个就是根据咱们这个《消费者权益保护法》第44条规定的：消费者通过网络交易平台购买商品或者接受服务，其合法权益受到侵害的，可以向销售者或者服务者要求赔偿；网络交易平台提供者，不能提供销售者或者服务者的真实名称、地址和有效联系方式的，消费者也可以向网络交易平台提供者要求赔偿。网络交易平台提供者做出更有利于消费者的承诺的，应当履行承诺，网络交易平台提供者赔偿后，有权向销售者或者服务者追偿。网络平台提供者明知或者应知销售者或者服务者利用其平台侵害消费者合法权益，没有采取必要措施的，依法与该销售者或者服务者承担连带责任。

所以通过本案例，我们给大家做出几点消费建议：一、应选择正规渠道购买保健食品或者药品，要注意甄别违法网站和一些虚假信息，网上药店只能销售非处方药，而对于处方药，网上药店是不能销售的，如果有药店表示可以直接出售处方药，那么其合法性就非常值得怀疑了；二、要谨慎对待网站客服推荐的品种，应有明确的购药需求，不要相信违法广告宣传，盲目购买和使用；

第三、对于企业的违法行为，可以拨打 12315 投诉举报。最后还是要提醒广大消费者，虽然网络确实是便捷，但是由于药品不同于普通商品，消费者最好还是去实体药店购买，不管是实体店还是网购，一定要索要发票，并在收到药时现场验货，留好相关购买凭据。好的，主持人。

心亮：好的，谢谢，谢谢王处为消费者做出的这个解释，也感谢我们的记者李伟系统性的一个调查报道。我们在这儿也呼吁广大消费者，在网购的过程当中一定要擦亮双眼，以免类似情况再次发生。生活当中如果遇到消费纠纷，都可以拨打电话 96992 来提供相关的线索。

王哲：对，我们来看一下，目前我们的听众和网友的互动也是特别的热烈，微信名“小周”他在我们的公众号留言，他说：这个明显就是挂羊头卖狗肉，主打一个措手不及。

心亮：还有网友“@奶茶”也评论了，说这个快检图片我看到了，他说要是我的话，我也会入坑，他说这个根本发现不了。

王哲：是的，用户“3187”，他说：这小厂子药品不就是蹭流量吗，他商家有问题，平台也难逃其咎。

心亮：当然我个人也遇到过类似的问题，不过不是药品，平台也赔了 3 倍，但心里面还是总感觉不太舒服。

王哲：是的，我们也希望京东商城及时补救，给消费者赵先生一个满意的答复。当然我们更期待的是，京东商城能够拿出行之有效的办法，杜绝此类事情再次发生，毕竟啊只要这个问题得不到根治，平台上依然还会有更多的赵先生出现。

心亮：正如京东企业文化当中所提及的：“客户为先、诚信、协作、感恩、拼搏、担当”，我们也希望他们能够说到做到。

特别策划片花

心亮：继续回到节目当中，这里是河北交通广播全领域消费维权节目《992特报团》，视频号、抖音号融媒体在线收听收看，也欢迎大家交流评论。

王哲：刚才我们提到的这个案例是用“互联网+”的方式来销售药品，这本来是一件利民便民的好模式，但是正是因为部分商家“消费者至上”的这种信念缺失，加之网购平台监管不严、缺乏行之有效的办法，才让网络药品销售行为出现了鱼龙混杂的现象。

心亮：正如我们刚刚提到的，这种现象不仅仅存在于京东商城，也存在于其他网购平台，你比如说拼多多。

王哲：是的，临近3·15前夕，特报团记者在拼多多商城上的网络药房页面也发现了问题。相比较于京东的问题，拼多多的药品宣传更让人瞠目结舌，接下来我们来听记者报道。

播放报道

记者：记者在拼多多平台随机搜索了治疗耳朵的药品，其中一款药品主页上的宣传语是“立马不耳聋，只需一次听得真清楚”。还有一款药品的宣传语则是“耳聋的祖宗，当天吃当天治，到死不耳聋，比其它药快100倍”等等。记者咨询店铺客服是否真如宣传的那样管用，其只是反复表示对症坚持使用效果不错。记者随后拨打了其中一款药品的生产厂家——云南云河药业股份有限公司的电话，询问该药的主治和疗效，一位工作人员表示：

工作人员：没有他说的这么好的功效，药品不应该这样宣传的，它只有功能主治，不可以超出它的主治功能来宣传的。

记者：据介绍，这款药针对的是肝火旺引起的耳鸣耳聋等症状，对于听力障碍等问题，工作人员表示：

工作人员：如果不是春季或者不是肝火旺引起的耳鸣，吃这个是没有具体多大改善的。耳朵有问题的话，应该还是去看医生是哪儿的问题。

记者：继续搜索中，一家店铺的眼药产品引起了记者的注意，其主页上写着“上午用下午好”、“可看一万里”等字眼。根据产品包装上标注的生产厂家，记者联系上了陕西美芙康生物科技有限公司的工作人员。

工作人员：这个应该是我们给客户贴牌的产品。

记者：随后该工作人员让记者添加她的微信，通过微信工作人员出示了消毒产品生产企业卫生许可证，并一再表示产品资质手续齐全可以放心使用，至于产品功效等问题，工作人员建议拨打产品包装上经销商的电话咨询。电话中，总经销江西苗三叔医疗器械有限公司工作人员表示，他们与拼多多上售卖该款产品的店铺并非一家。

工作人员：这个商家他把我的他拿回去他怎么来宣传，这个东西首先我们是控制不到的，然后我们这个产品我跟你讲一下它就是对眼睛模糊，然后眼睛干涩、眼睛疲劳，还有这个迎风流泪这些，它是有一定的辅助作用，但是它不可能说把这些症状，用这个眼药水它可以用得好。它不是眼药水，眼药水其实严格意义上来讲，它只有这个国药准字它才可以去做，所以说我们这个是属于眼部护理液。

记者：对于所谓“上午用下午好”、“可看一万里”这样的字眼，这位工作人员表示：

工作人员：说实话这个就是他们的一个宣传手段嘛，比如说我们到医院里面去看，对吧，我们也不可能说上午看下午就好，当然他们会有一个夸张的一个成分在里面。

记者：该店铺的评论留言中，也有很多人对“可看一万米”的宣传提出了质疑。在进一步的搜索中，包括治疗腰痛、失眠、牙痛等多种病症的药品宣传中，很多店铺使用了诸如“站着就睡着”、“到死不牙痛”的宣传语。吸引眼球的宣传加上低廉的价格，或许就是平台上这些店铺掌握的流量密码。

心亮：听完了上述采访内容，不知道大家做何感想？你听听他那些宣传语特别刺耳：“到死不耳聋”、“上午用下午好”、“可看一万米”，人们对于网上药店是寄予厚望的，是相信它能够为大家为消费者提供更多选择，让买药更方便、价格也更透明一些。

王哲：对，但是我们通过记者的这个调查不难发现，这些药品它从生产到网络销售再到平台监管，其实都出现了“真空地带”，无论是网络药房可能存在的夸大宣传，还是说这个商城平台疑似存在的虚假销售，其实都是缺乏有效的自查自纠。

心亮：其实针对这样的宣传，在3月13号召开的《河北省扎实推进消费者权益保护工作新闻发布会》上，河北省市场监督管理局二级巡视员张志杰就介绍了2023年我省在消费者权益保护工作中对违法广告进行的重点整治工作，其中就包含药品违法广告，我们接下来来听一段录音——

播放录音

张志杰：聚焦“神医、神药”“医疗美容”“校外培训”“非法集资”等重点领域，组织开展整治虚假违法广告专项行动。

王哲：“神医、神药”，其实说得已经非常明确了。就是在昨天，我们特报团记者也同样把这个问题反映给了拼多多商城。针对平台上出现的这些问题，对方说出了这样一段话啊。我们一块儿来听一听。

播放录音

拼多多商城客服：商家的商品，平台都会有专门的部门进行严格的监管的，此类商品我们也会反馈给咱们工作人员进行重点的关注和排查，平台呢会全力给消费者提供全面的更优质的一个商品，我们在 24 小时之内肯定会给到您相对应的一个回复的。

心亮：因为药品它不是一个普通的商品，它关乎着老百姓的生命健康，更需要从业者依法依规诚实守信经营，这是从业者应当做到的最基本的准则。不过截至今天下午我们节目刚刚开始的时候，已经过去了 24 小时了，拼多多还没有最新的反馈信息，我们也希望拼多多平台能够足够的重视起来吧。

王哲：嗯，这不光是平台良性运行的一个基础，其实也是人们愿意对于成长中的互联网平台抱以善意的原因，如果说平台对于那些违规行为“睁一只眼闭一只眼”，即便一段时间之内，你可能会收获高额的这种利益呀、利润啊，但是呢也最将会损失自身的核心竞争力啊。

心亮：所以说像拼多多这样的大平台应当带头落实主体责任，加强对于入驻商家合法资质的审核和管理，配合相关部门做好监管工作。

王哲：对，那话说回来，作为我们消费者我们的个体，每一位消费者在网络上购买药物要注意哪些事项？我们怎么去甄别药物的疗效和宣传套路？我们的记者也是采访了专业的药师和药品的主管部门，继续我们来听报道——

播放报道

记者：如何判断药品正规与否，石家庄市第三医院药学部副主任药师尚涛表示：

尚涛：有国药准字号的才是正规的合格药品，合格的药品包括有药品名称、药品厂家、功能主治或者适应症，还有规格、有效期。

记者：记者在拼多多的几家店铺购买了前述报道中的三种药品和一款眼部护理液，依据上面的判断标准，尚涛确定三种药品是正规产品，而眼部护理液则无法给出明确判断。

尚涛：通过药品的成分看，这三种药品呢有一定的这个治疗效果，但是并不一定适用所有的患者，所以建议广大患者呢最好到正规的医疗机构诊断后，在医师和药师的指导下选用合格的药品，保证最大的疗效。

记者：而对于备受大家关注的上述报道中提到的药品宣传问题，河北省药品监督管理局政策法规与行政审批处一级调研员马琳首先表示：

马琳：国药准字呢是药品，它具有治疗作用，而消字号的它仅仅是消毒作用没有治疗作用。

记者：上述眼部护理液明明是一款消字号产品，却使用了“上午用下午好”、“可看一万里”的宣传语。即便其他几种正规药品的宣传也让人瞠目结舌。根据《中华人民共和国广告法》、《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理暂行办法》等相关法律法规的规定，马琳表示：

马琳：药品因为作为一个特殊的商品，它进行的药品广告必须要经过批准才能够发布，而且以国务院药品监督管理部门核准的药品说明书为准，它不能含虚假内容，比如说我这是全国之最啊、国家级，什么最高级、最佳、什么世界第一、做得最好、什么都能治，这种情况在这个广告里头是不能允许的。再

一个比如说有安全性、毒副作用小、天然等等这些在广告词里头也是不允许出现的。

心亮：那如何辨别药品，药品又该如何宣传，听了上面的报道，大家心里边可能也有数了。

大家看，我手上拿的是一张板蓝根药品的正规平面广告，我和王哲给大家展示一下正规药品广告都包含哪些内容，正在收听、收看我们节目的朋友，也可以通过河北交通广播官方微信公众号发送关键词“正规”两个字，通过回弹页面可以看到我手中的这张广告图片。

我们先来看这张图片，它的一个右上角，有一个非常明确的“广告”字样，它下面显示着注明的药品批准文号，并且还有一行警示语，这个警示语说的是：“请仔细阅读说明书，并按说明使用，或在药师指导下购买和使用。”因为这个是非处方药，大家看到这里还有一个“OTC”标志，因为处方药的广告一般是在显著位置标明“本广告仅供医学药学专业人士阅读”。

王哲：另外就是还有一点，大家看心亮手里这张图片的话，关注一点就是处方药呢，它只能在卫健委和药品监督管理部门共同指定的一些医学和药学专业刊物上发表它的广告。

那我们再看这个图片的左下角，它要显著标识有禁忌症和不良反应，那右下角就是广告的批准文号，同时显著标明这个药品它是由哪家药厂生产的。

心亮：对，民以食为天，药以安为先，药品广告关乎对消费者的用药引导，正确的广告才能对消费者安全用药产生积极的影响。

同样是在3月13号召开的《河北省扎实推进消费者权益保护工作新闻发布会》上，河北省市场监督管理局二级巡视员张志杰也说到，今年省市场监管局将全力整治包括药品在内的侵害消费者权益的突出问题——

播放录音

张志杰：聚焦食品药品重点工业产品等领域侵害消费者权益行为，依法查处一批重点案件，处置一批违法行为，曝光一批典型案例。

心亮：小小的一盒药，一头连着商家的诚信，一头连着消费者的信任。在利益的驱使之下，如果网络平台没有意愿和动力去执行严格的规定，那么网络药房的从业者们极容易出现法不责众的一个幻觉，更容易出现大家一起争相踩踏红线，这种情况的产生，这是每一个消费者都不愿意看到的事实。

王哲：对，听完这个案例，我们来看一下听众和网友们的讨论，也是非常热烈的，大家都有话想说——

网友“新能源”，他说：这都不是虚假宣传，夸大宣传了，这根本就是无中生有。

心亮：还有“超长待机”，他是这么说的：他说我觉得老人没准真的会动心上当，反正价格也不高。

王哲：“琪琪妈妈”她说：平台有不可推卸的责任，钱都被你们赚了，不能不把关只赚钱啊。

心亮：还有一位叫“@骑行者”的朋友，他说：太气愤了，什么话都敢说，什么钱都敢赚。

王哲：是，事实证明：市场健康发展，各方都会获利。那网上购药便利和安全，它不是个单选题，如果说一味地追逐利益最大化，不但会损害我们消费者的合法权益，更容易动摇消费者对于网购药物的消费信心。

心亮：我们寄希望于各大电商平台自查自纠严加管理的同时，当然也期待着政策给力、监管有力，让人们在网购平台上能够享受到一个更好的购药服务。

特别策划片花

王哲：欢迎各位继续来收听和收看河北交通广播 3·15 特别节目《网购，呼唤诚信营销》，我是主持人王哲。

心亮：各位好，我是心亮。

王哲：在我们今天的这个节目当中，我们为大家就揭开了京东平台和拼多多平台关于药品销售环节存在的各种各样的问题，不过随着互联网的普及和推广，网络购物不仅仅局限于这些传统的电商平台，还包括日益火爆的短视频平台。

心亮：短视频电商平台消费数据的高速增长，是当前消费市场一个非常显著的趋势了，边看视频边下单，已经融入到了消费者的生活理念当中，可随之而来的问题则更为的棘手。

王哲：对，最近有很多人都留意到，短视频平台上刮起了一股售卖大流量卡的热潮，每个月只需要几块钱，你就能买到几百甚至上千个 G 的流量，缓解消费者的流量焦虑，但是事实真的如此吗？我们来听特报团记者的报道——

播放报道

记者：今年 1 月，石家庄市市民甄女士在快手平台看到这样一条短视频——

短视频：就是这张超大流量卡，月租仅需 9 元，套餐是长期不变的，不管你是上网、追剧、打游戏、刷视频，还是看直播，都是不延迟也不卡顿的。网速快、信号强，套餐真实，可以查询，点击下方视频链接就能领啦。

记者：每月9元就可以得到300G的流量，而且免费领取，甄女士觉得挺合适，便按照链接提示进行了领卡实名登记，并选到了一个自己心仪的160号段的号码。可收到手机卡后，甄女士发现使用起来没有那么简单。

甄女士：就是按照他们的提示先激活，激活的时候充了100块钱，然后在选月租的过程中又充了9块钱，这一共充了109。

记者：甄女士向记者出示了与手机卡商家的聊天记录，商家要求甄女士先充值100元，参加充100送160元的活动，这260元以优惠券的形式返还给甄女士，每个月只能使用一张，而快手短视频中宣传的每月仅需9元，是在使用了优惠券的前提下才能实现。

甄女士：月租29，我领的时候他说9元，月租长期9元，实际开通了它不是9元，它是有20块钱的优惠券，再加上另外充值9元，260的优惠券有两个20的，其余都是10块的，就是我第三个月我就得充19了，这个跟宣传的不符。

记者：考虑到卡已经收到，而且这个号码自己确实比较喜欢，甄女士就按照对方的要求进行了充值激活，但在一系列操作后，甄女士发现这张卡根本不能用。

甄女士：把卡装到手机里边，手机没有信号，所以这张卡是不能用的。

记者：发现卡不能使用，甄女士将问题反馈给了快手平台。

甄女士：快手说我在领的过程中没有任何记录，快手平台上他们也给处理不了。

记者：甄女士就此问题多次致电快手平台后，得到这样的回复——

快手平台：预计会在5个工作日之内，会有高级官同事通过电话或者私信的方式给您回复。

记者：随后，甄女士接到了山东菏泽电商园区一位工作人员的电话，对方自称是此事件的调解员。在电话中，这名调解员表示，甄女士的这张卡确实有问题。

甄女士：技术部分从后台检测出来这个卡有安全风险，直接就被运营商那边给注销了，就不能使用了。他是这样说的，你这个卡现在是不能使用的，就是再换一张卡可以，换个其他的号。

记者：甄女士表示，自己就是想要这个手机号码，如果换号那就不用了，于是她向商家提出了退款。

甄女士：开通了不能用，所以我要求退款，我要求退款的时候，商家客服说要扣除我的月租 29，然后还有快递费。

记者：商家发来的退款确认书中，把退款原因归为：因其他原因不能继续使用，而非未能激活。责任推到了消费者一方，所以要求甄女士承担一部分费用，这令她无法接受。自费套路多，激活不顺利，退卡又遭遇推卸责任，强行扣费，这些情况不免让甄女士心存疑惑：这张卡到底是不是正规的电话卡？于是，甄女士致电该运营商客服进行了查询，对方答复：查无此号。

那这张在短视频中宣传为某运营商，同时卡面也印有该运营商 LOGO 的电话卡，到底是哪儿来的，记者联系到了销售方：山东菏泽宝瑞网络信息部，工作人员给出这样的回复：

销售方工作人员：咱这个是正规的卡，正规的卡，流量都正规的流量，也不是直接和移动或者联通那边对接的嘛，因为咱们也是通过中间走了几个渠道之后到咱们这边的。

记者：记者就甄女士遇到的问题向该运营商进行了咨询，得到的回复是甄女士所购号码并非该运营商的再售号码，建议甄女士通过购买平台进行维权。

公司法务部门也会同步开展维权工作，杜绝借助该公司名义开展违法销售活动。天上不会掉馅饼，商品的销售渠道不同，价格确实会有所差异，但高低不会超出合理的范围，大便宜背后往往存在大问题，消费者还是要谨慎对待。

王哲：这张小小的流量卡也是道出了甄女士网购的心酸啊，但是道不尽的是什么，就是这张卡背后的真相到底是什么？

心亮：因为记者在调查过程当中还发现，短视频直播间里面售卖的这些流量卡，多以“免费抢购”、“1 分钱购买”等方式在线下单，而等到收到卡之后呢，则会面临着一系列的问题。

王哲：对，你比如说激活你需要激活费，用卡你需要再购买优惠券，注册之后还不能更换设备，电话卡会变成物联卡，通用流量它会变成定向流量等等，这一系列的问题，也会让我们不得不怀疑，它这个大的流量卡是不是就成了无底洞的一个套餐卡？

心亮：没错，你看有位朋友“妍妍”说了，她说：我们家就买过这个卡，对方让我充值，我立马就拒收了。

刚才场外导播告知我们，线上有一位刘先生打来电话，说他遇到过类似的情况，我们赶紧把刘先生的电话连到直播间——刘先生，您好！

刘先生：就是我那个小区里安不了那个网线，安不了网线了，我就说想着把这个手机上这个移动数据增加一点，快手上说那个什么什么 9 块钱多少 G，十几块钱多少个 G，网上那个吧，咱有时候相信也不相信，你说不相信吧，有时候也相信。我也就纳闷这个事，他是不是招摇撞骗了，如果他要是招摇撞骗了，他就是大天白日地明打实砍地就在网络平台上就这么发起，平台监管呢？不可能说是看不见吧，对不对？他也能看见，为嘛他就不管呢，要不我就问那个，

就这个问题我就纳闷了，我就上了火了，平台主管干嘛了，他不可能看不到吧，我就说这个意思呢，没别的意思。

王哲：好嘞，好嘞，纳闷了，上火了，这也是我们大家跟他同样的感受。

心亮：没错，那么消费者在选择所谓流量卡的时候，需要注意哪些问题，有哪些坑需要避开呢？我们继续来连线河北省市场监督管理局消费者权益保护处的副处长王志，针对这个问题呢，我们来继续连线王处长——王处长，您好！

王志处长：主持人好！针对节目中所说的这种大流量卡呀，我想给消费者提这么几点建议：一、一般是月租在 20 元以下的这种流量卡，就很有可能是挂羊头卖狗肉，就比如说，我之前也买过这种 9 元 65G 通用流量，APP 上显示套餐是 39。通过充值返还活动话费计算之后是 9 块，但实际在使用过程中，这个计费是超过 9 元的，所以大家在选择流量卡的时候，一定要进入详情页仔细查看，越是便宜的资费越可能上当。

二、不建议在直播平台上购买，这种出了问题维权难度太大，也许你拿到了货不对版的流量卡之后，对方就已经注销账号跑路了，维权难度非常高。只有通过正规渠道购买，这个又是免费办理的，而且还不需要花钱买。

三、这个激活时一定要警惕，不要通过第三方公众号或者短信链接激活 SIM 卡，注意保护好自己的身份各种信息，避免泄露自己的隐私，一般情况通过移动、联通、电信的官方渠道，或者京东、EMS、顺丰快递员激活，这个是需要快递员激活的流量卡，他们是运营商和快递公司签了合作协议，委托邮递送卡时办理激活号码，快递员的激活机器是运营商统一配发的，这种情况下一般是没有问题的，如果在激活时有不正常操作，可以终止激活，直接退回。

四、激活后，通过运营商 APP 验证实际流量余额、资费情况，与宣传是否匹配，也可以留意一下流量消耗情况，看看有没有偷跑、虚标的问题，如果没有以上情况，就可以安全使用了。

第五、遇到企业违法违规行为，可以拨打 12315 进行投诉举报，我们市场监督管理部门将竭诚为消费者服务。

好的，主持人。

心亮：好的，感谢王处长的解答，谢谢！

王哲：谢谢！最近这些年吧，这些短视频平台的持续发力，主播带货也成了风口，但是随之而来的带货现象也是日益突显，像什么 0 元下单啊、低价售货啊、夸大宣传、虚假宣传，真是让我们觉得带货的时候很没有尺度啊。

心亮：对，相比于已经被披上了美丽的外衣，短视频平台上的主播职业素质参差不齐，一些不良商家更以人海战术，搭建多个直播间，用低廉的成本在网上招摇撞骗，企图打一枪换一个地方，用这种方式跟消费者躲猫猫。这些现象不仅扰乱了直播市场，还给消费者带来了直接的经济损失，同时让网络消费空间出现的监管漏洞越来越大了。

王哲：对，在此我们也是强烈呼吁，提升电商平台参与社会治理能力，促进数字经济的健康发展。而随着这个监管力度的加大，我们也有理由相信，网络消费也会朝着更加有序及良性的方向迎来更大的发展，也希望能够在更大程度上利民、便民、惠民，与实体经济一道来激发更大的消费活力。

心亮：对，你看话说到这儿，刚才我们场外导播又提示我们了。

王哲：是的。

心亮：说在京东平台上购药的赵先生打来了反馈电话，就是我们节目当中第一个录音报道的线索人，反馈了一个最新情况，我们来接进赵先生的电话——您好，赵先生。

赵先生：他的意思就是说，可以满足我提出的索赔要求，就是希望我不再进行投诉了。按照那个消费者权益保护法，最低不能低于 500 的赔偿，他们同意，之前也打过，但是之前的态度比较强硬，就是说他们商家没有责任，这一次显然就是服软了吧。因为他们也知道 992 介入了，他们也害怕这个事态进一步扩大，然后同意了我的合理诉求。就是我经常听《特报团》，比较信任这个节目，所以说我就把这个最后的希望放到了 992 维权方面，其实效果还是不错的！正是因为你们媒体介入，他们心虚了，所以说达成妥协吧，这更能说明他们的心虚，对吧，就是这个案例，他确实比较经典，使很多人已经上当受骗了。

王哲：500 块钱刚刚提到了，有这个赔偿，也是一个好消息呢，不过赵先生他刚才跟我们说到的这个一句话，就是京东平台相关工作人员还是希望赵先生不要再通过媒体、消协继续来追究这个事，但是早知如此何必当初，对吧？！如果不再追究的话，其实特别简单，那就是你平台你尽到了自己的监管义务。当然，我们这句话也不仅仅是说给京东的，还有众多的网购平台。

心亮：对，还有一个好消息，甄女士也收到了快手平台的反馈，就是购买电话卡的这位甄女士，退款也已经顺利到账了，整个过程当中受到的损失平台都给她补偿了。快手看似是损失了甄女士手上的一张流量卡的费用，但是只有你拿出了解决问题的诚意和态度，才会收获更多消费者的流量。

王哲：对，节目结束之前，好消息不断，我们希望得到是什么呢——不再有我们的介入，消费者也能够明明白白消费，踏踏实实来享用，其实这才是真正的好消息。

那3月呢作为我们节目的消费者权益保护月，已经陆续进行了家装、汽车版块的消费维权，那今天我们在节目当中，重点关注的是网络消费，之后接下来的节目，我们还将聚焦食品安全及物流快递等行业，我们也请大家继续关注收听和收看。

心亮：对，今天节目大家的参与互动的热情特别高涨，很多朋友都发来了留言，比如有朋友就说到了，说：同事也买过流量卡，从山东淄博这边发过来的，真的是很坑。

王哲：对，“海”他说：对于药物一定要遵循医嘱，且不可滥用，他是真敢卖呀，可你就是不买，这才是每个人应有的认知。

心亮：对，还有人说：我就买过一张流量卡，没用一个月就没有网了，那就是吃亏上当了。

王哲：好，更多的评论，大家也可以持续关注收听我们接下来的节目，那么在后续几天当中，继续有关于消费维权的专题。那今天的节目到这儿就结束了，感谢听众和网友的关注和参与，也感谢河北省市场监督管理局给予的大力支持，下次节目我们再会。

心亮：明天再见。