为化解老年人消费痛点支招

□本报记者 博雅/文 王巍/图

本周六是一年一度的重阳节，也是法定的“老人节”“敬老节”，关于老年人消费生活的话题再次引发广泛关注。对于许多老年人来说，都希望充分利用退休和子女成人后的闲暇时间，更好地享受生活的乐趣。然而，老年消费的痛点却总是困扰着他们。那么，怎样才能防止这些问题的发生呢？昨天，来自北京阳光消费大数据技术研究院和消费者网联合发布的《老年消费维权舆情大数据报告》显示，今年老年消费维权的热点舆情问题主要集中在投资理财、医疗保健、旅游出行、养老生活等消费领域。同时，有关业内人士也为老年人健康消费进行了支招儿,引导老年消费者更加科学、合理、放心的消费环境。

痛点1：电话诈骗让老年人屡“中枪”

近年来，各种针对老年人的骗局不断翻新，导致不少老年人屡屡“中枪”。特别是一些电话、短信类犯罪的作案手法层出不穷，时而冒充邮政、社保，时而冒充运营商客服和公检法人员。有的以老年人身份证被盗用涉案等理由，骗取老年人的信任后开始要钱；有的以“享受国家老龄补贴”、药品折扣为借口，对一些退休在家、体弱多病的老年人实施电话诈骗。究其原因，是大量就诊信息、社会关系信息、账户信息、网络行为信息等公民个人信息的泄露，给不法分子有机可乘。

支招：不法分子之所以能够屡屡得手，主要是利用了部分老年人独自居住、没有人商量以及贪图小便宜等弱点。因此，老年人遇事要提高警惕，保持冷静，多和家人及时沟通。

痛点2：高收益骗局呈“爬坡式增加”

很多老年骗局都是以高收益忽悠老年人。比如，借款给付高息的“保本借款”式高息理财；即将上市可成倍获益的“原始股”，承诺回报高息，先行返息……针对老年投资者急于投资且投资经验不足，以及盲目追求高利率的心理，不法分子以各种投资理财名目，大肆进行非法集资、非法经营等犯罪活动，此类舆情信息一直呈“爬坡式增加”之势。

支招：投资是件高风险的事情，年利润超过10%就属于高风险事物，尤其坚决不要相信任何所谓返利的模式，最后往往会是一个圈套。

痛点3：不合理低价游“新瓶装老酒”

尽管《旅行社老年旅游服务规范》明确规定,旅游产品不宜再安排自费项目。但在各大旅行社推出的老年游产品中，能够落实《规范》要求、真正具有老年特色、符合老年旅游需求的并不多,大多还是“新瓶装老酒”,只是在普通旅游产品贴上老年游的新标签。还有部分不法商家甚至打着“免费游”的名义,组织面向老年消费者的旅游项目，实际上是部分保健品等商家抓住老年消费者的心理特点,精心组织、逐步诱导的推销保健品等购物圈套。

支招：“一分钱一分货”是消费市场的基本原则，不要轻信街头、社区、朋友圈里的旅游小广告，要从旅行社资质、消费者评价等方面比较，低价游背后一定是强制高消费。

痛点4：环环相扣的“以房养老”

在“以房养老”骗局中，行骗者从未承诺在给付期给老人长期持续性给付，相反只是承诺了基于房产抵押借款的短期理财收益。所以，名为“以房养老”的骗局，其实是双重骗局的叠加。第一重，是说服老人押房借款，再用借款委托他人理财，这其中已存在很大的交易风险，因为现实中并不能保证投资理财的收益，一定会高于借款的利息收入，谁也无法保证老人能从所谓的“理财受托人”手上拿回用于理财的本金。第二重，则是让老人签订委托合同，将出售、过户房产的代理权授予他人，这使得老人的房产完全可以由别人操作交易。即使没有第一重骗局，老人的房产也可能随时易主。

支招：“以房养老”骗局充分利用了老年人缺乏法律意识的弱点，通过提前设计好的各类法律文书，以及一系列经过精心策划的操作手法，最终导致老年人房子被变卖和过户。

痛点5：“免费促销陷阱”多有礼品

免费促销陷阱恐怕是大家最熟悉不过的了。不少卖家打着“免费领取小礼品”、“买保健品免费旅游”、“健康讲座送免费大礼”、“免费义诊”的幌子，以小恩小惠为诱饵，高价推销保健品，并把保健品吹嘘成药品，甚至吹嘘成包治百病的药，欺骗老年消费者。

支招：要擦亮眼睛，不要轻信打着免费诊断、免费普查、免费讲座等幌子推销保健品的各种活动。

痛点6：“坑老”会销

“会议营销”由于进入门槛低、现金流动快而受到许多商家青睐。有的批号造假、含量造假；有的虽有批号，但销售员大搞虚假宣传。这种销售乱象给老人带来的不仅是金钱方面的损失，更有心理上的创伤。据3·15晚会报道，青岛一位老人购买了十几万元保健品，因为说好赠送的旅游项目没兑现，老人发现被骗，最终跳海，舆论哗然。当前保健品虚假宣传和欺诈问题仍十分突出，老百姓深恶痛绝。“坑老”会销保健品之所以泛滥，一个重要的原因是执法难、取证难。

支招：这些保健品的营销活动多藏身于分散的小区，营销员在宣传时，通常只做口头承诺，不提供书面材料，给监管取证带来很大难度。

痛点7：“神医广告”接连不断

一些不法商家以“访谈、座谈会”等形式为幌子,邀请一些“明星”,比如今年被媒体曝光的“广告神医”刘洪滨由于以不同专家身份出现在多家省市级电视台的“健康节目”中,推销的不同名称、功效的药品被揭穿,被网友称为“虚假药品广告表演艺术家”。继刘洪滨之后,媒体调查发现,还有李炽明、王志金、高振宗三位“神医”也经常出现在电视荧屏“养生节目”中。

支招：这些所谓的“老专家”同刘洪滨一样，要么名字随时有变化，要么推销的产品五花八门，看节目要小心。

痛点8：不安全的“老年代步车”

舆情数据显示，所谓“老年代步车”实质为摩托车或者电动三轮车的非法改装车，机件性能及安全防护性能低，易引发道路交通事故。今年3月，南京仙林地区发生过的一起此类交通事故，“老年代步车”驾驶员付出了生命的代价。值得关注的是，经司法部门鉴定，该车最终被认定为“机动车”。随后，媒体先后就老年代步车的安全和野蛮生长问题发声。舆论认为，市场上大多“老年代步车”危害非常严重，除了自身存在安全隐患，还存在影响正常交通管理秩序的行为。

支招：做到不购买、不驾驶、不乘坐“老年代步车”，子女更不要把“老年代步车”当作礼物送给老人。

痛点9：“巧取”的投资收藏有陷阱

2017年以来，媒体相继曝光了一些所谓的拍卖行、收藏品公司利用老年人“巧取”“捡漏”“暴富”的心理,编制各种谎言,诸如到家中回收藏品、购买纪念币享受国家补贴、帮你拍卖等“流水线”运作方式等诱骗老年人上当。有些老年消费者认为投资收藏风险小、升值快。其实，如果投资者缺乏鉴别能力和变现渠道，投资收藏的风险相当大。

支招：老年人在参与投资等行为时一定要谨慎，应该多听取亲人意见，切忌头脑一热盲目跟风。

痛点10：预付卡诚信少退费难

舆情数据显示，老年人对美容院、养生会馆等消费听信商家“做美容、不手术、不痛苦、效果好，如不满意全额退款”，保健按摩可以“有病治病，没病保健”等口头宣传，消费过程中容易被诱骗一次次的为美容、保健按摩项目预付费，而后发现项目太多根本无法享受服务，或是对效果提出质疑，并按照商家当初的承诺向其提出赔偿，而退费难。

支招：目前我国的诚信体系还没有完全建立起来，真正想借助预付费的方式创造企业品牌效应的经营者并不多，相反，多数经营者都比较急于圈钱。而中老年消费者，往往不注重与对方签订合同，一旦出事后，就会因为缺乏证据导致维权难。

建议——老年人更应受到法律的特别保护

对外经济贸易大学消费者保护法研究中心主任苏号朋：中国已经进入老龄化社会，老年人的各项合法权益均应受到法律的保护。早在1996年，我国就制定了《老年人权益保障法》，强调国家和社会应切实采取措施，健全保障老年人权益的各项制度。因此，尊重和维护老年人合法权益是整个社会的责任。与其他消费群体相比，老年人的知识更新能力不足，对外界信息缺乏准确的判断，更容易上当受骗。欧盟将老年人列为“脆弱的消费者”，意思是说，和普通消费者相比，老年人更为脆弱，更应受到法律的特别保护。欧盟的这一做法值得借鉴，从而提高我国老年人消费维权的水平。

北京市消费者协会副会长兼秘书长杨晓军：习近平总书记在党的十九大报告中明确提出，要积极应对人口老龄化，构建养老、孝老、敬老政策体系和社会环境，推进医养结合，加快老龄事业和产业发展。这充分说明党和国家对老年人生活和老龄化产业发展的高度重视。市消协将继续通过组织消费课堂、现场参观等形式开展消费教育活动，为老年消费者提供更多“实用、好用、管用”的消费知识，为全面营造老有所养、老有所依、老有所乐、老有所安的社会环境做出应有贡献。