

说起保健品坑老现象，不少人或许就会想起2019年春晚小品《儿子来了》中的保健品营销套路——真儿子有时不如假儿子。戏中葛优饰演一个保健品销售员，骗了老人钱不说，还险些骗走其家中房本，甚至不惜向潘长江蔡明叫“爸爸妈妈”。“套近乎”这招还挺好使，让老人对骗子比自家人还信任。

而现实生活中，这些场景历历在目。保健品“诈骗坑老”现象也屡见不鲜，不少人会在骗子的推销攻势下掉入陷阱，有的甚至过度迷信保健品功效，不仅让钱财遭受损失，严重者很可能因耽误治疗而丢了性命。那么，保健品营销为何总是盯住老人群体？老人们容易中招，背后有哪些原因？我们又该如何帮助老年人远离这种消费陷阱？记者为此进行了采访。



如何远离保健品“坑老”消费陷阱？

□本报记者 博雅

【现象】

保健品“坑老”流行“连环套”

“最近，老妈总是时不时地拿回一些保健品，起初说是朋友送的，后来因为拿回的越来越多搪塞不过，才告诉说是加入了一个养生活动群，大家集体买的，话语中那种对保健品信任的感觉情不自禁……”市民徐女士说，当她看了老妈的微信群更是担心，群里有组织者每天在群里用各种方式推销保健品，全是对老年人的，有图有文，推销语言非常富有亲和力，让人不动心都难。

无独有偶，家住东城区的龚大爷今年已经86岁，春节前夕在某企业组织的老年人保健宣传活动中购买了17940元保健品，事后感到后悔，多次与企业沟通退款无果，老人无奈到东城区消协寻求帮助。幸运的是，在东城区消协和房山区消协的共同调解处理下，老人顺利退回了钱款。为此，今年大年初一早，老人就给东城区消协投诉部主任赵梦云打去了拜年电话，还表示要亲自去消协探望。

采访中赵梦云表示，随着生活条件的不断提高，老年人已经成为养生、保健品以及理疗仪等保健器械的主要消费群体，老年人对健康养老有能力有需求，但同时也面临着鉴别能力有限，容易上当受骗。根据近年来受理的相关老年人保健品消费投诉案例看，商家主要通过“洗脑式”宣传，向老年消费者推销保健品等各种商品，误导老人一步步掉入消费陷阱。总结来看，当前保健品“坑老”现象主要体现在以下行为中。

表现比较突出的，就像春晚小品《儿子来了》中那样认亲人。很多卖保健品的人大多数是年轻人，或者是说话亲切的女士，面对老人，她们都是阿姨、大爷的叫着，以此来接近老人

博得信任，又在组织的各种活动中不断宣讲还送这送那，看似赔本的买卖，实则是在玩“钓鱼”游戏，这种温柔陷阱让老年人防不胜防，多少都会买些他们推销的用品，金额从几百到几万元不等，不知不觉从简单消费到消费主力。

“而且，现在卖保健品的人都聪明了，不像一开始从货源都是虚假的，现在的保健品消费不惜花时间，大量伪造空壳公司，然后所谓的保健品确实吃起来是安全的，可是功效却达不到宣传那样。”赵梦云介绍说，所以，老年人一旦遇上了保健品陷阱，很难得到合理维权，因为商品都是安全的，价格高低那是市场行为。比如，一款针对老年人的蜂蜜效果和超市里的普通蜂蜜没什么两样，价格却差很多。在老年人选择购买后，对方还会额外赠送一些其他小礼品，让老人们不胜欢喜，总觉得实惠得很。

采访中记者也了解到，其实很多老年人对于保健品是很有很强的防范意识，甚至有不少老人都认为自己是聪明的，骗谁也不可能骗了自己，可最后还是陷了进去。对此，赵梦云表示，就是因为保健品“坑老”套路都是一环接一环，前期的嘘寒问暖多是为了最终的兜售商品。所以，确实还需要社会各个层面都要加强关注和管理。

【原因】

保健品骗人为何盯着老年人

免费享专家义诊，免费领柴米油盐……近年来，这些名目的免费体验店越来越多，在商场超市里、在社区小巷里悄然生长，打着免费的幌子诱骗老年人高价消费。前不久，在中消协发布的“消费维权舆情热点”中，老年保健品成为十大消费维权热点之首。普通的食品、器械、日用品“摇身一变”，具有了神奇的保健功效，让许多老人

不但爽快地掏出腰包，还自愿帮他们打起了广告。那么，老年人为何容易受骗？保健品骗人为何专盯老年人？

采访中，中国消费者权益保护法学研究会副秘书长陈音江分析认为，我国已经进入老龄化社会，老龄化问题已经成为社会治理的一个重要挑战。随着老年人生活条件的不断提升，老年人的消费需求也日益旺盛。但老年消费者作为一个特殊的消费群体，受身体状况、信息局限等因素的制约和影响，在购买商品或接受服务过程中仍然处于明显的弱势地位，其合法权益相对更容易受到损害。究其原因，主要有以下几个方面，第一点现在很多老年人都是自己过日子，孩子们都成家立业忙于生计，没有时间陪伴父母，他们长期孤独寂寞。卖保健品的人利用老人这个心理，帮他们干干活，唠唠家常，突然有人关心他们了，心里高兴，防线一下就没有了，然后不知不觉买了很多保健品。

其次，不少老年人时间富裕，也被商家充分利用。最开始免费赠送，逐渐将老人弄得深信不疑后，开始收费或高价卖商品。比如，开始给参加活动的老人赠送一些毛巾牙刷之类的生活用品，甚至是一些名牌，之后开始兜售各种大件。同时，老人到了一定的年纪以后，就会非常担心自己身体状况，恐惧衰老和病痛，自然容易渴望什么东西能够带来健康，所以容易对保健品感兴趣。

另外就是攀比心理，盲目相信。老人们退休以后，在和左邻右舍、亲戚朋友的相处中，听说子女为他们买了什么保健品效果多好多好，或哪个医生治病高超，自己便没有分析，轻易相信，再经过销售人员的一番洗脑，自己成了铁杆粉丝，然后再介绍更多的亲朋好友来到店里购买，如此反复无形中成了商家的活广告。

采访中陈音江介绍说，比如

去年被媒体曝光的“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，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，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。通过电视购物出售的“药品”，很多都是“吃不好也吃不坏”，所以一般构不成伤害，消费者要求播放此类节目的电视台赔偿时，维权难度也较大。

【支招】

躲避保健品陷阱需 要解决“根源”

据前不久来自北京阳光消费大数据技术研究院监测的数据显示，医疗保健一直是老年消费骗局的重灾区，这种现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。那么，面对行行种种的保健品消费陷阱，又该如何预防？

陈音江表示，“坑老”保健品之所以泛滥，一个重要的原因是执法难、取证难。由于此类营销通常不提供发票收据或者提供无效收据，故意隐瞒真实经营地址，导致出现问题后难以确认被诉对象，从而难以对违法企业进行处罚。在一些骗局里，保健品只是一个道具，被不法分子运用市场化手段，包装成一种貌似公平或合理的交易。因此，除了从源头对保健品加强监管外，还应建立便于查询的保健品信息平台，让消费者可以便捷地看出商家的虚假宣传。

首先需要提醒的是，保健食品具有调节机体的功能，但不是药品，无法治疗疾病。老年消费者应注意防范“价格越贵越好”“保健食品能保人长寿”等误区，尽量在医生的指导下购

买保健品，且不能过量食用。在购买保健品时，除了要认准标志和批准文号外，还要仔细察看包装上厂名、厂址、联系电话、有效期限等，妥善保管购物发票和相关凭证，遇到消费纠纷及时依法维权。

其次，留心一些不良商家以所谓的“专家”讲座、“名医”义诊、免费体验、企业让利等方式，有的甚至打着虚构的国家机构名义进行推销，往往销售一些劣质药品及虚夸功效的保健食品。需要重视的是，感觉身体不适时，应及时前往正规医院检查就诊，以免贻误治疗时机。

此外，老年人可根据自身身体条件加强锻炼，通过饮食补充营养，在选择保健食品时，最好提前与家人商量或咨询医生。同时作为子女，平时一定要多陪伴自己的父母，给父母灌输保健品的相关常识，让老年人不再孤单，让骗子没有机会行骗。尤其要远离那些打着温情牌送礼物的讲座，这些讲座一般都是套用老年人的资料鼓励老年人购买他们的保健品，并且夸大保健品的功效。

“其实，事后的查处远不如事前的防范重要。”陈音江说，为提高老年消费者的自我保护能力，此前由北京市消协举办的“老年消费教育进社区”活动就是一个很好的方式。在老年消费问题的处理上，我们看到的最经典“程序”往往是这样的：消费者投诉+媒体曝光+网络热议+部门查处。这样的“程序”，固然也能推进问题的解决，但不能总是有人被骗了，才去查处。那么，如何改变这种尴尬的现状？北京市消协这种事先教育的办法就非常好。“老年消费教育进社区”不仅是保护老年消费者合法权益的现实需要，也是积极回应社会期待和利益诉求的有效措施。只有让老年人掌握了充分的消费知识，他们才能在消费过程中识破消费陷阱，从根源上减少被骗事件的发生。