

老年人防骗能力低、维权意识弱,不法商家盯牢了他们的钱包。本报记者展开调查——

老年人保健消费“陷阱”有多少?

见习记者 王文佳 范洁

中国老龄化社会提前到来,“银发经济”日益旺盛,一些不法商家利用老年人防骗能力低、维权意识弱的特点,对他们频频下手。近日,号称能治百病的“拍打拉筋自愈法”受到了社会各方的质疑,再次引发人们对老年保健消费的关注:为何老人频遭欺诈?商家常见的营销手段有哪些?监管问题又出在哪里?

江湖郎中? 小心上当

“癌症,不用做化疗,拍一拍就能治好!”据《新京报》报道,萧宏慈打着“医行天下”的旗号,通过先提供免费博客、视频教学,继而贩卖所需器械、组织体验班等形式敛财,2011年仅办班一项的收益就达940万元。记者发现,“花钱买健康”的大多是老年人,1000元买把拉筋凳,6000元参加一次体验营,上海网友“亚君”对此拉筋法的“神效”深信不疑,还积极组织线下活动:“能治好病,这钱花得安心,花得值。”

假借行医、保健之名骗取老年人钱财的并不止萧宏慈一个,随着我国提前进入老龄化社会,不少商家开始把目光转向“银发经济”。根据中国消费者协会去年发布的《2011年老年消费者权益保护现状调查报告》,食品、医疗和营养保健已成为老年人日常消费支出最多的3个方面。统计数据显示,目前全国年均2000亿元的保健品销售额中,老年人消费超过一半。

然而,记者从上海市消费者权益保护委员会了解到,近年来,老年人保健品投诉日益增多,违法商家的骗术更是花样翻新、变本加厉,令许多老年人难以防范。

专业知识和维权意识的缺乏,在一定程度上影响了他们甄别真伪的能力,加上对高科技和新鲜事物接受和理解程度都较低,让老年人很容易相信所谓的“专家说法”,也容易被“高科技”的伪装所迷惑。即使后期发现自己受骗,由于监管混乱、取证困难,也经常陷入追责无门、投诉无果的困境。

免费体验? 切勿轻信

“免费测血压,体验理疗仪,不收钱,试试看。”昨天早上8时,在漕宝路绿康农贸市场的一个摊位,几名二十出头的年轻人招呼着经过的老人们。不一会儿,5平方米左右的摊位里已经挤满了十多位老人。包括血压仪、电疗笔、理疗仪在内的四五台仪器在桌上依次排开。

体验者中有第一次进来的,也有几乎每天都来的,王女士就是这里的常客,买完菜顺道来这里免费休息一下已经成了她每天必做的功课:“有用的,我以前查出脑血管堵塞,用了两年多,现在药也不吃了,我自己家里也买了一台。”对这里种类繁多的所谓医疗器械,王女士如数家珍,体验着数码理疗仪的她还不忘向旁边的人介绍:“这个是清理体内垃圾的,这个是减肥美容的。”

尽管每台仪器名称不同,但治疗范围都神通广大——“哪疼用哪”,比如数码理疗仪能治风湿性关节炎、腰椎综合征、视力模糊、鼻炎等众多病症。卖类似仪器的也不只这一家,仅该农贸市场内就至少有四个摊位。有些店员还介绍他们的仪器是品牌连锁,上海很多个区都有体验点。

记者走访发现,大多数售卖仪器的店铺可以提供产品合格证书和经营许可证,但却没有权威机构对产品功效的宣传进行鉴定



新民图表 制图 戴佳嘉

【焦点关注】

医生称:所有的中药保健都因人而异

除了医疗仪器,不少商家还会打着营养保健的招牌售卖“祖传配方”或其他保健产品。岳阳医院老年科主任医师陈咸川提醒消费者,遇到这样的情况一定要谨慎,因为所有中药都应该根据个人的体质辨证施治。不管是单味还是复方的中草药,疗效均是因人

而异,对部分人的病症有治疗效果,但对另一些人可能毫无帮助甚至产生副作用。

陈咸川表示,若一种药的宣传上写着包治百病或者适合所有人吃,那么这家店基本是不能相信的。老年人要进行养生调理还是应该到正规医院,医生会根据其身体的实际

情况推荐适合的保健品或中药配方。特别是中药保健品切忌乱用,即使是高档补品也不是人人都能吃,她曾经就接诊过吃鹿茸鼻腔出血或因为食用野山参出现胸闷、头晕、呕吐等症病人。

陈医师建议老年人食用补品之前也应该先经过专业医生的认可,否则可能适得其反,甚至造成难以逆转的严重后果。

【焦点链接】

一半以上老人相信保健品对疾病有疗效

按照卫生部发布的《保健食品管理办法》,保健食品是指“适宜于特定人群食用,具有调节机体功能,不以治疗疾病为目的的食品。”第二十三条明确指出,“保健食品的标签、说明书和广告内容必须真实,符合其产品质量要求,不得有暗示可使疾病痊愈的宣传。”

保健品不是药品,因此对疾病没有治疗功效。然而,一些老年人对保健品的认识并不清晰,很容易相信保健品的所谓疗效宣传。《2011年老年消费者权益保护现状调查报告》显示,5.1%的老年人认为保健品可以治病,同时有47.1%的老年人认为保健品对疾病有辅助治疗作用,仅有47.8%的老年人

认为保健品不能治病。

上海市消费者权益保护委员会建议,老年人购买保健食品时应认清保健食品标识,即俗称的“蓝帽子”。同时,老年人要熟知自己的身体情况,并且留意产品的适宜人群与不适宜人群,按需要购买,而不是盲目盲从。此外,购买时数量不宜过大,通常以三个月的量来体验已绰绰有余,千万不能把保健品当作药来服用,一旦出现状况,应及时就医。

和审核。老年人对伪科学的识别能力较低,加上店内一些常客又往往有意或不自觉地扮演了“托儿”的角色,虽然仪器价格不菲,动辄上万元,但在健康的幌子下,很多生活拮据的老年人也忍不住打开钱包。

亲情攻势, 拉动消费

为了吸引更多目标群体,许多商家的售卖都是从免费开始,除了免费体验还有免费义诊、免费讲座、免费一日游等多种手段。找一个所谓专家,开一份虚假报告,把病情危害说得严重一点,把产品功效描绘得夸张一点,加上一打折扣促销和礼品赠送,很多老年人就会心动。

《2011年老年消费者权益保护现状调查报告》显示,7.6%的老年人相信免费体验,3.6%老年人相信商家宣讲。有29.2%的老年人参加过商业机构组织的养生保健知识讲座或产品体验;在参加过这些讲座的老年人当中,只有35.7%的老年人没有购买产品。

以免费为噱头将老年顾客拉进来之后,商家就会打出另一张王牌:亲情攻势。缺少社会交流和亲人关爱使得很多老年人渴望亲情,销售人员一口一个“爷爷”“奶奶”“叔叔”“伯伯”,服务体贴入微,照顾细致周到,给不

少老人特别是空巢老人提供了精神慰藉。有时候虽然对所卖产品将信将疑,但经不住销售员的游说,也就半推半就地买下来了。

上海市老龄办和上海市统计局公布的统计数据显示,截至2011年12月31日,上海市60岁及以上老年人口347.76万人,占户籍总人口的24.5%,空巢老人超过百万。商家正是看上了这一巨大的消费市场,找准老年人的心理弱点进行攻破。

此外,一些商家还擅长把消费者发展为他们的宣传员,鼓励老年人发动身边的人加入体验。推荐人会因此获得一些表扬或物质鼓励,享受成就感,被带进来的人经过朋友介绍,也就对商家多了一份好感,这样形成“良性循环”,促进更多消费。

监管漏洞, 奸商得利

防范意识不强,辨别能力较低使老年人容易上当。但监管不力、违法成本低、公共服务缺失、老人精神空虚得不到慰藉才是问题的根本。

从立法层面来看,酝酿中的《保健食品监督管理条例》至今仍未出台。我国的保健食品、保健用品等都缺乏明确的行业标准和行业规范。从监管层面来看,目前保健品市场实

行的是“谁发证谁监管”,质量问题要找卫生部门投诉,广告问题需向工商部门举报,冒用批准文号问题则由食品药品监管部门负责。多个部门联合监管,造成覆盖不全留有监管空白的局面,有时甚至成为部门间互相推诿的理由,给了不法商家可乘之机。

记者从上海市消费者权益保护委员会了解到,在推销过程中,商家对于产品的疗效多以口头承诺形式为主,很少有老年人会记录和留下证据,难以进行涉及商家虚假宣传和误导消费的维权。同时,很多保健品销售采取“多买优惠”的营销策略,老年人常常大量购买保健品,致使退货困难。此外,目前保健食品方面还没有统一的行政法规,致使联合有关部门行使监督权有难度。

上海市老年学学会秘书长孙鹏鏢认为,如何从根本上帮助老年人走出保健消费误区,首先应加大相关公共服务的投入力度,建立街道健康体验馆、老年消费公益热线等公共服务平台;第二,加强宣传,向老年人揭露常见骗术,普及维权方法;第三,政府加强对老年消费市场的监管,严惩虚假宣传、制售假冒伪劣产品的违法行为;另外,可以借鉴现在商家的营销技巧,打造一些高质量、高参与度的社区讲座,培养老年人的科学消费观念。