

# 新民晚报

飞入寻常百姓家 / www.xinmin.cn

国内统一连续出版物号 CN 31-0003 第 18520 期 文汇新民联合报业集团出版 文新传媒 www.news365.com.cn

2012年11月 2 日 星期五 今日52版  
农历壬辰年九月十九 A叠新闻 / B叠专副刊



今天:多云,最低13°C(昨天最高18.2°C)  
明天:多云转阵雨,最高20°C,最低15°C



■ 十八大新闻中心正式开始对外接待服务

图 CFP

## 十八大新闻中心昨启用

境外报名采访记者较十七大有大幅上升

据新华社北京11月1日电(记者 何宗渝 华春雨)中国共产党第十八次全国代表大会新闻中心1日正式启用。十八大新闻中心主任、中国记协党组书记翟惠生说,报名采访十八大的境外记者人数较十七大有较大幅度增长,由于报名尚未截止,报名的境外记者人数还在呈上升趋势。

十八大新闻中心设在北京西长安街北侧梅地亚中心,分为新闻发布厅、外国记者接待处、港澳台记者接待处、境内记者接待处、采访接待室、网络服务室、图片服务室、通信服务室和广播电视服务室等功能区,承担为记者核发证件、受理采访申请、安排记者参加大会采访活动等职能。

十八大新闻中心还开设了网站(http://www.cpcnews.cn),供记者查询大会有关资料及信息;免费提供新华社报道十八大的实时新闻图片;提供中央人民广播电台、中国国际广播电台和中央电视台的广播和电视信号接收、传输服务;免费提供宽带上网和多种图书资料服务;提供手机、传真、公用电话等服务。

翟惠生表示,新闻中心是十八大的“窗口”,工作人员将努力为记者提供新闻采访、编发稿件等方面的专业化、科学化、人性化服务,让新闻中心成为名副其实的“记者之家”。

### 十年之变 喜迎党的十八大特别报道

#### 授人以渔 帮助更多人圆创业梦

上海开业指导专家志愿团理事长彭镇秋讲述申城12年创业变迁

>>>详见 A6 版

#### 深入走转改 喜迎十八大

上海新闻界纪念第13届中国记者节大会昨举行

>>>详见 A2 版·要闻

业内人士自暴骗钱伎俩:以免费体验引客,靠收取押金揽客,借亲情攻势打动老人……专家提醒老年市民保健品市场乱象丛生——

## 天上无馅饼 路上有陷阱

本报讯(记者 曹刚 见习记者 范洁)以“免费体验”作诱饵推销老年保健品,散布街巷的类似体验店,吸引了本市不少老年市民。没啥疗效,却也吃不好身体,就是这样一块“鸡肋”,欺骗了众多老年人的感情,吞噬着他们的一笔笔养老金。

中国消费者协会抽样调查25省市8037名城镇老年消费者后发布的《2011年老年消费者权益保护现状调查报告》显示,受访者中用过营养保健产品的超过三分之二,愿意参加养生保健知识讲座的近60%。而参加过商业机构组织的养生保健知识讲座或产品体验的受访者接近三成,其中购买过产品的,高达64.3%。有24%的人在免费体验后购

买了商家推荐的药品,其中52.5%的人都感觉上当受骗了。

有业内人士自暴了一套惯用伎俩,包括以免费体验吸引老人,靠收取押金固定客源,以亲情攻势打动顾客,靠多办活动增加消费,甚至借用老年协会的名号,让不知情的老年市民落入他们的保健品陷阱。

加强处罚和监管力度,规范老年保健品市场,是解决上述难题的主要手段。与此同时,心理学家也提醒老年市民:要明白“天上不会掉馅饼”这个道理,在遇到各种涉及钱财和消费的问题时,先问问儿女或周围的年轻人,免得上当甚至被骗走一生的积蓄。

>>>详见 A5 版·焦点



微评

在中国神怪小说里,真正的神仙,都静静地呆在天上,无事不下凡。而弄得地上狂风大作、飞沙走石的主,看似神通广大,则非妖即怪。现实生活中,亦如是。真正具有回春妙手的专家、名医,从来不会四处推销,更不会自称“包治百病”。而那些把老年人唬得一愣一愣的“神器”、“神药”,则多半形迹可疑。

有不少老年人,平日里非常节俭,却心甘情愿成千上万地掏钱,去买那些昂贵的器械、保健品。而这些推销者,也真的神通广大,有本事让

### 收了“神通”

江砚

老人觉得“比亲人还亲”。

问题比较复杂:一则,这些玩意儿多半是打了擦边球,未必违规,难以查处;二则,孤独的老人们聚在一起“免费治疗”“免费旅游”,那“比亲人还亲”的氛围,谁来替代?

问题再复杂,也不能袖手旁观。首要的,要让这些个“神器”“神药”收了“神通”,打回原形,不能容许他们如此轻易地大骗其钱。

而他们施展的让老人觉得可亲可信的“神通”,我们做晚辈的、做老年人工作的,倒真是学一学。

### “中国首次载人交会对接航天展”上午在科技馆开幕

## 看飞天神九近在眼前 与航天英雄见面聊天



■ “中国首次载人交会对接航天展”上午在科技馆开幕

本报记者 孙中钦 摄 >>>详见 A10 版·科教卫新闻

围棋泰斗 陈祖德因胰腺癌昨在京逝世

### 精编棋界《血泪篇》 天堂再续“中国流”

>>>详见 A25 版·体育新闻

你有“11·11”网络狂欢,我做“1·1”跨年营销——

### 实体店差异化 应对网购挑战

>>>详见 A2 版·要闻