

免费旅游、送鸡蛋送水盆、"大爷大妈"不离

老年人如何跨过"保健品"这道坎儿

□本报记者 李科学

9月7日上午,80多岁的市民吴立向本报记 者反映,他根据小广告宣传页买了4800元的保 健药品,吃完后感觉无效,而且也找不到商家了。

随着生活水平的提高,老年人越来越注重 养生,不惜重金购买各种保健品以求健康长 寿。然而,保健品销售机构良莠不齐,使用后与 期望效果相去甚远、商家不兑现承诺甚至"人间 蒸发"的情况时有发生……今年以来本报也接 到不少类似投诉,虽负面消息频发,但老年人购 买保健品的热情难以阻止。

虽知无效,仍买上瘾

2020年下半年,家住市区和顺路的吴立在 街上转悠时收到一张广告宣传页,还附带一台 收音机,能收听特定频段购物广播。其中一款 保健品所宣称的效果让他很动心,遂按提示联 系购买。很快,一名男子上门送货并带走了货 款。前段时间保健品吃完,吴立觉得身体并没 有什么显著的变化,而且也找不到对方了,"上 哪儿联系去呢?钱肯定是不给退了。

几年来,吴立不断购买保健品,大多是从各 种不知名的保健品店或电话购买的,断断续续 花了好几万元。孩子一直劝阻无效,现在干脆 也不管了。"我身体不好,家人不同意也要买 呀。"他说,自己买的保健品以提高免疫力为主, "都可贵,随便一买就上千,有时候钱不够了就 欠着点。"

吴立知道上过不少当,但仍说不能全部否 定,"现在吃的保健品就管用,感觉身体挺有劲 儿的。"不过他也一直坚持锻炼,所以到底是哪 方面起的作用也不好说。

像吴立这样的老年人并非个例。今年75岁 的王业刚退休时也曾痴迷其中,买了不少用不 着的东西。花一万多元买的保健胶囊,打开外 包装里面一半是空的;跟特定旅行团外出,1000 多元"五折"买回10瓶能"延年益寿"的蜂蜜胶 囊,效果不明;在推销杂志上看中售价300多元 的保健品,寄来之后包装上找不到生产厂家,瓶 子里只有约四分之一的绿色粉末,没敢吃也无 法退货;号称有"磁疗"效果的茶具和茶叶套装, 茶叶味道难以入口……有一段时间,全国各地 的广告杂志都往王业家寄,三天两头就有保健 品圈子的人给他打电话。听到推销员电话里一 声声殷切的"叔",他就报上家庭住址,等对方送 货上门。家人多方劝阻,生了不少气。无奈,在 王业又一次要跟团"免费旅游"时,家里人把钱 都藏了起来,只给了他两三百元。到外地买产 品时借钱未果,王业回来后冲家人大发雷霆: '一起去的人都掏钱买了,就我因为没钱什么都 没买,太丢人了!"

购物上瘾真的没法治吗?几年前,王业偶 然结识了一位爱打太极拳的朋友,跟着练上了 瘾。渐渐地,他与那帮购买保健品的"朋友"断 了联系。

市民工 女士也深有感触。数年前父亲去世 母亲心里空落落的,被别人忽悠着买了几万元的 "远红外"保健用品及胶囊等。后来母亲又在早 市遇到一名推销员,一口一个"奶奶"叫得特别 甜,搀扶过马路殷勤极了。母亲认为"人家对我 可好",差点又要高价买保健仪器,被王女士及时 制止。前几年,母亲和邻居打起了麻将,从中找 到了乐趣,买保健品的事再也不提了。"现在没事 就是打麻将、下棋,挺锻炼大脑的。邻居说,老太 太虽然80多岁了,但一点不糊涂。"

能够找到其他精神寄托从而放弃购买保健 品的老年人毕竟只是少数,更多人尽管看不到 效果,依然不断地买,有的保健品甚至在家里堆 成了"小山"。



新华社发(资料图片)

监管人员:保健品推销套路多,老年人购物要理性

"保健品市场上,一些无良商 家往往虚假宣传、夸大效果,老年 人则成为受骗群体。"市市场监管 局综合科工作人员孙建峰说,老 年人是弱势群体,普遍存在健康 焦虑心态,希望长寿的想法又非 常强烈。一些不良商贩正是抓住 了这种心理,通过虚假宣传诱使 老年人购买价格虚高、功效未知 的产品。他总结了几种不良商家 针对老年人的宣传"套路"。

第一,商家以赠送鸡蛋、水盆 等的名义吸引老年人听健康讲 座,给老年人"洗脑",最终目的是 推销保健产品或保健器械。

第二,商家大打"亲情"牌,态 度热情,"大爷大妈"不离口,有的 甚至直接喊起了"爸妈",攻破老 年人的心理防线,使他们感动之 际乱了方寸,对商家言听计从。

第三,采取转移场景的推销 方法,名义上带老年人"免费一日 游",实际上是去外地看产品,把 老年人带到外地转一圈再听课, 阻断了老年人和家人正常的沟通 渠道。人都有感恩之心,老年人 享受了免费旅游等,感到不好意 思,再加上现场气氛的烘托,在异 地陌生环境中很容易失去正常思 考能力,"中招"花钱购买产品。 有的老年人回来后还广为宣传推 销,使更多人上当。实际上这只 是不良商家的一种销售策略, 种手段。

此外,将普通营养品夸大为 "可治疗疾病",承诺保证"疗效" 无效退款等虚假宣传的情况也时 有发生。孙建峰提醒老年朋友, 要保持清醒的头脑,理性消费,不 要轻易听信商家宣传或被赠送的

蝇头小利迷惑,也不要被甜言蜜 语冲昏头脑。在自己弄不懂的情 况下,可以向身边有知识的年轻 人、亲人诉说,听取他们的意见, 不要封闭自己,草率决定。

"归根到底,贪图便宜之心不 可有。不要被误导,更不要轻易 跟着他们到外地免费旅游,世上 没有免费的午餐。"孙建峰说,保 健品通常价格高昂,对于价格明 显不符合市场规律的东西要提高 警惕,如果确实想买,可当场要求 商家出示营业执照和《保健品经 营许可证》,看经营人员的身份证 件是否与本人一致,同时注意拍 照留存证据。万一出现问题,需 持证据进行举报,如果属于欺诈 消费者,市场监管部门可进行查 处;涉及金额巨大的,则可以及时 向公安机关报案。

心理专家:老年人要有健康的社交圈

安全感、没有归属感。商家抓住 了这种心理,再加上销售人员的 种种小花招,很多人都会上当。" 平顶山学院医学院副教授、国家 二级心理咨询师刘志平表示。

刘志平说,心理学有一个恐惧 管理理论,人年纪越大越惧怕死 亡,商家正是抓住了这种心理。保 健品作用通常不会立竿见影,商家 宣称不吃就会生理机能下降、免疫 力低下等,诱使老年人购买。

打折、送礼品等则抓住了贪 便宜的心理。商家通过赠送小礼 品的方式把老年人召集到一起,

"老年人有种心理现象:没有 总会有几个冲动的人购买,如果再 含量等关键因素,不再去关注保 找几个人现身说法,其他人更容易 从众。老年人的子女通常忙于事 业,不能及时满足老人的情感需 求,老人易产生孤独感,而推销人 员提供亲情服务,捶背捶腿甚至喊 "爸妈",甜言蜜语让老年人感受到 了"亲情",满足了他们的归属感和 自尊心,就很容易对推销人员产生 信任,甚至言听计从。

此外,保健品通常价格不菲, 但商家利用人们贪便宜的心理赠 送鸡蛋、大米等一些不值钱的小 礼品,成功分散了老年人的注意 力,使他们忽略了保健品的成分、

健品本身是否物有所值

刘志平说,对于热衷于购买 保健品的老年人,子女想"劝退" 非常难,最好由他比较信任的医 生或亲友进行劝说。子女也要换 位思考,理解老年人的心理过程, 慢慢改变他。另外,社交圈子非 常重要,帮助老人找到一个健康 的社交圈子,可以转移注意力,从 而远离保健品陷阱。相关部门、 社区等也可以考虑多给老年人普 及保健知识,提醒他们不要轻信 来历不明的健康讲座及产品推 销,理性对待商家促销活动。