



保健品消费成老人受骗重灾区

专家：子女应多陪伴，让骗子无可乘之机

老太疯狂购买保健品，女儿苦苦相劝却毫无效果；大爷痴迷保健品，自己服用外，还为子女购买保健品……近年来，随着经济飞速发展，越来越多的老年人痴迷保健品，并掉入不法商家设下的保健品骗局。近日，市场星报、安徽财经网(www.ahcaijing.com)记者对此进行了采访，说起家中痴迷保健品的老人，子女们都是大倒苦水。对此专家表示，对于痴迷保健品的老人，子女应多陪伴，让骗子无可乘之机。 ■朱丽云 记者 马冰璐

B 案例：老太狂购保健品，女儿苦劝无果

自从10年前老伴去世后，年近八旬的徐奶奶便一个人生活，两个女儿一有空便去看望她，帮她做做家务。“一开始那几年，我妈精神状态还挺好的，除了在家看看电视、读读报，还喜欢出门散步。”徐奶奶的大女儿吴女士说，可从5年前开始，徐奶奶突然痴迷上了保健品，“每个月3000多元的退休工资被全部用于购买保健品。”

起初，吴女士并未当回事，“可后来，我发现家里的保健品越来越多，多到她根本吃不完。”仔细一

查看，吴女士还发现，其中不少保健品还是三无产品，“我劝她别买了，小心吃坏了身体。”可徐奶奶根本不听劝，仍继续购买。

“我和妹妹苦口婆心，劝了一次又一次，她根本不为所动。”今年年初，被逼无奈之下，吴女士只得搬去跟徐奶奶同住，“贴身‘看管’她，防止她再乱买保健品。”起初，徐奶奶非常排斥女儿对自己的“监管”，“慢慢地她可能觉得，我陪着她，她不孤单了，生活也更有乐趣了，现在她对保健品已经不像以前那么痴迷了。”

A 调查： 保健品消费是 老人受骗重灾区

据悉，去年，北京律维银龄研究与服务中心对北京10000名老年人发起养老服务需求问卷调查，该机构历时3个月完成的调查研究表明，保健品消费和收藏品投资、高额借款、高息理财是老年人被骗的重灾区。

调查显示，在10000名老人中，使用过或正在使用保健品的有6801人，占样本总量的68.01%。在使用保健品的老年人中，保健品由子女购买的有2531人，保健品由自己购买的有2711人，保健品由亲友赠送的有1762人。

从保健品的购买渠道看，通过商场购买的有2304人，通过广告购买的有1751人，通过公司推销购买的有1733人，通过网上购买的有726人。

分析数据可以看出，在商场购买保健品仍是老年人较为喜欢的购买方式，他们希望能够通过商品咨询、导购服务等帮助，在较为自由和真实的购物环境下选购保健品。现在许多保健品企业采用会议、服务、体验等营销形式，使得与之配合的直销也成为老年人选择较多的购买方式之一。

究其原因，在于商家抓住了老年群体渴望得到陪伴、害怕寂寞的心理特点，通过将老人聚集起来，以讲座或娱乐活动的方式向老年人推销保健品能够更大程度上获得老人的青睐。另外，广告对老年人选购保健品影响也不可小觑。

此外，从老年人对待保健品的态度来看，在万名老人中，有1375人认为确有必要，有1853人认为物有所值，有2746人认为价格太高，有1806人认为存在夸大或者虚假宣传，有2395人认为不需要。

大爷痴迷保健品，还为子女购买

“我爸自己服用保健品就算了，居然还为我 and 妹妹买保健品。”说起75岁的老父亲，家住合肥市沁心湖社区的郭先生又好气又好笑，“从两三年前起，我爸开始跟着小区里的老人一起去参加保健品公司的活动。”

起初，郭大爷只是去参加活动，领一些小礼品，“可后来他开始大量购买保健品。”郭先生意识到，

情况有些不对劲，“我和妹妹便开始轮流劝他，告诉他一些保健品骗局。”

可令郭先生哭笑不得的是，他们还没说服父亲，父亲却为他们买来了保健品，“他还跟我们说，让我们也吃吃看，补补身体。”无奈之下，郭先生只得求助一位从事医疗工作的亲戚，“后来在亲戚晓之以理，动之以情的劝说下，我爸终于不再买保健品了。”

C 专家：子女应多陪伴，让骗子无可乘之机

针对一些老人痴迷保健品的现象，国家二级心理咨询师周金妹表示，老人之所以舍得花大把的钱购买保健品，原因有三个。首先是孤独心理作怪：老年人退休在家，社会功能逐渐丧失，听广告讲座正好可以满足老年人的社会心理需求；其次是暗示心理作怪：一般老年人都存在“怕老、怕病和怕死心理”，只要宣传说什么东西对健康有好处，就会不计后果买回来亲自尝试；三是情感缺乏：保健品销售商的情感营销、健康营销、价值营销等正好乘虚而入，让做什么就做什么。

“老年人年纪大，身体难免会有这样那样的毛

病，对死亡的恐惧、对长寿的渴望，导致他们特别相信保健品，认为吃了就包治一切。”周金妹说，对于痴迷保健品的老人，子女一定要多陪伴，“子女应给予老人更多的精神关怀，采用正确的方式劝导老人，比如子女应尊重老人的价值感，让老人感受到子女把他(她)的健康当回事；鼓励老人多培养自己的兴趣爱好，如体育锻炼、书画、唱歌、养花等，充实老人的精神生活，并帮助老人尽量参加社会活动，多走出家门广交益友，多与同龄人进行沟通和交流，让老人感受生活乐趣。”

相关链接：

1. 恐吓实验：

保健品公司邀请老年人参加“名医、教授”的爱养生讲座，这些所谓的“名医、教授”一看到老人就说“你得了某种病”“你体内有癌细胞”之类的话，并借助恐吓实验，让老人上当。

2. “高科技”忽悠：骗子们利用“高科技”，用一个个所谓的事实，诱使老人不得不花钱消费。

3. 奖品吸引：很多骗子公司会组织如免费旅

保健品骗局的套路

游、赠送礼品、免费聚餐、赠送体检这样的小恩小惠吸引老年人，其目的最后都是为了推销高价保健品给老年人。

4. 饥饿营销：骗子经常声称，某种保健品“不是所有人都能买到”“卖完就没有了”，以此刺激老年人购买。

5. 包装成政策：骗子公司把自己的项目包装成“国家政策”，以打消老年人的警惕心。