

线上帮你在直播间“砍价”，线下给予“沉浸式体验”—— 老年人如何避开 保健品营销“温情陷阱”

“我老妈被人忽悠加入团购群，买回来一大堆没用的东西。”“我老爸天天一早就与人结伴去打卡听讲座，说有鸡蛋领取，到后来买了几千元看不懂的保健品。”……

近年来，在城市、乡村的小区周边，出现了一些生活馆、康养馆及线上超市，它们针对老年人开展营销，售卖保健品、生活用品等。这些看似不起眼的店铺，有何本事能让平时不舍得吃用的老年人大把花钱，甚至“沉迷”其中？日前，根据网友在宁波民生e点通群众留言板上的投诉线索，记者展开了调查。

记者 余建文



AI制作

A 暗访:老年人打卡生活馆的“温情课堂”

最近，编号为“8266036”的网友反映，她母亲这段时间经常去江北区丽江东路上一家生活馆听课，听说能免费“吸氧”，还有礼物领，前阵子提出要买一台氢氧机，价格一万五千多元。

“什么机器这么贵？”这位网友感觉母亲被人“洗脑”了，掉进了营销“陷阱”。

10月22日7时许，记者几经周折，找到了网友所说的国际生活馆。生活馆门面仅一人多宽，很不起眼。上到二楼，里面的房间隐隐传出作报告的声音，记者就和几位老人在外间等候，看到墙上挂着很多证书和检测报告。这些老人彼此颇为熟络，见记者是“生面孔”，带着几分怀疑，询问记者从哪里来、怎么知道这里的。

不多会儿，里间的课结束，记者跟着老人走进“教室”入座听课。“教室”约50平方米，摆了几十张椅子，每两张椅子中间放着一台氢氧机，跟咖啡机差不多大。这波听课的人有30多人，老人们都自带吸氧管，记者也讨了根管子，有样学样挂在耳鼻处。接上机器，管子里就“吡吡”冒气。这种机器是一种家用氢氧机，将水电解后，产生氢氧混合气。

稍后，一位自称“小林”的年轻人上台开讲。他带领大家做了一套拍手操，然后播放一则央视新闻，说最近降温了，一些地方已有流行性感冒发生，提醒各位长辈注意保暖，防止生病。之后，小林讲解起常吸氢氧混合气的好处，并在投影上播放钟南山院士有关氢氧混合气的治疗研究。记者仔细听后，发现小林很注意措辞，没有说吸氢氧混合气能治哪些疾病。

接着，小林说，因为有人举报，前一天市场监管部门人员来检查，可里外查了一遍都没问题。“机器零售价25800元，团购价15800元，的确不便宜。但我们资料齐全，做的也是正规宣传，没什么好担心的。”小林说，他们请长辈来免费体验，不强买强卖，不贷款，不买不看长辈自愿。

在小林讲解时，记者用手机录了音，被巡回的工作人员发现

了，被要求删除录音。不过小林很坦然地说，记者要看什么资料，他都可以提供。

一堂体验课时间在40分钟左右。出门时，不少老人拿着卡片，让工作人员盖章。有的老人已盖了近20个章。“盖章达到一定数量，有小礼物送的。”一位大伯对记者说。

记者一堂课听下来，没感觉有什么“出格”的地方，反而感受到了几分小林对长辈的贴心关怀。据了解，该生活馆开办也才三四个月，现在每天开五六堂体验课，日参与老人逾百人。一位大妈说，反正闲着，每天买菜到这里来吸吸氧，至少没坏处。而一位大伯则对氢氧机颇为认可，“这个吸一两次，感觉不到什么。要经常吸，会对健康有好处。”

记者通过网上查询发现，类似的家用氢氧机，市面上有不少品牌在售，每台标价从2000元至30000元，差异巨大。同时，记者还查询到，钟南山院士团队自2014年起开展临床研究证实，在气道狭窄、支气管哮喘、慢阻肺急性加重的辅助治疗上，氢氧混合吸入疗法展现出优于单纯氧疗的效果。不过，钟南山院士在去年10月人民日报健康客户端举办的“氢氧医学，科学应用”专家媒体座谈会上表示，应用氢氧气治疗时需特别注意安全，要选有三类医疗器械资质的氢氧机。而三类医疗器械资质的氢氧机，专为疾病治疗设计，必须通过国家药监局审批，具备医疗认证；气体纯度要求使用医用级氢气，排除工业氢气潜在毒性风险，需要在医生指导下使用。

10月22日，江北区市场监管局跟帖回复：我局执法人员到当事人经营场所进行了检查。经查，当事人经营的氢氧机属于普通电器，非医疗器械，未发现当事人超范围经营的情况。执法人员在当事人营业场所及电脑内未发现有进行虚假宣传的证据，现有证据不足以说明当事人存在违法行为，决定不予立案。经询问，店方负责人表示其产品如购买者不满意，可进行退换，可到店沟通。

B 涉老营销:手段“升级”，取证查处难度大

涉老“食品”“保健品”领域的虚假宣传，甚至涉诈问题，并不是一个新问题，这些年公安、市场监管等部门也开展了专项整治行动。然而，营销机构的手段也在升级，变得更隐蔽，以逃避执法机构的监管。

记者梳理了民生e点通群众留言板上3个月来的投诉帖，其中涉老营销的有6起，包括向老人推销治疗仪、中药材、保健食品等，但对于这些帖子，各地市场监管部门的反馈如出一辙，即现场检查没有发现虚假宣传的证据，无法立案查处，执法人员大多仅对经营者进行教育，督促其依法依规经营。

“在涉老消费领域，出现较多的是虚假宣传，但经营者现在学乖了，不会像早几年那样口无遮拦地夸大疗效，也不会留下有明显问题的宣传资料。”市场监管部门相关人员说，现场检查往往查无实据，这是执法部门眼下面临的一大难题。比如江北区市场监管局，这三年来只立案查处了一起案件：某理疗馆未办营业执照就销售某医用冷敷贴，且宣传能治疗多种疾病。

根据网友投诉的几个点位，记者在海曙、江北“摸”了一圈，发现明面上都看不出什么问题，而且有的“康

家传人”“贴心小张”等人设，先讲养生常识、孝顺故事，建立信任感，再进行产品推荐。加上评论区水军的“互动”，营造出其乐融融的大家庭氛围，让老人沉浸其中。另外，老年人对健康问题是关注的。短视频平台根据算法，会不断给用户推送其感兴趣的內容。利用伪科普视频、动画、专家访谈等形式，包装“颠覆性”产品，再以社群团购方式，形成强烈的从众效应，吸引老年人跟风购买。即使产品有问题，老人也往往碍于情面不愿追究。

线下模式主打“沉浸式体验”，

C 涉老营销“新套路”：披上“数字”与“情怀”外衣

市消保委投诉调解处置部部长龚颖告诉记者，传统的“会销”模式（会议营销）因其手法粗暴、投诉众多而逐渐被部分淘汰，现在营销者们精准地抓住了老年人“触网”比例迅速提高这一趋势，将阵地转向线上，并在线下玩出更精细的花样，演化出一套“线上精准引流+线下深度转化”的组合拳。

线上从“广撒网”到“精准垂钓”。比如直播带货演绎“温情剧场”，在“中药房”“实验室”等场景中，主播扮演“健康营养师”“中医

智慧健康管理中心”“科技体验馆”等，给老年人提供定期检测、产品配送、“专家”一对一咨询等服务，将客户长期绑定。营销员与老年人之间建立起“不是亲人，胜似亲人”的情感连接。还有一种是“旅游+康养”模式：以低价甚至免费旅游为诱饵，将老年人带至远离市区的“康养基地”或度假村，在封闭环境中，通过讲座、活动“洗脑”，最终实现高额销售。宁波曾有一位退休女士，三年前参加了一个到北方的免费旅游团，

变得更加高端和隐蔽。比如开设“智慧健康管理中心”“科技体验馆”等，给老年人提供定期检测、产品配送、“专家”一对一咨询等服务，将客户长期绑定。营销员与老年人之间建立起“不是亲人，胜似亲人”的情感连接。还有一种是“旅游+康养”模式：以低价甚至免费旅游为诱饵，将老年人带至远离市区的“康养基地”或度假村，在封闭环境中，通过讲座、活动“洗脑”，最终实现高额销售。宁波曾有一位退休女士，三年前参加了一个到北方的免费旅游团，

结果每人被诱导买了几千元的所谓“熊胆粉”。前阵子一位大姐发现“熊胆粉”自己挥发“消失”了，找到消保委寻求帮助，一查，这“熊胆粉”竟是“三无”产品，都不知道找谁去索赔。

龚颖说，大多数老年人很关注健康、养生方面的内容，但缺少相关的科学认知，爱贪便宜，因此容易被营销者“精心设计”。现在，营销者能利用数字工具精准触达老人的心理需求和情感软肋，利用更复杂的人设和情感互动建立深度信任，再加上高科技的“外衣”，进一步提升欺骗性。

D 帮老年人识破“温情陷阱”：需各方共同努力

解决涉老“食品”“保健品”的营销乱象，需要家庭、社会与政府部门的共同努力。

龚颖认为，老人热衷于去打卡听讲座，参加群体活动，很重要的一个因素是孤独。因为现在大多数子女与老人是分开居住的，平常联系少，往往等发现老人被“套路”了，为时已晚。因此，从家庭层面来说，子女的关爱是最好的“保健品”。子女应常回家看看，多打电话，倾听父母的诉求，用科学的健康知识武装他们，填补他们的情感空虚。当父母感受到真实的温暖时，对营销“温情”的依赖自然会降低。

从社会层面来说，社区应组织更多丰富多彩、健康有益的文化活

动，为老年人搭建真正的社交平台，转移他们对保健品营销活动的注意力。另外，管理部门也可以进小区多宣讲保健品方面的诈骗案例，增强老人自我防范意识。

在政府层面，监管部门要重拳出击，严厉打击虚假宣传和非法营销，提高违法成本。同时，建立便捷的投诉举报渠道，并联合媒体进行广泛的科普宣传和骗局曝光，提升全民防范意识。某乡镇市场监管部门负责人说：“碰到涉老营销涉诈投诉时，尽管可能查无实据，我们往往会要求经营者退款退货，尽可能把纠纷解决。另一方面，我们也希望知情者多提供证据和线索，协助监管部门‘精准打击’。”

龚颖说，从现实看，很多老年人遇到“沉浸式体验”，往往放下戒心，甚至深陷其中，要做到“不信不买不传播”，很难。保护老年人的购物安全，立法上能否有突破？比如为65岁以上老年人设立“购物后悔权”？

慈溪市民张先生说，他父亲以前也被保健品营销“套路”过，花了上万元冤枉钱，家里还闹矛盾。“我给老爸定了规矩，以后碰上500元

以上的消费，最好打电话问我一一下，或者我帮他买，老爸认可了。”张先生说，这个办法现在看起来效果不错，即便再被骗，也没多少钱，家里也和睦。

老年人的健康与安宁，衡量着一个社会的文明与温度。破解银发消费费的“营销陷阱”，不仅是一场关乎钱包的保卫战，更是一场维系父母晚年幸福与尊严的亲情感守战。

帮助老年人躲开“营销陷阱”，您有什么好点子、好主意吗？欢迎通过以下方式说一说：
1. 拨打热线81850000；
2. 打开甬派App，在下方“民生e点通”版块留言；
3. 微信搜索“nb81850”，关注后直接留言；
4. 打开中国宁波网，登录宁波民生e点通群众留言板。

宁波市优秀家装品牌企业

让装修
更放心！

荣欣装饰

别墅大宅装修专家

全国优秀装饰企业
全国装饰质量诚信企业
省消费者信得过单位
省优秀装饰设计奖企业
市消费者信得过单位
市十大家装品牌企业

全国装饰示范工程企业
全国行业自律诚信发起单位
省装饰行业百强企业
省优秀装饰工程奖企业
市首批放心家装企业
市家装龙头企业

真心·称心·放心 尽在荣欣

地址：海曙区大沙泥街54号中央商座2楼

服务热线：87301188

更环保的
高品质装饰

南鸿装饰



地址：中山路1922号三楼
电话：83031303

别墅/大宅 装修专家

荣欣装饰

连续十届宁波十大家装品牌



地址：大沙泥街54号中央商座2楼
电话：87301188

让每一个选择的家庭
不留遗憾

都都装饰



地址：浙江省宁波市江北区荣悦商业广场
3幢2层2-200-203号
电话：400-600-5508

把装修变简单 让生活更美好



楚邦上易装饰



地址：宁波江北区海川路76号中泰科创园B幢1-2楼
电话：0574-87210816

整体家居 全案设计

鼎天装饰



地址：百丈路158号世纪金贸大厦15楼
电话：87371699 87371629

美好生活 从家开始

中博美家



地址：宁波市江北区中体城南广场2楼
电话：400-100-6168

设计改变生活
细节见证品质

阡陌装饰



地址：鄞州区姜德龙路·号友邦家居广场A馆2F+1
电话：400-007-0488

23年本土装企 装饰幸福家

十杰装饰



地址：宁波高新区凌云路299号外经合作大厦4楼
电话：400-188-2499