

编者按

居民生活水平提高了，相应的保健意识也增强了，营养食品、保健品、医疗器械等各类层出不穷的保健用品，走进了千家万户。瞄准这个潜在的巨大市场，商家使出浑身解数，开展各种花样的促销活动。一种名为“免费体验”的营销模式应运而生。傍着居民小区和菜场开出一家家“体验店”，吸引着很多老年居民前往。这样的免费体验，是“馅饼”还是“陷阱”？我们该如何规范它，又该如何理性对待它？为此记者展开了调查。

# “免费体验”陷阱多，为啥还能这般火？

记者 蒋炜宁

## 盲目“免费体验”暗藏风险

“余姚丈亭菜场路一处地方摆出了电位治疗仪，说是每人每天可免费体验40分钟。去体验的大多是一些不识字的老年居民。去过的老人还与身边人口口相传，说是能包治百病。商家在宣传上说不需要体验者购买，可实际上买的老人不在少数。一台电位治疗仪就要7500元，骗的是老人的棺材本，令人痛心，希望有人能管管。”这是今年初，一位网友在微博上反映的事情。当地市场监管部门接报后，已对此事进行了调查处理。

通过网络搜索，记者发现类似事例在我们身边还为数不少。两年前在北仑柴桥，数十名老人排队等待睡一张宣称能够治疗高血压、高血脂、糖尿病、哮喘和癌症等30余种疾病的玉石床。接到举报后，北仑区市场监管局立即展开调查。当被问及何以证明所售玉石床有治疗多种疾病功效时，店主表示，自己对玉石床实际生产材料和设计构造不甚了解，宣传资料是从互联网下载或从相关书籍上抄来。但是查看其销售记录，该床销售已达52万元之多！而且据了解，所谓的“玉石床”还不属于医疗器械范畴。

那么这类医疗器械“免费体验”到底存在怎样的使用风险呢？为此记者请教了市市场监管局医疗器械处的相关同志。

据介绍，以体验形式销售的医疗器械，一般属于医疗器械分类中的物理治疗及康复设备，如温热治疗仪（床）、高电治疗仪、低频治疗仪、脉冲治疗仪、经络通治疗仪、医用激光仪器设备如各类激光治疗仪等产品。它们的原理大多是通过对人体热作用实现康复治疗的效果。它们的功能主要包括对颈椎病、腰椎病、关节炎、腰肌劳损等疾病的辅助治疗或缓解功能，但使用上也有很多禁忌，比如禁止用于心、肺、肾功能不全、恶性肿瘤、急性或慢性传

查处这些“免费体验店”，从市场监管角度来看，只能一是从产品本身违规，二是从虚假宣传入手。一位基层执法人员告诉记者讲述了一次执法经历。

执法人员在城区某老旧小区旁的一家免费体验店进行检查，发现该店营业执照上经营项目为食品、日用品，他们通过免费发放小礼品的方式，召集近四百名老年女性顾客参加健康讲座，年轻人及男性群众谢绝入内。为了让老人常来，还实行考勤制、分组管理制，组织唱红歌等活动，对参加活动积极的，累积积分赠送礼品。现场发现一种“国日负离子保护腰带”，外包装上印着促进血脉畅通等功效。事实上，该产品仅为普通的日用品。之后另一次检查中，又发现该店一种普通食品过了保质期。执法部门二次立案共处罚该店3万元。

看到现场有数百人聚集在一起，执法人员担心公共安全，便与公安、消防和社区等部门联系，询问如此众多的人员聚集算不算非法集会？是否需要消防审批？为此，公安、消防、社区也去干预了多次，但要取缔它却于法无据。执法人员在几次检查中，走上会场讲台，指出部分产品存在的夸大宣传内容，但会场的一些老人却站起来制止执法人员宣讲：“这些知识我们都懂，我们也不傻。请你下来，不要再讲了！我们在这里开开心心的，我们愿买，他们愿卖，你们不要再管了！”询问现场的老人有无夸大宣传？有无强卖？老人们都说没有。

染病，出血性疾病，还有妊娠期的病人。

这样的医疗器械“免费体验”并非人人适用。一位市级医院的理疗科医生说，任意体验会存在一定的消费健康风险，“体验店”工作人员没有能力鉴别体验者的健康状况，或是在体验中发生不良事件时没能力做出专业判断，这可能就会直接损害体验者的健康，轻则延误诊治，重则加重病情。

在市第六医院骨科门诊里，记者见到一对70来岁的老夫妻。2年前，他们双双检出腰椎间盘突出，因为不愿手术，从免费体验店里花了6万元买了一个理疗仪，但最终还是不得不选择住院开刀治疗。

“一旦发生纠纷，基于‘免费体验店’里大多不保存与消费者健康相关的专业体验记录，消费维权相当困难。”昨天，一位市场监管局基层执法大队队长如是说。

最让人担心的是，按规定诊疗活动事前都要经过严格审批，而体验式销售却规避了这个规定，打起了“擦边球”，给夸大宣传、虚假宣传、消费误导等一些不法行为，打开了方便之门。

保健品和食品的“免费体验”式销售也是如此：打着免费讲座、试用和体验的招牌，赠送一些保健品和膏药，聚集老人参加，最终吸引老人掏钱购买他们的产品。

据市消保委一份调查显示，宁波有近三成老年人参加过商业机构组织的养生保健知识讲座，其中三分之二的人购买了保健品，比例均高于全国平均水平。在参加商业机构健康讲座时，14.8%的老年人会当场购买，另有51.9%的老年人经过推销员多次推荐后购买。当老年人参加免费体验并购买商家推荐药品后，近半老年人感觉受骗！



图为免费体验店陈列着琳琅满目的赠品以吸引老人参加活动、购买产品。（蒋炜宁 摄）

生产方是上海的一家企业，标注的是90年代的健字号保健食品批号，显然属于违法产品。可是老人们听了，还是照买不误。

“虚假宣传的证据没掌握，就难以认定是虚假宣传！这些‘免费体验店’的操作手法也很高明，只有老人

有着这么大的潜在危害，又有这么多老年人后感觉受骗，那为啥“免费体验”还能这般红火？

一位多年从事市场监管执法的业内人士称，这是因为有巨大的市场基础的存在。老年人退休在家，有大把时间又找不到合适的排解寂寞的平台。随着生活节奏加快，分开居住的子女既要忙工作，又要管下一代，没法由子女来填补老人们亲情呵护的需求。这其中相当部分老年人的口袋里有钱，自行支配度又较高，还非常期望能健康养生。

“庞大的慢性病人也为‘免费体验’提供了市场基础。”一位公共卫生专家如是说，仅糖尿病人群及易感人群，全市就有上百万，高血压人群也有近百万。

这些免费体验店不管是卖食品、保健品还是医疗器械，都能切中老人们的痛点及需求，再加上花样翻新的销售手段，让老人趋之若鹜。一份调查表明，参加免费体验的人以60多岁老年人为主，70多岁老年人比例次之。

今年我市两会期间，以黄伟君



图为免费体验店召集老人举行讲座。（蒋炜宁 摄）

## 查处违规销售难度不小

一位从事市场监管多年的工作人员曾对一款保健品进行跟踪暗访，从老人口中得知销售方在宣传时称这一产品特供中央首长服用，国家特批，还是美国高科技产品。而工作人员根据产品上的批号，查实

去才留信息，一对一上门联系。”这位工作人员无奈地说。

去年某区曾对辖区内的老人聚集的“免费体验店”做了调查，发现一共有16家，以推销食品、保健品和医疗器械为主，还有少量推销旅

游产品和金融服务的，其中宣传与销售分离的就有9家。这些还只是属于违法产品。可是老人们听了，还是照买不误。 “虚假宣传的证据没掌握，就难以认定是虚假宣传！这些‘免费体验店’的操作手法也很高明，只有老人

## 利用“亲情陪护”诱老人入套

代表领衔的一份建议中就对食品、保健品“免费体验”有着生动的描述——“有奖会议”是鱼饵，免费看电影、看戏是幌子，吸引附近小区、村庄的中老年人前来集会；借“赠药”推销产品，借医疗机构、国家机关、专家和消费者的名义或形象做证明，诱导老人掏钱购买。有的还通过“免费检测”，用虚假的结果吓唬消费者，推销产品。

这种“免费体验”式销售一环紧扣一环。一位基层执法的业内人士透露了其大致操作手法。第一步先发小传单，附送卫生纸、鸡蛋等各种小礼品，在短时期内快速聚拢大量老年人。第二步给老人们分组，每组还选出一位小组长，配备专门的员工组织老人们开展唱红歌等活动，每组还考勤，根据表现打分评比，这样就聚成了一个平台——老人们在那里有按摩椅可坐，有免费茶水可

喝，还有同龄人聚会。第三步切入正题。先给所有老人上课，同时登记老人们曾经的职业经历，是否与子女同住，经济状况如何。若是与子女同住，或者曾任职公检法部门的，这些老人就不在其目标范围。随后，把那些经济条件好、与子女分开居住的老人召集在一起，开小会。在小会上，来个小小的试验，请来专家、学者等“高大上”身份者来传授新科技理念，与产品捆绑一起推广，但会上不卖任何产品，只说货品很紧俏，让老人们留下联系电话便于通知。接着开展亲情攻势，开展一系列的家访、嘘寒问暖，打扫卫生，陪同外出，送些小礼品等等。最后一步当然是把产品直接送到老人家里。这时候，送上门的产品往往是老人原来需求量的数倍，说是货源紧缺，要买就多买些。老人虽说也有点心疼钱，最终看在这么多天“亲情”陪护的面子

上，往往也就买下了。

“没有旁证，也没有相关票据，直接送货上门，因为没有相关证据，到时投诉也难！”另一位业内人士补充，还有一种更为高明的“免费体验”式销售，在所有的体验分点没有产品卖，但告诉老人一个卖这类保健器械的网络平台，并称可帮老人代订货为交钱，一点也不留下销售的痕迹。

与其他形式相比，“免费体验”式销售更为隐蔽：有部分“托儿”假扮买，其实是真正赠送的；经济条件差的老人，不买也没关系，只要帮着宣传就行；销售人员与老人们十分亲密，更有甚者直呼“爸爸、妈妈”，俨然亲人一般，把前来体验的老人服侍得妥妥帖帖的。这些“免费体验店”还打时间差，与执法人员玩“猫捉老鼠”游戏。虚假宣传推销保健器械的时间大多选择在每天早上6时—8时，一方面利用了中老年人早起的习惯，另一方面，这一时间执法人员还未上班，规避了监管。

“鱼儿上钩”，跑路走人。免费体验式销售往往打一枪，换一个地方，前期推销时间要比真正销售时间长，一旦有老人购买产品到一定数量后，立即人去楼空，转移到下一站。

## 业内人士呼吁规范管理

宁波已进入老龄化社会，这一进程还在不断加速。需求有多大，市场就有多大。引导“免费体验店”规范经营才是出路。

业内人士建议，健康讲座和“免费体验店”要向有关部门报备，报备讲课内容、体验的仪器和相关批文；那些提供场所的酒店、电影院等公共场所也要把好关。“免费体验”式销售需要社会共治，急需政府出台相关的规范性文件，依法管理。

去年台州市正式以规范性文件形式印发《免费体验方式从事医疗器械经营活动监管办法（试行）》，从把握经营条件、强化广告监管、强化日常监管、营造共治环境等四个方面提出了15条意见。《办法》把所谓的体验场所还其本来面目，回归到经营场所，认为体验场所作为经营企业对其所经营产品实施广告、推销及试用等行为的场所，应视为企业的经营场所。同时，要求企业配备监控设备，对经营场所、体验场所和库房实施无死角监控，对监控信息逐月备份，保存4个月。此外，要求经营场所至少配备1名医师或护士以上专业技术人员，并在职在岗。《办法》强调了部门协同——在企业办理医疗器械经营许可（备案）后7个工作日内，监管部门应将企业名称、地址、体验所使用的医疗器械名称同步抄告企业所在地卫生部门，

形成群防群控。涉嫌“免费理疗”、“诊疗”的，及时移交卫生部门查处。

《广州市医疗器械经营和使用监督管理办法（草案）》也于近日出台，规定以讲座、现场体验等形式向消费者推销医疗器械或类似产品的，活动举办者应当提前7日向活动所在区的食药监部门报告活动时间、地点等情况。

据了解，宁波也正在考虑相关管理办法的调研与制订。

采访中，多位业内人士呼吁，“免费体验店”的走红其实是老年人群普遍亲情缺失的投射。现在各地虽已建起了为数不少的老年活动中心，但在广大农村和城乡接合部很多沦为棋牌室或电视播放室，只能部分满足老人交流和情感的需求。而全部让子女承担亲情呵护也不太现实，那么引入志愿服务或许是解决途径之一。通过志愿者一对一或多对一的方式，为结对的老人提供上门服务，时常来做做家务，拉拉家常，让老人们觉得有人念着他们，亲情也找到了依托。

还有业内人士建议，通过规范管理让市场重新洗牌，淘汰掉一批差的“免费体验店”，把优质的引入到各类老年活动中心，老人们可以多一项活动，企业可以省一笔费用，真正做到双赢。而子女不仅从物质上，也更要从精神上关心老年人，健康心态才是老人最好的保健品。