

# 免费韩国游 结果背回家两大箱“药”

## 保健品推销设陷阱，不少老年人被忽悠

□记者 戴伟龙 谢舒奕

平时经常有小礼品赠送，有的还隔三差五地上门走访，嘘寒问暖，有的甚至邀请您低价或者免费出门旅游。一些保健品公司就这样让很多老年人逐步放松了警惕，掏出平时省下来的钱，花几百元、几千元去购买一些功效不得而知的保健品。

### 3年下来买了10来万元的保健品

“这个保健品公司太不像话了，居然让80多岁的老人喝了这么多的白酒。”昨天下午，在市第一医院急诊室，郑女士的语气中充满了愤慨和无奈。昨天上午，她的父亲郑老伯在参加了一家保健品公司的会员聚餐后，酒醉摔倒在地，被家人急送到医院才转危为安。

“我老爸被这家保健品公司搞得晕头转向已经快有3年了。”郑女士告诉记者，自从老人认识了一家保健品公司的人，就不停地往家里带各种各样的保健品，还非说这是可以治疗百病的好药。郑老伯的老伴也说，这几

年，郑老伯常常会喜滋滋地带些烧锅、空气喷雾器之类的小玩意回家，说是保健品公司送给他的。上个月这家公司还邀请老人去韩国旅游，走之前他说是免费的，结果又花1万多元，背回来两大箱的“药”。

“前几天，老爸又买来这么一大箱的‘药’。”郑女士用手势比画着说，别看箱子挺大的，但拆开来以后里面只有8个小盒子，“就这么一箱，竟然要卖4000多元。”郑女士说，为了购买这些所谓的“药”，这几年郑老伯至少已经花费了10来万元。

### 南京游变成了参观牛初乳公司

老家在东钱湖的市民“九霄追月”近日在一家本地网站上发帖，称本月22日回到家无意中听见母亲接电话时说有东西送货上门了，仔细一问原来是前几日花400元参加了“南京四日游”，其间被忽悠购买了一箱价值4000元的牛初乳产品。

据介绍，与“九霄追月”母亲同去旅游的几乎都是老年人。“大巴是由一家公司派来的，连导游也是该公司的内部员工。”“九霄追月”说，到了南京后没去几

个景点，大巴便迫不及待地带大家带到其公司所在地，“是一家专营牛初乳的公司，上去就给老人们上课，主要宣讲牛初乳产品怎么怎么好，然后让几个试吃过的老太太上台演讲说吃了这个什么毛病都没了，吸引大家购买。很快，台下老年人的购买热情便被煽动起来，再加上本就为此行交纳过低的旅游费用有些不好意思，于是当场就有数十名老年人决定购买。”

### 类似的事在老年人中比较普遍

据记者了解，类似这样迷恋保健品的事，在老年人中比较普遍。

市民张先生近来发现自己的母亲像着了魔一样，每天早上7点多就带着笔记本出门听课去了，嘴里还经常念叨着“走健康之路，长命百岁”之类的话。每次听完课，母亲都会带一些药品、牙膏、大米等东西回来，有时候还会郑重其事地带回一支虫草精类的东西。在家里，母亲更是对讲课老师赞不绝口，还将左邻右舍的不少老人都动员去听课，对于儿女的劝阻根本就听不进去。直到某一天再去听课，发现老师已经跑了，白白损

失了上千元，这才明白上当了。

无独有偶。日前，市民杨阿姨两口计划外出旅游，“恰巧小区楼下的一家保健品公司正在组织‘厦门老年养生游’。”见价格特别便宜才620元，杨阿姨便立马报名参加。不料，行程中安排的都是自费、购物等项目，这让她大呼上当。

事后才知道，该保健品公司根本就不具有经营旅游业务的资质。

### 警方提醒：牢记世上没有免费的午餐

那老人该如何防止被骗？江夏派出所的王警官说，他们也曾经遇到过类似的报案。“其实，所有赠送的产品，最后都是由老人们来埋单的。”他希望老人们记住，面对形形色色的骗术，首先一定要保持清醒的头脑，不贪图小利，不轻信他人，牢记世上没有免费的午餐。

建议平时可多关注新闻媒体的报道，了解当前多发的各类诈骗手法，提高警惕；不要参加所谓公司提供的讲座、免费旅游、免费茶话会等活动，防止受其蒙蔽；最后，老年人有病要到正规医院去看，买药要到正规药店去买，以免买到掺假或高价保健品，危害身心健康。

面对以“保健养生”、“企业赞助”、“店庆促销”、“祈福避祸”等为赚头的旅游陷阱，市旅游质监局人士提醒，市民旅游要选择正规的旅行社，报团时，要警惕

以“免费”、“低价”为卖点的宣传行为，对于旅游产品的价格要有合理的心理预估，谨慎参加低价团。

同时，应当与对方签订规范、完备的旅游合同，支付费用后，应要求对方出具发票并妥善保存，以便在完成行程后的投诉维权。



严勇杰 绘

#### 相关链接

### 忽悠老人的常用陷阱

设置“温柔陷阱”诱骗消费。

销售商往往抓住老年人渴望亲情的心理，在销售时故意营造融洽的大家庭气氛。在那些“老年人健康知识讲座”上，一些年轻销售人员不断往来于老年人之间，贴心地为老年人按摩捶背，每天赠送小包保健品，和他们交朋友。在交谈中，销售人员记下老人的电话与家庭住址，隔三差五地与老人通电话，有的还上门走访，嘘寒问暖，顺便推销一下产品，显得人情味十足。

以“免费风景游”为名设置陷阱。

不法商家抓住一些老人无人陪护、独居寂寞等特点，组织老人参加活动，趁机推销产品。他们往往免费邀请组织老年人参加周边地区风景一日游，用专车接送、吃免费餐等“攻心策略”诱导老年人，让老人觉得盛情难却，然后购买保健品。

利用现身说法博取老人的信任。

销售商请一些“专家”前来授课，有的还雇“托儿”写感谢信、送锦旗、争相购买，制造购买者众多的假象，骗取老年人的信任。老人有种“投桃报李”的心理：接受了人家好处，觉得不好意思，就通过买对方产品的方式作为某种形式的酬谢。另外，老年人在情境中往往具有被动性，“看到很多人买了，宣传多了，也会跟着买”。