

消費警示：警惕！老年保健品消費陷阱

發佈日期：2016年10月9日 來源：四川省保護消費者權益委員會

我們通過受理和調解消費糾紛案件，收集和整理出保健品市場存在的消費陷阱，現發佈下列消費警示：

一、消費陷阱主要表像

（一）專家講座、名醫義診、以患者現身說法忽悠老年消費者。個別經營者以國家科研機構、行業組織的名義發佈人體健康狀況，宣傳人體體內所缺乏的微量元素等來推廣介紹其銷售的產品能夠解決上述問題或者通過專家講座、專家訪談、養生現場會等形式做幌子，一定程度上會打消老年消費者的顧慮；更有甚者通過邀請“托兒”充當患者，變相宣傳其銷售的保健品是廣大老年消費者的福音。

（二）優惠贈送、免費體驗、感恩活動、慶典讓利免費抽獎（旅遊）。個別經營者通過“買一送三”或者更大折扣力度的方式銷售保健品，實際是變相提高了單個保健品的銷售價格；通過組織旅遊的方式，變更宣講場地，將老年消費者集中在某一特定區域通過視頻、講座、保健品推廣等方式向老年消費者銷售保健品。

（三）親情關愛、殷勤上門等。個別保健品行銷人員會從關懷角度入手，對老人們噓寒問暖，關心老人的疾病，通過親切的交流來獲得老年人的信任後，才適時推銷保健品。特別是子女常年不在身邊的空巢老人，極易中招陷入“親情陷阱”。

二、消費陷阱危害

經營者以虛假宣傳為手段，鼓吹保健品能包治百病。不少老年消費者缺乏醫藥知識和常識、求醫心切、識別能力差，對所購買保健品給予厚望，這種情況容易導致：

（一）過度攝入會造成營養不均衡，造成身體不良反應。

（二）自身患有疾病，通過服用保健品代替治療，會導致延誤治療，加重病情。

（三）含有禁忌成分的保健品還情況嚴重會危及老年消費者身體健康和生命安全。比如宣稱能治療糖尿病的保健品，往往其成分裡含糖量較大。

三、消費指導意見

為避免在購買保健品時遭遇陷阱，我們特向老年消費者及其親屬發出以下建議。

(一) 身體不適要就醫。《保健(功能)食品通用標準》對保健食品定義為：“保健(功能)食品是食品的一個種類，具有一般食品的共性，能調節人體的機能，適用於特定人群食用，但不以治療疾病為目的”。保健品並非藥品，老年消費者在身體不適時，一定要到正規醫院去檢查就醫，以免貽誤治療時機，切記：保健品不能治療疾病。

(二) 家庭關愛防未然。現在社會空巢老人較多，一些老年人子女不在身邊，親情感缺少，不法經營者便通過“親情牌”拉近與老人關係，讓其降低心理防線，是利用保健品行騙斂財屢屢得手的一個重要原因。我們呼籲老年消費者提升保健品消費風險防範意識的同時，也希望家庭晚輩在物質關愛的同時要更多關心老人的精神生活，多溝通、多交流、常聯繫，同時老年消費者在購買保健品，尤其是金額過高的產品前最好與晚輩商量，聽取他們意見和建議。

(三) 理性看待促銷活動。“送禮送健康”、“送產品”、“送米送面送雞蛋，送、送、送”，一些保健品推銷者打著免費的幌子，對老年消費者施以小恩小惠，甚至杜撰起“國家 XX 協會、專家委員會、公益組織”等高大上的口號，實則推銷其價格高昂的保健品斂財。

(四) 廣告中的“現身說法”未必真。目前的保健品電視宣傳廣告中，一般都會有“患者”講述自身服用保健品後疾病得到治療的經歷。據瞭解，大部分現身說法的“患者”通常是不具有患病或者服用保健品經歷的，只是經營者別有用心僱傭的“托兒”。

(五) 購買辨別很重要。老年消費者購買保健品一方面要針對自身身體需要，做到因需購買，要提高警惕，增強辨別能力，到證照齊全的銷售場所購買保健品，另一方面購買時要注意辨別真偽。正規保健品有小藍帽的保健食品標誌和批准文號。標誌為藍色圖案，下方有“保健食品”字樣，國產保健食品為“衛食健字 第號”或“國食健字第號”；進口保健食品為“衛進食健字第號”消費者也可登陸國家食品藥品監督管理局網站(www.sfd.gov.cn)“資料查詢”欄目查詢。

(六) 證據保全好維權。消費者在購買保健品時要索取正規票據並妥善保存，收集保留好宣傳資料，一旦自身權益受到損害，可將相關票據、資料等作為維權證據。如遇消費糾紛，可通過與經營者協商、到當地消委組織投訴、向相關行政部門投訴或通過司法途徑及時維護自身權益。