

金台视线

针对利用老年人健康需求,高价兜售药品、保健品的现象

加大监管力度 健全治理体系

本报记者 孙立极

一度,以治病、养生的名义,诱导老年人高价购买药品、保健品的“坑老”骗局屡见不鲜,严重损害老年人的合法权益。近年来,这些骗局套路手法翻新,利用电商平台、视频直播引流,由线下走向线上,销售更隐蔽,给消费者维权与有关部门监管带来新挑战。

读者反映,用营销平台引流,再一对一高价兜售保健品,手法更隐蔽

近日,陕西永寿县常宁镇果纳村张继高老先生来信,反映他被电话推销,以高于市场价数倍的价格购买药品的情况。

“今年5月,我从电视上看到治疗糖尿病且很快可以治好的广告,便按广告中的号码打了咨询电话。电话打通后,没人接听,我就挂了电话。不料,第二天,一名自称刘微的女士打电话过来,询问我的病情后,表示她们可以治疗,只是价钱比较贵,打五折后2460元。我有点犹豫,她又说前500名有优惠,把价格降到1860元。”张继高付款后,药很快寄来了,包括3盒中成处方药和3盒某种磁贴。后经儿子上网查询,发现按网上价格购买这些药品最多需要300元。

张继高的遭遇并不鲜见。这些骗局话术大多有相同“套路”,一是夸大药品功效,谎称可以治好糖尿病,二是以所谓的五折再优惠的名义诱导,三是利用信息不对称高价出售。

传统骗局多发于线下,进行面对面诱导。一名网友今年3月在人民网“领导留言板”投诉广西柳州市鱼峰区一家店铺,“从去年开始,家里老人和附近亲朋天天聚集在此,内有团体利用免费治疗仪体验、到店领鸡蛋等手段吸引人流,并进行上课培训,让老年人购买所谓能治百病的红蓝光治疗仪、能“强身防病”的营养粉、能“起死回生”的野生山参等等。治疗仪标价2万多元,现场购买仅卖7800元……”

相似的套路,手法翻新了。许多骗局通过电视广播广告、营销平台视频等引流,再通过电话、微信等联系方式进行一对一诱导。“从前是在超市门口发传单,现在是打电话让老人听视频课,”河北保定市读者贾女士告诉记者,自己70多岁的母亲原本热爱跳舞,现在却天天忙着在平台上观看短视频,听各种各样的课程。“从前线下送鸡蛋等小玩意,现在买孢子粉送按摩椅、买海参送四日游。许多老年人辨别能力较差,再加上被‘阿姨’‘长’‘阿姨’短地叫着,逢年过节还有小礼品,老人都觉得自己花钱是占了便宜。”

为了规避追责,这些骗局的手法越来越隐蔽。来自山西大同市的江女士说,去年12月,她在一个电商平台看到短视频广告后,点击链接转到电商平台,下单花费100多元购买了一款黄芪片。随后有客服加了她的联系方式,“近一个月时间,客服会询问服用效果,并发一些养生知识。最初我不怎么回话,后来听她不断介绍他们公司产品有

功效,就想尝试试试。”结果,江女士先是花500多元购买了这家公司自制的膏滋,随着与她联系的人由客服升级为营养师助理、规划师,他们以指导用药、为她制定个人调理方案等名义,先后让她购买了6000多元、2万多元、1万多元的药品、保健品。“直到今年2月我开始产生怀疑,规划师就不再和我联系了。”江女士说。

以老年人为对象的保健品兜售骗局中,最多的问题是夸大功效、虚假宣传

发现上当受骗,首先要维权。张继高说,他在儿子的帮助下,曾联系了公司所在地的消费者权益保护协会。但消费者权益保护协会回复,只有电话号码,没有具体地址,不予受理。

“‘坑老’骗局中最难维权的是流动性欺骗,很难找到投诉主体。”一名基层市场监管人员告诉记者。以往的流动性欺骗一般在线下进行,比如利用街头义诊,由数人假扮医护人员推销保健品。消费者购买后发现有问题去投诉时,不法经销商已经不知去向。目前则以上流动性欺骗居多,如张继高遭遇的电话销售,还有人在微信群里推送诱导信息,让消费者网上付款、快递收货,全程没有面对面。由于不知道销售方的名字、地址,受害者也很难找到维权主体。

不少骗局中,经销商表面上正常经营,卖给消费者的也是合法上市的正规产品,为消费者维权带来新困扰。在中部地区某市公安局工作的崔警官告诉记者,在实务中此类案件很难立案。“如果经销商贩卖假药,属于行为犯,出售就是违法行为。但如果售卖的是合法上市的真实保健品、药品,只是夸大了功效,而以远高于市场价出售,就应该属于市场监督管理的范畴。”

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示,目前保健品“坑老”骗局中出现最多的问题,不是产品质量问题,而是通过虚假宣传欺骗或诱导消费者。在此类骗局中,保健品类似于道具,是不法分子牟取暴利的道具。“而且虚假宣传基本上都是口头的,没有书面宣传资料,很难作为有效证据。而不管是通过投诉调解还是司法途径维权,最后都需要相关证据。”

来自西北地区的市场监管部门执法人员阿布(化名)介绍,今年上半年,他所在的有30万常住人口的县级市中,一个有1万多常住人口的街道,就发现7家涉嫌保健食品虚假宣传的商家。但最终处理结果是,责令改正或行政指导2家,仅有1家被行政处罚。“而且被处罚的这一家,还是按照广告法以虚假广告处罚广告费用3倍以上5倍以下罚款,仅罚款4000多元。如果可以证明是虚假宣传,处罚要严重得多,但苦于没有证据。”

缺乏证据造成了市场监管部门的执法困境。广东深圳市一名网友在人民网“领导留言板”投诉,坪山区一家保健品店里,每天

都有一群老年人在听课、按摩,去了就赠送鸡蛋,实际上却是在卖保健品……然而,深圳市市场监督管理局坪山监管局回复,执法人员现场核查,被投诉商家合法持有营业执照,在其注册地址正常经营,所售产品某松花粉从正规渠道采购,能够提供相关生产销售企业资质材料和产品质检报告。“您反映事项不符合《市场监督管理行政处罚程序规定》第十九条关于立案的规定,我局决定不予立案。”在“领导留言板”上,不少投诉都得到当地市场监管部门类似的回复:“现场未发现上述违法行为”或“调查中无证据表明其销售的相关产品及销售行为存在涉嫌虚假宣传等违法行为”。

还有的案例中,家人认定老人被骗,老人自己却不认同。或是洗脑式宣传,或是不良商家的温情诱导,获得了老人的信任,让他们深信不疑。部分老人即使受骗也不愿意告诉子女,导致维权难度加大。“我朋友发现家里老人被骗,想要维权,然而老人不同意、不配合。受害人不自愿,申诉流程很难走下去。”北京朝阳区读者邹先生表示。

创新监管方式,加大联合执法力度,提高老年人自我保护意识

近些年,药品保健品兜售骗局屡禁不止,换个地方、换个花样又可以接着进行。陈音江认为,这说明在此类骗局中,骗子的违法成本较低,监管部门对违法行为惩处力度不够,很难达到应有的威慑作用。他表示,监督管理部门针对保健品销售的日常监管主要有现场检查、索证索票、抽检抽查、解决投诉举报等方式,监管手段相对有限。这样的监管方式无法应对复杂多变的市场,需要进一步创新监管方式方法,并加大监管力度。

作为基层市场监管人员,阿布说,虚假宣传需要对违法企业的电子数据进行提取,



制图:丁冀云

百姓关注

“返现”不可取,让好评回归真实

李君强 赵政

“好评返2元”“点赞赠礼”……许多消费者都收到过类似的卡片或提示。互联网时代,“高评分”往往代表着“好口碑”“高流量”。不少商家为提高自家店铺评分,利用“好评返现”等方式诱导消费者给出好评,不仅存在不正当竞争之嫌,也会对其他消费者造成误导,影响平台评分系统的可信度。

与以往明目张胆地于主页上标识“好评返现”等字样不同,商家如今往往采取更加隐蔽的方式,将“好评返现”的信息通过小纸条、小卡片等方式附在商品包装中。“我在网购时,经常收到这种类型的卡片,虽然对产品不一定满意,但是有时候看他们说话客气,还能顺便回点本,就点了五星好评。”浙江杭州市读者赵先生表示。

有时,商家还会以“晒单”等名义迷惑消费者和监管部门。点开电商平台某手机售卖商家的商品页面,标题中“晒单享10元红包”的宣传语引人注目,但咨询客

服后,对方却要求必须五星好评才能返现。“购买商品时,我会根据自己的使用体验给出真实的评价,商家不应用这种诱导的方式来骗取消费者的好评。”陕西西安市读者戴女士无奈地说。

相比线上购物,线下餐饮商家通过赠送饮品、小食等方式换取好评则让人更难拒绝。湖北黄冈市读者潘女士说:“线上的‘好评返现’,我经常嫌麻烦不参加,但是线下有服务员代劳,想着不用费太多精力就能拿一份赠品,往往就接受了。”

“好评返现”的泛滥,让部分消费者不再信任评分系统。有读者反映,原本觉得去高评分的店铺吃饭会安心一些,却多次“踩雷”,菜品口味与心中预期相差甚远。有的年轻人甚至产生了逆反心理,推崇“反向打卡”,主动尝试低评分商家。“现在点外卖有时会特意选择评分在4分左右的店,往往比评分接近满分的店铺让人觉得更踏实。”家

住广东深圳市的唐先生直言。

针对这些行为,有平台客服人员表示,平台不允许商家对消费者“好评返现”或以活动为名变相“好评返现”,如果发现有问题,平台会有相应处理措施。点开某平台上的商家投诉界面,确有“商户以送礼、打折、升级服务等换好评”这一投诉选项,但一些商家仍然变换形式通过返利刷好评。“很多消费者就是信任高分店铺,同行还会不时地来恶意刷差评,为了店铺销量不得不如此操作。”某电商经营者解释说。

北京大学法学院教授、北京大学电子商务法研究中心主任薛军表示,商家通过给予不同形态的利益来诱导消费者给出好评,看似“互惠互利”,实则侵害了消费者的知情权和选择权,也构成了对其他经营者的不正当竞争。“网购时,消费者往往依赖用户评价所传递的信息来作出决策。商家通过利益诱导消费者,会影响商品和服务的正常评价,

使得评价本来所具有的功能被消解,诱导潜在消费者。”

即将在今年9月1日施行的《网络反不正当竞争暂行规定》明确提出,经营者不得以返现、红包、卡券等方式诱导用户作出指定好评、点赞、定向投票等互动行为。薛军认为,平台有治理商家违规行为的责任,应当接受同行举报,教育引导商家合规经营,不干预用户评价,使消费者评价能真正反映商品或服务的品质。

面对真假难辨的评价,消费者应如何选择商品或服务?北京天驰君泰律师事务所高级合伙人李芳认为,在参考网上的评价时,消费者可以对比多个平台,重点关注其中有“干货”的内容。同时,在点关注时,也应给出负责任的评价。另外,商家写明“晒图赠礼”,但实际却要要求给出好评才会兑现承诺的情况,涉嫌虚假宣传侵犯消费者权益,须承担相应的民事责任。“如果遇到商家反复骚扰索要好评,消费者也可以向平台和相关部门投诉举报,维护自身权益。”李芳说。

专家表示,在线上线下消费时,面对如潮好评,消费者要多费心,鉴别真伪,同时不要被小利诱惑,作出虚假评价。此外,监管部门也需引导平台履行好管理责任,对商家的违规行为及时查处,促使商家形成正当竞争、诚信经营意识。各方应共同努力,维护好消费者评价机制,让用户评价更加真实、可信。

身边事

老年公寓 为何快递不能送上门

近来,湖北武汉市黄陂区罗汉寺街老来乐老年公寓的老人们反映,发给他们的快递物品,除邮政、顺丰、京东等3家快递公司能送到公寓大门口外(见下图),其余大部分快递都被放在两公里外的代收点。这不仅违反了《快递市场管理办法》的有关规定,更给公寓内的老人增添了不少麻烦。

这种现象已持续一段时间,虽然有老人向快递公司反映过,但始终未能彻底解决。希望当地有关部门关注此事,严格遵守快递上门的相关规定,让老人收发快递更方便。

湖北武汉市 张世慎



建议

在公园增设运动设施

开展全民健身活动,方便可及的健身场地很重要。目前大多数公园建有凉亭、休闲椅、绿地等,但都以美观为主,步道上只能散步、跑步,缺乏其他形式的运动场地。公园是许多市民休闲娱乐的去处,有的空地没有被有效利用起来,有的地方已经建有运动设施,但缺乏管理维护,使用人数较少。

在全民健身热潮下,建议进一步提升公园中运动设施的数量和功能。优化公园新建、改建和扩建的体育配置体系,充分利用现有条件配建健身设施,除了健身步道,可以建设小型篮球场、羽毛球场、排球场等多功能场地。还可以在开阔的广场周边设立单杠、双杠、乒乓球桌等健身设施,因地制宜设置攀岩、滑板等新型运动场所,满足多元化的健身需求。此外,对于已经建成的运动设施,应当加强巡查与管理,落实维护主体责任,打造绿色便捷的全民健身载体。

人民网“领导留言板”网友 陈卓

让老年活动室得到有效利用

近年来,许多地方都依托社区内闲置场所开办社区老年活动室,为老年人提供服务和活动场地。然而,近日笔者在走访中发现,不少地方的老年活动室沦为摆设,要么“铁将军把门”,要么已挪作他用。在使用的活动室,有的只有几桌棋牌、书籍,报刊很少,使用率也不高。

如何让老年活动室“活”起来?笔者建议,一方面,应完善活动室功能,增加老年人喜爱的书籍或娱乐设施,吸引老年人到此处休闲。另一方面,应加强内部管理,提升服务水平,可以招募有意愿的老年志愿者参与管理。总之,要让老年活动室得到有效利用,成为名副其实的供老年人学习、娱乐、休息的家园。

安徽六安市 汪云涛

输液报警器值得推广

最近,我在一家诊所看见一个饼干大小的蓝色夹子,给患者打点滴时,将其夹在输液器莫非滴管的上方,当瓶内药水滴完时,它会自动发出报警声,提醒医护人员拔去针头,或进行换液。

以往在输液时,总担心药水会不知不觉地滴完,要有人时不时看看;如果独自输液,即便半夜困意来袭,药水还未滴尽,也不敢入睡。输液报警器虽是个小物件,但能及时提醒输液患者,增加了很多便利。据了解,输液报警器价格不贵,为进一步改善护理服务,建议医院多配备一些,以一小举措,提升患者就医体验。

陕西西安市 田玉成

征集

近期,很多地方加快推进城市更新行动,路宽了、街新了,生活更方便、安全、舒适了吗?人民日报“读者来信”版联合人民网“领导留言板”推出“城市更新,说说你身边的问题和建议”征集活动。欢迎提出意见建议。
邮箱:rmbdzlx@126.com
传真:(010)65368495

