

老年人陷入花式养生陷阱

听课进群领红包、免费体验保健套餐、扫码领鸡蛋……随着老龄化程度日益加深,老年群体的健康需求不断增长,一些不法分子趁机盯上了老年人的“钱袋子”,利用他们对健康的焦虑、对新技术的陌生、对情感陪伴的需求等,在线上线下布设各式花样养生陷阱,专门针对“银发族”展开围猎。

假低价、伪科技,线下养生陷阱花样百出

不少老年人倾向于线下消费,认为“看得见、摸得着”的商品更踏实可靠。记者在调查中了解到,一些修脚店、健康馆、养生馆等利用老年人这一心理,打着“中医养生”“健康理疗”等旗号,以线下低价体验为诱饵,精心设置消费陷阱,诱导老年顾客大额充值。不少老年人投入大量积蓄后,不仅未能获得预期的健康效果,钱款也很难追回。

天津市河西区孔女士被“低价修脚”“低价按摩”等广告吸引,进入一家修脚店,在完成几次基础项目后,店员逐渐掌握孔女士独居、头疼失眠等情况,转而推荐高价“保健套餐”。

短短数月,孔女士累计在店内充值超过15万元,所谓“补气和血保健套餐”标价高达12800

元一次。这些项目中频繁出现“肝肾同源”“颅内减压”等术语,实际操作多为涂抹药膏、全身按摩。孔女士健康状况没有改善,多次与商家协商退款,均被拒绝。

除了利用老年人的健康焦虑,还有一些不法商家利用小恩小惠吸引老年人落入养生陷阱。江苏省扬州市市场监管部门通报的一起案例显示,当地某羊奶粉经营部以“到店免费领取鸡蛋、养生健步鞋”为诱饵,吸引老年人参加养生讲座,借机推销某品牌羊奶粉,宣称该产品具有“辅助消化、促进胆固醇代谢、提高免疫力”等功效。经核查,该产品实为普通食品。

还有不良商家利用“伪科技”制造噱头,吸引

老年人入局。近期,在天津市蓟州区的一家理发店内,理发师向老年顾客推荐一款名为“智能量波磁灸仪”的设备,声称可以调理面瘫、失眠、高血压、心脏病等多种疾病。还有理发店和养生馆推荐“清淤术”项目,称可以化解“脑梗”“脑出血”等风险。然而,不少花高价进行清淤的消费者表示,身体状况并未获得改善。

业内人士透露,为促成消费,一些门店往往设置会员制项目,并通过赠送所谓“高价值理疗产品”来强化“性价比”。从低价体验到高额充值,从模糊概念到夸大疗效,这类养生消费正在不断侵蚀老年人的积蓄,也让“钱难退、责难追”的问题持续发酵。

强隐蔽、重营销,线上“坑老”成隐秘角落

过去以“保健课堂”“健康讲座”为名的线下操作,如今披上了网络的外衣,一些私域直播间、养生微信群正成为“坑老”的新领域。近期,国家市场监督管理总局公布了民生领域私域直播虚假宣传典型案例,部分不法商家通过“免费健康讲座”“专家义诊”“直播领福利”等形式精准围猎老年群体。

2025年,天津市市场监管综合行政执法总队查处了一起通过私域直播面向老年消费者虚假宣传的案件。涉案公司以免费赠礼、低价团购为

诱饵,吸引老年消费者加入门店微信群,再通过群内定期直播开展营销活动。直播间内,工作人员以健康科普、专家讲座等形式,通过虚假宣传产品治疗功效、夸大食用效果、虚构专家身份、伪造厂家背景等虚假营销手段,销售披上“神药马甲”的普通食品。

据悉,该公司成立于2025年4月,截至2025年7月已在天津市开设线下门店54家,组建微信群组百余个,群成员近万人,直播间场均观看超5300人次,累计销售额逾百万元。

天津市市场监管综合行政执法总队反不正当竞争执法支队执法人员李东旭告诉记者,私域直播的场景封闭,观看仅针对特定人群,且往往需要验证身份,这使得违法行为线索不易被发现。

“此外,私域直播经营者往往将直播链接设置为内容不可回放观看,且会定期解散、重建顾客群组,同时普遍采用线下交易,记录不易保存,这使得证据获取、固定有一定难度。私域直播经营主体上下游产业形态复杂,这也为厘清各环节责任边界、打击违法行为带来了困难。”李东旭说。

多措并举守好老年人“钱袋子”

天津社会科学院政府治理和公共政策评估研究所副研究员段威表示,这类以“养生”为幌子实则侵害老年人利益的营销模式,一方面使老年人财产权益持续受损,另一方面侵蚀了社会信任,尤其是削弱了老年群体对正规健康服务的信心。

2025年12月,民政部、国家发展改革委等8部门联合发布《关于培育养老服务经营主体 促进银发经济发展的若干措施》,提出规范养老中介服务,严厉打击夸大产品功效诱导老年人消费的“欺老”行为。受访专家表示,老年人的“养老钱”不容小觑,唯有各方合力,才能守好老年人的“钱袋子”。

业内人士认为,应加大对违法违规行为的打击力度,在监管层面建立“精准打击”机制,对养生馆、保健品公司等重点场所开展常态化排查。有关部门应推动建立涉老消费重点监管清单,对直播间虚假宣传等加大查处力度。相关直播平台应加强对商家资质和商品的审查,优化广告展示逻辑,避免向老年用户定向推送高风险内容。

段威建议,建立针对老年消费者的“特殊保护条款”,例如设置大额预付消费冷静期、强制经营者履行书面合同与风险告知义务、推动建立“涉老消费纠纷绿色通道”等。

社会层面,要织密老年人关怀网络。中国消

费者协会呼吁,面向老年群体开展更多“短、实、新”的防骗宣传教育,提升其识骗防骗能力,子女应加强与老年人沟通,主动协助老年人识别高风险广告或直播内容。

老年消费者也应提高自身风险识别能力。李东旭建议,老年消费者应注意拒绝陌生人诱导进入的私域群组,谨慎添加非官方认证的“健康顾问”和“售后客服”,线上购物优先选择正规电商平台,避免通过私域群聊、临时链接等非正规渠道线上交易。有健康诉求的老年群体一定要寻求正规医疗机构的帮助,切莫迷信营销人员的宣传话术。
(据《半月谈》)