

旅行社不接待、报名限制多、被强制消费…… 老年人跟团游阻碍如何破解

“您好，我想给父母报名参加旅游团，需要哪些手续？”记者近日在江苏省南京市新街口附近的一家旅行社咨询。得知记者父母年龄超过70岁之后，工作人员表示旅行社不具备接待老年人的能力，可以去一些“较大”的旅行社问问。

报团限制多、旅行社“不接待”、被强制消费……随着生活水平提升，越来越多老年人想出门旅游，却在跟团游上遇到了困难。老年人旅游需求为何得不到有效满足？相关主体有哪些顾虑？应如何破解这些阻碍？针对这些问题，记者进行了采访。



近日，今年第二趟“鲁疆号”银发专列车从青岛城阳站开出，因产品好服务好吸引了700余名老年旅客。 据中国铁路

老年旅游团门槛多 不规范等问题存在

被旅行社拒绝后，记者问：“拒收老年人是否不符合规定？”工作人员则表示这是公司规定，自己也没有办法。

随后记者来到附近一家较大的旅行社，店员说可以接待70岁以上老年人，但有一些“门槛”。店员随即掏出一份免责协议：“超过70岁必须签署免责协议，超过75岁必须有直系亲属陪同。”

协议中对70岁以上老年人参团作了这些约定：旅游公司对于因个人原因导致的身体不适或意外伤害，不承担任何责任；对于在旅游中遗失或损坏财物，不负任何赔偿责任；提前做好身体检查并保持良好的身体状态，否则因疾病加重或诱发其他疾病所产生的后果由老年人自行承担……

工作人员提出，签订免责协议后，旅行社还是建议有家人或低龄老人陪同旅行。

除了报团门槛多，老年旅游团还存在不规范情况。业内人士透露，老年旅游团中存在不规范“渠道团”。一些保险公司会以答谢客户的名义，以较低价格吸引老年人参团，成团后再将客源带至旅游目的地，交给当地旅行社接待。

“这些团将老年客源‘卖’给当地旅游公司，自己则将大部分甚至是全部旅行经费据为己有。”知情人士告诉记者，当地旅行社几乎是零收入接手旅游团，容易发生强制消费，人身安全和正当权益都难以保障。

以周边游、近郊游为主的“鸡蛋团”也是一大雷区。“这种团以很低的价格吸引老年人参加，还赠送一些礼品，如鸡蛋、大米等，但旅游过程中会诱导老年人购买保健品等商品。”知情人士介绍，这种旅游团大部分不具备资质，存在严重安全隐患。

老年人需求趋向多元 需加强优质供给

“三、二、一，茄子！”来自南京的李莹今年74岁，正在青海省茶卡盐湖景区游玩。退休之后，李阿姨每年出游3到4次。

“旅游给我的生活带来了许多美好，但好旅游团真的不多。”李阿姨坦言，这些年，高品质旅游团增多，但服务细节还有待提升，比如，大部分团没有配备医护人员，旅行线路适老化个性化不够，游览时常常是走马观花。李阿姨报名旅游团时也吃过闭门羹。“在一家新开的旅行社，我看到一款产品的路线和行程安排都不错，价格也合适。”李阿姨告诉记者，但旅行社工作人员得知她的年龄后，明确拒绝了报团请求。

“他们说70岁以上的老年人不接待。我问他们这样做有没有依据，对方也含糊其辞，始终以该旅行线路有不适合老年人参与的项目作为借口。”李阿姨说，“我身体很好，能完成旅游团安排的行程。很担心再过一两年，更多旅游团不接待我了，自由行又力不从心，到时候想出去玩可就费劲喽！”

对于这些问题，有些旅行社也有苦难言。“线下旅行社成团利润一降再降，很多旅行社长期入不敷出，因此很难开发高品质旅行产品。”南京大华国际旅游公司总经理黄义纯坦言，这几年线下旅行社受旅游电子商务冲击明显，在个别旅游线路上“渠道团”“鸡蛋团”等也在抢占市场，导致客源流失严重。

据业内人士透露，旅行社不愿接待高龄游客存在双重现实考量：一是安全问题，“出了意外旅行社承担不起”；二是价格问题，高龄群体人均附加消费额低于中青年客群，“购买力”不足让很多旅行社不愿做老年人生意，这样的情况集中在购物属性较强的旅游团中。

怎样避免劣币驱逐良币？“旅游从业者应该把心思放在产品开发上。”黄义纯认为，市场上优质

的旅游供给较少，例如，很多银发专列存在线路不固定、产品不稳定的特点，没有将优秀线路固定下来。

银发旅游继续朝 个性化品质化发展

直接拒绝70岁以上老年人参加旅游团是否合法？

中国人民大学法学院教授王雷表示，民法典、老年人权益保障法、消费者权益保护法、旅游法等是保障老年人权益的基本法律依据。旅游法第十一条规定，老年人旅游者在旅游活动中依照法律法规和有关规定享受便利和优惠。

“根据相关规定，旅游者享有平等参与旅游活动的权利，旅行社不能因年龄等原因歧视消费者。如果旅行社的拒绝行为被认定为是对老年人的歧视或违反了相关法律法规的强制性规定，老年游客可以通过法律途径维护自己的合法权益。”王雷说，要求70岁以上老年人参加旅游团时签订协议并不违法，但内容要公平合理，不能免除旅游团应尽的安全保障等主要义务。

老年旅游市场蓬勃发展，需行业整体优化产品供给。“研究发现，消费观念上，刚退休的人群与更年长群体相比变化较大，更聚焦健康生活，追求老有所乐、老有所学、老有所为。”江苏省旅游学会副会长杨淇深认为，老年群体旅游需求旺盛，并且呈现出对差异化产品的独特偏好，大部分老年消费者认为旅游产品选择较少，在服务质量、产品价格、行程安排、文化体验、信息透明度等方面都应该有所提高。

多样化、个性化、品质化是银发旅游未来发展的方向。杨淇深建议，旅行社和景区可结合地域特色与老年人的兴趣，注重景观价值和文化内涵；针对老年群体的实际需求特征，开发专项产品，加入深度文化体验、养生度假、疗养服务等。同时，关注老年人的社交心理需求，增加参与、互动、交流环节。

据人民日报

“你自己的条件本来就一般般，别给孩子掉链子”“我们这款茶可以很好改善心肌梗塞、高血压”……随着直播电商的快速发展，不少商家将食品宣传成“保健神药”，主播不断重复精心设计过的话术，诱导观众下单。一传媒公司定制生产红曲胶囊保健品，虚构产品具有降血脂治病功能，通过直播间对50岁以上人群进行精准营销，涉案金额高达3000余万元。市场监管总局近期发文，明确要求严打“坑老”“骗老”行为。

普通茶包 变“保健神药”

在北京同仁养生滋补茶直播间，一盒售价14.8元的人参天麻平卧菊三七茶，被宣传成具有“通络化瘀、降血压”的功效，工作人员称“我们这款茶主要是针对血栓导致的胸闷气短、头昏眼花、四肢麻木、心肌梗塞、高血压、血脂黏稠、中风瘫痪，都可以很好改善”，主播在直播间还强调产品是“北京同仁堂旗下的，绝对保真，假一罚十”。

当问及产品具体功效时，该店铺工作人员告诉记者，“这款适合长辈喝，这不是药品，是养生茶包。”至于相关的资质证书，其仅表示“都有，没有的话生产不了”却未实质提供具体文件。

虚构保健品功效 被判刑

在虚假宣传的基础上，一些不法分子通过直播带货进一步实施精准诈骗，老年人成为主要受害者。

记者检索裁判文书网获悉，2024年5月，安徽省淮南市中级人民法院公布的刑事判决书显示，2022年，西安康缘生物科技有限公司为山子传媒有限公司（下称山子公司）定制生产本原牌红曲胶囊保健品，出厂价每盒约18元。

山子公司通过直播平台，包装讲师迟某军等人为“养生健康专家”，在直播软件上通过趣谈养生等直播栏目，虚构红曲胶囊具有降低血脂、治疗疾病的功效，以每套（6盒）499元的价格销售，且主要针对50岁以上人群进行精准营销。

经核实，山子公司共售出61908套红曲胶囊，销售金额超3089万元，数额特别巨大。法院判决山子公司实际经营人程某山犯诈骗罪，判处有期徒刑13年6个月，并处罚金50万元。讲师迟某军犯诈骗

罪，被判处有期徒刑6年，并处罚金10万元。另有多名共犯亦被判刑。

“三品一械” “擦边”兜售

近年来，监管部门在持续严打直播带货保健品的乱象。上海、北京两地曾发布“直播营销合规指引”，明确指出不得以介绍健康、养生知识等形式变相发布“神医”“神药”等虚假医疗、药品、医疗器械、保健食品广告。

今年3月16日，中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》，明确了要规范网络销售、直播带货领域不合理经营行为，依法严厉打击售卖假冒伪劣产品行为。5月28日，市场监管总局发文称，部署在全国开展老年人药品、保健品虚假宣传专项整治工作，有效打击药品、保健品市场“坑老”“骗老”行为。

就在6月10日，国家市场监管总局会同国家网信办研究起草的《直播电商监督管理办法（征求意见稿）》正式公布。其中指出，要强化直播间运营者责任，要求不得作虚假或者引人误解的商业宣传；要求直播营销人员真实、准确、全面地介绍商品或者服务，不得欺骗、误导消费者。

“野蛮生长的直播带货带来了许多亮点，也带来了许多弊端。”产业分析师张书乐在接受记者采访时指出，直播带货“三品一械（即药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品）”最显著的问题在于三个方面，一是虚假宣传，一些主播将没有

任何功效的食品，当作药品推荐给消费者，或者对一些“食健字”产品夸大疗效，包装成“神药”。第二方面的问题是隐蔽性强。除了商家店播外，一些主播的领域本身和“三品一械”并无关系，却通过“擦边”的方式在直播间里兜售。

在行业治理方面，张书乐认为，“只是‘三品一械’，都要从不具备相关资质的直播间中消失，是最好的处理方法。参考健康医疗类自媒体管理上的资格要求，将健康管理、健康服务和健康消费交给专业机构、专业人员，只有具有相关资格认证的从业者和机构，才可以直播带货。并且对其带货中可能出现的违规问题，从严管理，一经发现、取消资格，或可有效地杜绝隐患。”

据南方都市报

直播间卖保健品 假专家精准坑老