

本报热线:6610123 967066 新浪微博:@今日烟台

# 老人珍爱健康,子女“必须孝顺”

## 解读“神药”保健品遭老年人疯狂抢购背后的原因



本报记者 于飞  
实习生 张晓梅

什么保健品这么“神”，一帮老人到幸福中路的“健康e家”店里“疯抢”以致脱销?25日和26日连续两天，本报对“看了电视讲座，老人拿麻袋到店里疯抢保健品”一事进行了报道(详见本报2月25日C08版和2月26日C09版)。26日中午，记者再次来到位于幸福中路的“健康e家”，店里的保健品仍旧脱销，还是有市民纷纷来交订购款，工作人员忙得手忙脚乱。

这保健品真这么神吗?为何会吸引如此多的老年人前来购买呢?带着一系列的问题，记者对多位购买者进行了采访，通过购买者的讲述来分析老年人热衷抢购保健品背后的原因。

### 镜头一

病急乱投医  
有希望就要试

张先生的老伴今年70多岁了，腿部静脉曲张转化成了静脉炎，已经有20多个年头了，腿疼时根本无法走路。这么多年张先生带着老伴四处求医，北京的大医院也去过几家，可是医生都说手术的成功率无法保障，建议他们保守治疗，然而治疗了这么多年，一直不见效果，病情

甚至开始慢慢恶化。

张先生说前段时间在电视上看到了一位名医的讲座，里面的案例有跟他老伴相似的，人家吃了这些保健品后，病情有所好转。“电视里把这些保健品说的挺神奇，但是我们没吃过，也不知道效果，就想试试看，也算是病急乱投医了吧。”

张先生说，看着老伴腿疼的时候，他心里挺不是滋味，虽然不知道这些保健品对老伴的病情有没有帮助，但只要有可能也要试试看。

记者在产品说明书上发现，每套“神药”由容大牌硫酸软骨素红曲片、雪莲蛹虫草颗粒、藏宝三种组成，出售价格2688元，还是比较昂贵的。

### 镜头二

有赠送活动  
赶紧购买

家住栖霞的孙先生，特意跟儿子赶到芝罘区来买保健品，孙先生说他的妻子今年45岁，头部有肿瘤，已经17年了，经常头疼，但是不敢轻易做手术。孙先生说，妻子的肿瘤在脑子里，手术如果不成功效果还不如不做，所以病情就一直拖着，头疼的时候就吃点药。

“电视里名医的讲座，我们每天都看，看了一段时间了，最近知道搞活动，赠送天山雪莲，就想买一套试试吧。”孙先生说，他就是栖霞的一位普通农民，一套保健品2688元，对他来说也不是个小数目，但是想到妻子头疼时的样子，就趁着搞活动买一套试试，希望能有点效果。

由于当天店里没有货，购买者可以先交预付款，孙先生的儿子担心商家可能携款逃跑，就留了个心眼，跟旁边的商铺打听了一下，得知这家店铺已经开了1年多了，去年搞活动的时候也曾出现产品脱销的情况。打听到这些信息后，他也就支持父亲购买了。

### 镜头三

被孝心“绑架”  
子女不得不买

市民张女士特意开车从莱阳赶到芝罘区幸福中路购买保健品，但是张女士却对这些保健品的功效持怀疑态度。“老人在家看的那个讲座，我也看过，我就觉得是骗人

的。”张女士说，现在电视里那种类型的广告挺多，功效太夸张，她觉得不太靠谱。

然而，家里老人坚持要买，做儿女的不好太违背老人的意愿。“老人身体不好，

想要买点保健品，当儿女的还能说不买吗，不管有没有效果，不买就是不孝啊。”张女士说，出于无奈，不得不买，不求有多么显著的效果，吃了别对老人的身体有害就行。

### 镜头四

不打广告  
只办讲座

采访中记者了解到，店铺里的大多数购买者都是看了电视台的讲座，然后通过拨打热线电话来购买的。到底是什么样的讲座，能产生如此大的影响力?购买者唐女士告诉记者，她每天都在家里看名医讲座，名医讲得很好，都是关于健康和养生的知识，她觉得很有道理。

在讲座里，名医着重介

绍了天山雪莲的功效，而且现场还有好多中老年人在听讲座。名医讲完了，现场就有人发言，说自己以前有什么毛病，吃了天山雪莲后，效果非常好，病情减轻了不少，甚至痊愈了。“雪莲是好东西啊，现在搞活动送雪莲，就赶紧过来了。”唐女士说。

据唐女士介绍，在讲座

里名医只讲养生常识，没有推销过什么产品，只是在节目里留下了热线电话。“既然效果这么好，我就想打电话问问。”张女士说，她拨打了热线电话后，告诉工作人员自己的腿脚不太灵便，工作人员便向她推荐了这些保健品，说对她的身体有好处，并告诉她该到哪里购买保健品。

# 遇到这些推销手段,请老年人擦亮眼

## 业内人士为大家盘点保健品市场惯用的营销伎俩

本报记者 于飞  
实习生 张晓梅

现在的保健品市场良莠不齐，就如“健康e家”的店铺里，只卖保健品，并没有任何宣传广告标语，而电视讲座也不涉及推销产品，几乎不存在夸大宣传的情况。执法人员表示，面对这种情况，他们执法的难度相当大。所以说，面对众多的营销伎俩，还需购买者自己擦亮眼，提高辨识能力。为此，本报特采访业内人士，为大家盘点保健品市场常见的营销伎俩。

### 防骗提醒

## 子女平时多陪陪老人

尹先生提醒，保健品市场良莠不齐，建议广大中老年人在购买时擦亮眼睛，不要听信销售人员的一面之词，也不要过于迷信保健品的功效，有病还是要到医院接受治疗。

另外，尹先生认为老年人比较容易被忽悠，主要是因为他们内心比较空虚寂寞，儿女平时不在身边，对社会上一些行骗伎俩缺乏认识，销售人员便容易趁虚而入。所以他希望子女平时能多陪陪老人，填补他们的感情空白，多跟老人交流，向他们多讲一些社会常识，防止老人因为经验不足而上当受骗。

本报记者 于飞

### 伎俩一

连哄带骗给老人查身体

据业内人士尹先生介绍，人老了以后都比较关注自己的健康，怕生病，保健品的销售人员正是抓住了老年人的这个心理，“有时会现场免费为老年人做检查，连哄带骗地诊断出各种问题，夸大病情的严重性。”尹先生说，如果检查出了问题，老年人会害怕，销售人员便趁机推销保健品，成功概率很大。

## 营销伎俩

### 伎俩二

大打亲情牌,和老人套近乎

尹先生说，销售人员惯用的伎俩就是“情亲牌”，经常上门服务，亲切地叫着“爷爷奶奶”、“叔叔阿姨”，跟老人拉家常，甚至帮老人打扫卫生，这样就比较容易得到老人的信任。老年人的心比较软，觉得销售人员都是年轻人干工作不容易，就会不自觉地掏腰包。

### 伎俩三

开讲座,利用专家效应

开讲座也是重要的手段，让老年人免费听讲座，只讲健康养生类的知识，不谈保健品，但却能起到润物细无声的效果，之后再由销售人员对老人进行“各个击破”，讲解保健品的功效。当然还需要重要的“道具”，那就是“名医”。聘请“名医”来讲座，利用专家效应，会比较容易得到老年人的信任。