

“老”问题咋解



瞅着满屋子的保健品和保健器械,老人有些发愁。 本报记者 戴伟 摄

济南老人自爆买保健品经历 听了三次会,买了12万的保健品

济南一名退休的那姓老先生,参加了三次某保健品销售公司组织的会议,仅仅这三次会议,他就花费12万元购买了会上推销的保健品。但那老先生食用后,发现疗效并没有宣传的那样显著。为了不让后来者上当,那老先生自爆了购保健品的经历。

本报记者

一间屋子堆满保健品 每天接十几个电话

那老先生今年70多岁,2016年,他参加了三次由济南历下海存健康咨询中心组织的会议,三次会议分别花了6万元、4万元和2万元购买了不同的保健品。

15日,齐鲁融媒记者来到老人家里,他家有一间屋子专门存放保健品。地上堆满了各种盒子,很多还没拆开,有空气净化器、药理枕头、平底锅……

那老先生指着一堆绿色的包装盒子说:“这是我第一次买的,叫‘颐元’,一共六盒,6万元。”里面共48小瓶,每个瓶子里只装了不到五分之一的胶囊。“一直在吃,但这么长时间了,我觉得完全没有达到他们所说的效果。”

除了“颐元”,还有一种叫“中科95”的口服液,老人喝了一盒,“但我没觉得有任何效果。”买这款产品还赠送一台空气净化器 and 几盒向天果。空气净化器老人连包装都没打开,“专家”说产自马来西亚、具有活血降压作用的向天果,老人吃了一盒之后,也没觉得有用。

那老先生拿出了一堆购买保健品的收据,有的写着5000元,有的写着6000元,共有几十张,收据的章上显示的是“济南历下海存健康咨询中心”。不过,并没有开具正规发票。

记者发现除了参加海存公司组织的活动外,老人还参加过其他的保健品会,客厅里摆放的保健品包括胶囊、口服液、药片等产品总计十多种。

“能用的我都用了,不能用的只好在这放着,我也不敢送人,毕竟谁也不能保证会不会有副作用。”老人略显无奈地说道。由于参会较多,购买花费

较大,老人已经被从事保健品销售的人员给“盯”上了。“我每天能接到十几个电话,每天都有全国各地的电话打来,甚至连内蒙古赤峰的都打电话来,他们对我的情况很了解,也知道我老伴有糖尿病。如果不接电话,他们还会上门到家拉拢。”

去年,那老先生也曾遭遇一家自称北京“同仁堂”公司的电话营销,他在那里共购买了整整18万元的“特效药”。

为宣传疗效 用上曼德拉、武则天

“中科95是中科院专门为曼德拉研制的保健品。”那老先生绘声绘色地模仿着当时会上讲课的人说的话。那老先生介绍,为让老人购买保健品,这些宣传人员经常打着一些名人、伟人及“某某中央首长”的名号做宣传。

“当时演讲的人介绍,曼德拉在监狱里关了六年,身体就跟死人一样,美国、联合国很多高明的医生都没有治好,就靠中科院院士研制的这款中科95保健品吃好了,活了95岁。”

而那老先生第一次参会购买的颐元,会上演讲人员说,是中央首长吃的,体弱多病的老年人食用可以增强免疫力、延缓衰老。还说如果中央首长吃的话,一盒4万多元,而他只卖5000元。

还有一款叫五行御宝的保健品,宣传人员说是之前武则天吃的,对睡眠、免疫力效果都很好。

那老先生第三次参会,购买的蛹虫草子实体氨基酸口服液,演讲人员在现场称“吃这个东西保证一年不用吃任何保健品”。

齐鲁融媒记者就老人口述的这些宣传噱头,向专门负责联系老人参会的公司工作人员刘先生求证。刘先生表示“不清楚,不知道”。

连开四天会 先尝甜头后买商品

“这么多产品给你了,你说值不值,买东西还要有来有往,您不能老让我吃亏。”那老先生介绍,保健品销售员经常这样说。

保健品销售公司手里掌握了大量老人的信息,开会前会频繁打电话,邀请老人来参加会议。“一口一个爷爷、奶奶地叫着,最后也不好意思不去。”

一般来说,一次开会持续四天,这种会都会打着“关爱老人”的名义。那老先生第一次参加的会就是打着“公益活动关心老年人”的旗号,开始,演讲人都说自己不卖产品,头一两天,给老人发了各种赠品。

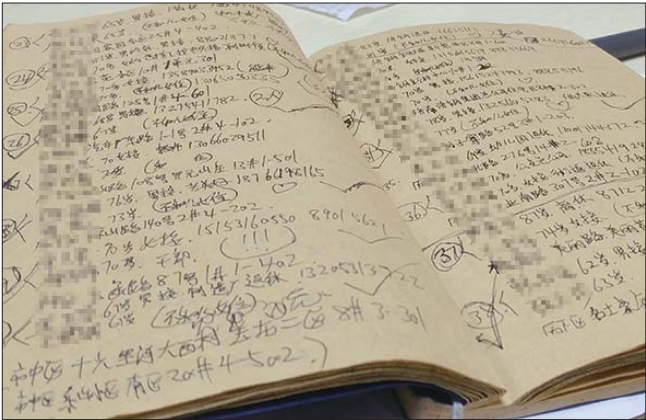
老人介绍,他们会被安排在一家饭店开会,工作人员会说,赠品按人头发放,为了避免不得来预交10块钱“保证金”,钱会退还。交了钱的人都领到了很多赠品,而且退了钱。

会后工作人员说,第二天的礼品更丰厚,让老人都要来,而且要带大行李车。老人交100元“保证金”,领到更多的商品。

第三天,手法类似,老人获赠的产品更多,而且交的钱更多。

“第四天,会不断有工作人员做工作,‘你看我给你这些产品值不值,这四五万元的东西,我就收你5000元你看值不值?’大家都说值,我这么要面子的人,也不好意思自己站起来说不行,就这样把东西拿回来了,钱也没退回来。”那老先生说。

负责联系那老先生的业务员证实,老人确实购买了12万元的产品。对于那老先生反映的没有效果,他表示,保健品是按周期吃的,会有一定好处。每个人体质不一样,有的人见效快,有的人慢。对于发票,他表示,如果老人有要求,公司可以开发票。



公司掌握老人信息,专门备注了“不和儿女住”。 本报记者 摄

网上查询: 一款没批号,一款批文到期

不过,记者记录了那老先生购买的几款产品的批号发现,一款名为“和泰”中科95的产品没有保健品批号,而记者根据其产品标准代号查询发现,该款产品所依照的“SB/T 10347”产品标准为“糖果、压片糖果”的生产标准。

上面还印有“CCTV.COM商城”的LOGO,打着央视网商场优选品牌,记者分别输入“和泰”“和泰中科95”和“中科95”等关键词,均未在该商城上搜到此产品。另外,该产品的包装上还印有“中国科学院专家团队研制”字样。

名为“蛹虫草子实体氨基酸口服液”的产品,其批文有效期至2016年1月27日。而那老先生购买的产品生产日期为2016年11月8日,生产日期超出了产品批文的有效期限。

本报记者

现场探访: 老人信息备注“不和儿女住”

记者到海存公司进行暗访发现,工作人员跟老人混得很熟,老人哪里不舒服都很了解。有的年轻人一手搭在老人腿上,一边跟老人亲切交谈,还不时耳语一番,话语间涉及一些产品的功效和来历,工作人员说得很隐晦,反而营造出一种“产品非常牛”的错觉。

工作人员手里有一本非常详细的通讯录,记录了每一位老人的家庭情况,包括身体状况、电话号码、家庭住址、工作单位、病情等诸多信息。多名老人信息后还专门备注了“不和儿女住”。

那老先生的女儿向记者表示,老人买保健品她多次劝过,但根本没用。“我们怎么劝都不听,最后老人也不跟我说了,我也不主动去打听。毕竟老人有收入,我们又不能限制不让买。”

而那老先生的老伴每次提到老人花费巨额钱财购买保健品时都是以泪洗面。“我身体不好,他参加这么多会,花这么多钱,也是希望能对我有点帮助。可是每次他去银行取钱,我都看着很心疼,每次都是好几万地买,真是舍不得。”

本报记者