

燕赵观点

一味追求经济效益,甚至是不择手段,已经成为亟须解决的一个社会问题。欺骗老年人,则是一些不法之徒惯用的伎俩。

张西流

买保健品花光生活费,别让过度推销成为“坑老”利器

“我真是入了迷了,买了这么多保健品,根本吃不完啊。”杭州92岁的梁奶奶指着满屋子的保健品说。如果不是口袋里的生活费只剩下10多元,恐怕梁奶奶还不会意识到自己买保健品过了头。她说,这些年自己在保健品上毛估估花了一两百万了。采访期间,梁奶奶的手机响了五六次,一接起来,全是推销保健品的。(11月14日澎湃新闻)

不可否认,以养生、健康等宣传方式推销保健品,是从情感上拉近与老年人的距离,最终目的还是为了销售高价保健品。杭州这位年过九旬的老人,痴迷保健品十多年,每天坚持吃三四种保健品,花了一两百万,吃光了毕生积蓄,几乎到了倾家荡产的地步。

问题是,目前针对保健品销售乱象,还存在管理困境和盲区。比如,打法律的擦边球进行营销,即使存在虚假宣传之嫌,也很难取证。特别是,一些老年人看不清过度推销背后的伎俩,被商家牵着鼻子走,疯狂购买保健品,甚至不惜同子女反目。

虽然保健品各种问题的新闻不断,但追捧保健品的老年粉丝,还没有完全清醒过来。可见,一些不良商家通过各种手段拿保

健品骗财固然可恶,但更需要反思的,是无处不在的非理性的“保健品依赖症”,以及老年人群体无意识的跟风行为。

随着医疗水平的进步以及生活水平的提高,我国将逐步步入老龄社会,老年人将成为一个相当庞大的社会群体。为此,国家和地方均制定了一系列优待老年人的政策,倡导社会和公众尊敬、关爱老年人。然而,偏有一些无德商家,非但不善待老年人,反而变着花样去忽悠老年人。比如,向老人过度推销保健品等,以此骗取老年人的钱财,这种行为严重损害了老年人的身心健康,侵犯了老年人的合法权益。

老人买保健品花光生活费,过度推销成“坑老”利器。一味追求经济效益,甚至是不择手段,已经成为亟须解决的一个社会问题。欺骗老年人,则是一些不法之徒惯用的伎俩。他们利用老年人与社会脱节、容易上当受骗的弱点,频频将罪恶之手伸向老年人。因此,保护老年人权益,治理保健品乱象是必要之举。比如,严格执行“保健品不是药物”警示规定,加大对销售环节的监管力度,查处夸大保健品功效的违法行为。

网友说

@苏格拉瓦威威——首先是利益诱惑,免费体检、免费试用,都是从“免费”开始;其次是“亲情攻势”,爹呀妈呀叫得比亲儿子都动听,便宜占时间长了老人也觉得不好意思;再次还有环境渲染……哎,门道很多。不少老年人已经不太懂这个时代了,也不听儿女劝告,一意孤行。

@82年冰阔洛——儿女多陪陪老人,老人怎么会听推销员的忽悠。有些老人太孤单了,推销员几句嘘寒问暖就把老人打动了。

@海蓝见鲸——上当的老人可怜,但是行骗的人更可恨。

@大空天雀——多陪陪老人,常回家看看,别让老年人陷入“孤独”的泥潭,从而被“热情”的陷阱蒙骗。

@般若——这么多退休金做点有意义的事不好吗?儿女劝不住,不给买还要被骂没孝心,有关部门管管吧!

燕赵都市报
YANZHAO METROPOLIS DAILY

主办:河北日报报业集团
出版:燕赵都市报社
值班副总编:张洪杰

地址:石家庄市裕华东路86号
邮编:050013

新闻热线:0311-88620000

微博爆料@燕赵都市报

声明:

未经燕赵都市报书面授权,不得转载或使用燕赵都市报及燕赵都市报旗下新媒体所刊载内容。

在线阅读燕赵都市报原创内容,请扫描以下二维码,关注燕赵都市报官方微信、微博及头条号。



燕赵都市报抖音



燕赵都市报快手



微信



微博



燕赵都市报头条号

公民发言

“果小云”事件:“薅羊毛”还是“剪羊毛”?

“双11”期间,一则“羊毛党”薅垮天猫网店“果小云旗舰店”的消息,引起了广泛关注。“果小云”重新开张后,其所售脐橙大卖,月销3万余单。与销量同时“收获”的,还有来自媒体和网友“营销炒作”的质疑。调查发现,这家网店存在复制他店信息的行为,且其背后公司注册资金百万,负责人家中也并无脐橙果园。最新消息称,几经波折后,涉事网店于11月13日晚再度下架了所有在售水果。(11月14日澎湃新闻)

这起事件当初引发广泛关注,关键在于两点。其一,“果小云”以受害者形象出现,一句“自己是农民,与叔叔合伙凑钱开店,这家店是命根子”,激发了人们的同情心。其二,抓住了“薅羊毛”这个痛点,引发了人们对于“羊毛党”泛滥成灾的痛感,进而产生了强烈的共鸣。两者缺一不可。

现在,情况似乎有了些变化。不必讳言,

互联网确实存在“羊毛党”。但这起事件,到底是不是“薅羊毛”这么简单,恐怕还不一定。现在,这家店已经承认了抄袭其他网店商品图片、信息的行为,虽然否认了营销炒作一事,但从调查来看,事先抛出来的人设是“存疑”的,其股东名下关联多家电商,家里的果园同样难以确定。

无论事件走向如何,在“羊毛党”问题上形成的共识,不应该遭到反转。但反观当前互联网,相对于“薅羊毛”,商家“剪羊毛”的现象,同样值得关注。

“剪羊毛”的实质就是商家不守诚信,不讲底线,把公众当成小绵羊。营销炒作,可谓典型。这些年来,发生了不少“剪羊毛”事件。去年“双11”前,一则“痛心!50万斤脆甜丑苹果抢收不及,求你帮老人孩子渡过这个难关!”的贴文,甚至遭到了官方“打脸”。“悲情营销”“矫情营销”“温情营销”……种种

营销炒作,刺痛了无数人的眼睛,伤害了无数人的感情。

营销炒作能够成功,不是炒作者智商有多高,而是社会有感情,存在温柔和善良。明明是人性优点,却被炒作者看成弱点,当成了可以利用的工具。营销炒作的最大出血点,并不是让消费者掏了一点钱,承受了一点经济损失,而是让人性温暖、社会温暖为之买单。这种行为的可怕之处在于会形成“寒蝉效应”,对爱心造成重大戕害,甚至导致真正值得同情的人得不到同情,真正需要救助的人得不到救助。

唯有爱心不可辜负,唯有善良不可伤害,唯有诚信不可僭越。“果小云事件”,到底是“薅羊毛”还是“剪羊毛”,亟待真相的进一步挖掘。但有一点必须明确,底线不可触碰,“剪羊毛”与“薅羊毛”同样不可原谅。

(毛建国)

31层楼卖33层的房,“空气房”源于“空气监管”

云南昆明的高女士遇到闹心事:她2017年在龙湖半山楼盘内部认购了一套位于33层的房屋,但发现近期封顶的楼房只有31层。高女士为这套不存在的“空气房”维权至今,房款和房屋都无着落。目前,这个楼盘共有190余套违规预售房产生纠纷。(昨日本报10版)

只有31层的楼房,敢卖33层的房屋,遭殃的有近两百个购房者,可见开发商的胆子大到了何种程度。

这个项目今年3月才拿到预售许可证,但早在2016年,就以内部团购的名义在销售。有人会说,购买五证不全的房子,购房者自己也有责任。此话不假,但如果违规预售成为行业惯例和普遍现象,这种指责又显得十分苍白无力。很多购房者都有这样的体会:“五证”齐全的楼盘都不便宜,很多也是在证件不全时就开始销售了,所以仅余几套挑

剩下的尾房;“五证”不全的楼盘性价比更高,最后出事儿和被重罚的也不多见。这似乎意味着,不在证件不全时付出点真金白银和开发商共担风险,便无法享受更低的房价。

因此,在房价一路上涨的背景下,这些风险有意无意地被购房者所忽略了。然而,一旦出事儿就是大事儿,完全让购房者承担责任并不合理。对此,监管部门难辞其咎。就像股市一样,只是口头提醒股民注意风险,有时候并没有太大效果,对风险的意识来源于切实的教训。相较于发布公告和口头提醒,监管部门更应该做的,其实是规范市场。如果继续像几年前一样,违规销售是常见现象,那么不仅消费者选择有限,而且也会因劣币驱逐良币导致守法合规的成本越来越高。此外,对于违规销售的楼盘,执法力度非常关键,倘若不出事儿便没人管,“违规—缴罚款—合规”成为常态,也会让“以儆效尤”的执法

效果大打折扣,同时让购房者觉得风险并没有那么可怕。

表面上看,违规售楼之所以屡禁不止,在于开发商与购房者的利益趋同,愿意共担风险、共享利润,但如果仔细剖析其成因,便会发现执法不严、尺度不一也是导致市场乱象的重要原因。试想,如果开发商因违规售楼缴纳的罚款超过了利润,并会因此记入信用档案而导致今后无法拿地,他还敢违规吗?

所以,此事最大的教训在于,有关部门不能坐堂监管,而是要关口前移,及时了解市场信息,主动介入处理;更要对一切违法违规行为了零容忍,加大违法成本,而不是板子高高举起又轻轻放下,因为种种原因而只是罚点钱了事。长此以往,开发商的胆子越来越大,敢于冒险配合的购房者也会越来越多。须知,人们对法治的信仰就来自于每一次对违法违规行为的惩治。

(宋鹏伟)