



長者關注身體健康，造就銀髮商機，坊間有不少打着賣健康產品旗號的商家，開設健康講座吸引長者「入局」購買高價保健產品。大公報記者深入追查，發現健康講座經營模式改變，新增購物龍虎榜、叫喊拍賣會、等價交換等方法，配合「做媒」唱好產品和贈送小禮物等傳統招數，令長者不知不覺跌入購物陷阱，有人甚至豪擲10萬元消費。

有區議員表示，區內累計數千居民參加講座，部分老友記受騙後不敢追討，最終不了了之，呼籲政府立法規管有關不良營銷手法。消委會過去四年多共接獲194宗相關投訴，但由於舉證存在困難，要追究實非易事。

大公報記者 石三原 馮錫雄

多年前，各區曾出現不少「健康講座」，推銷員藉送贈小禮物，配合傳銷技巧，誇大保健產品的功效，吸引長者購買高價保健產品，類似的「健康講座」於新冠疫情期間一度絕跡，但社會復常後又再次出現。

只接待長者 街客被拒入內

大公報記者在深水埗和土瓜灣，發現有商家舉辦「健康講座」向長者傳銷貴價「健康產品」。不少店舖只允許受邀長者參加，但場面依舊墟口。

以深水埗的一間店舖為例，記者在上午八時許抵達，已見店外有逾40名長者排起十多米的人龍準備「聽講座」，部分長者更是提前一小時到場等候。店舖貼上不透光窗貼，令外人無法窺見內部情況。街坊表示，只有持集印卡片者方能入場，部分長者更是「常客」，有人已到場20日。

土瓜灣的另一店舖外亦有類似情況，上午十時許已有不少長者在場排隊，道路兩側的街道更排滿了人。記者現場目擊，長者多持有寫着指定時段的入場券，但場外的工作人員亦有向周邊長者兜售兩元門票，表示沒有入場券亦能購票入場。記者以路人身份向工作人員購票，但場內工作人員表示講座僅開放予長者，拒絕記者入內。

化名黃老太的婆婆，曾參與在土瓜灣舉辦的「健康講座」，她斥資近萬元購入保健產品，最終發覺受騙，她向大公報記者憶述如何一步一步墮入銷售陷阱，揭開健康講座最新銷售手法的神秘面紗。

想「威過其他人」愈買愈多

黃老太表示，該類商家通常提供「着數」，如派發米麵糧油吸引老友記參加，「頭幾次參加，工作人員會同我們求其傾偈，不會直接開始推介商品，人好親切，但多去幾次後，工作人員會以『市道困難，公司有業務壓力』等理由博取同情，說服入場人士購買產品『改善健康』。」

「健康講座」內設有「購物龍虎榜」，按長者消費額排列位置，排名前列的長者可獲獎勵，包括智能手機、微波爐等獎品。黃老太說：「每次購物也會有工作人員在現場高聲喊出自己的名字、購物項目和金額，當下覺得『好威水』！」

她坦言，最初只是購買十多二十元的襪，後來為「威過其他人」，不知不覺就開始買幾千元的膠囊，結果回家後冷靜下來，經過一段時間後才發現產品功效被誇大，感到十分後悔，「（我）又不知道如何退貨，花費成萬元，甚至不敢講給子女知。」

消委會回覆《大公報》查詢時表示，由2020年至2024年9月，共接獲194宗與「保健食品銷售手法」相關投訴，當中有年邁的個案投訴人，先後購買八種總值38880元的健康食品，其後對功效有懷疑，向消委會及海關投訴。

消委會為長者設「智齡熱線」

消委會指出，此類醫療講座或保健產品試用會，多以社交場合形式吸引長者出席，並非一定涉及高壓銷售手法。不少出席此類活動的長者，如金錢上能夠負擔，一般亦不會輕易作出投訴，除非涉及非常大額的交易，又或與家人傾談間提及，家人懷疑長者受騙，個案才會浮現。消委會建議長者參加醫療講座或保健產品試用會前，先了解主辦機構的背景，不要因為贈品或免費試用產品，而參加來歷不明的講座。如長者遇上消費糾紛或欲查詢消費事宜，可致電消委會專為長者而設的「智齡消委會熱線」2110 2288。



有工作人員向周邊長者兜售入場券。大公報記者凱揚攝

贈糧油誘參加 噓寒問暖博信任

長者「健康講座」掠水 購物龍虎榜氾消費



在深水埗，一家「健康講座」商店門外，有數十名長者排隊等候入場。大公報記者凱揚攝

「健康講座」常見招數

有着數

- 出席者可獲贈禮物和免費試用
- 儲夠一定數量印花，可換領獎品
- 以優惠價鼓勵長者多購買



商店門窗貼上膠紙，讓人看不清內部情況。大公報記者凱揚攝

營造氣氛

- 場地平時不會隨便開放，製造排隊龍
- 每次限制進場人數
- 嚴格篩選進入者，年輕人士不易進入會場
- 沒有購物的長者如想繼續進場，須在講座期間「幫忙」表揚產品
- 推出購物龍虎榜，按購物金額為長者排名，刺激虛榮心
- 仿效拍賣會，大聲喊出購物長者姓名及購物金額，營造氣氛

細心關懷

- 推銷員對長者噓寒問暖，博取長者信任
- 看準長者「但求安心，不計成效」的心理，產品沒有明顯功效，但心理上卻較安心
- 「等價」交換：向多次領取禮物的長者表示「需要幫忙」，鼓勵對方購物或「帶朋友」來

資料來源：綜合受騙者、地區人士意見

每半年搬舖 尋找新獵物

有地區人士指出，類似的保健產品講座商舖，一般以短期租約形式運作，只計算深水埗區，疫後出現兩至三間，「成功騙了一班長者之後，運作幾個月後就關門，再去另一個臨時場改頭換面，又再繼續經營！」

九龍城區議員林博表示，區內不乏這類商舖，一般以短租形式開設會場舉辦講座，隨後半年轉移一次地址，行蹤神秘，過往讓義工入場了解內部情況，結果義工也遭人「洗腦」購物。

他表示，曾經協助求助者，去信向該類店舖尋求退款，最終不得要領。他也曾經聯絡有關機構或部門跟進，但該類店舖總能夠因牌齊全、避開條例紅線，全身而退。他估計，區內已有逾千名長者曾經參加健康講座，部分居民甚至「豪擲」10萬元買保健產品，至今已收到10餘宗相關求助，不過他相信，仍然有不少長者雖然自覺受騙，礙於面子不敢求助。

林博認為，有關情況並不理想，建議政府應對保健品、保健儀器等行业立法進行規管，要求商戶列明成分、副作用等信息，並需經政府部門驗證取得許可方可經營。

深水埗區議員何坤洲表示，保健產品講座營運者看準深水埗基層及長者較多，每次以提供優惠或致送禮物作招徠，「有關保健產品經過『洗腦式』推銷或誇大功效後，往往比市面同類產品貴幾倍甚至十倍，但整個銷售過程，未必有威逼成分，所以要成功指控經營者獲得退款，往往非常困難！」

他建議，警方繼續加強宣傳，提醒長者慎防類似的「洗腦式」銷售手法，政府相關部門可以研究，修訂《商品說明條例》或不良營商手法內容，配合卧底喬裝「放蛇」行動，加強打擊無良商戶，保障市民消費權益，避免更多人受害。大公報記者 石三原

議員倡修例規管營銷手法

堵塞漏洞

目前本港沒有專項法例規管長者講座，不過講座上的口頭承諾及產品介紹，也受到《商品說明條例》管制，醫療聲稱也受到《不良醫藥廣告條例》規範。立法會衛生事務委員會主席陳凱欣認為，針對長者講座營銷手法，誇大產品功效，可以在相關《條例》中加入附例，堵塞漏洞。

陳凱欣指出，不少長者保健講座只舉辦一段短時間，當長者們購買保健產品回家，服用或使用幾個月後，才發覺身體狀況沒有任何改善，但展銷場地已經人去樓空，往往難以追究，「但只要不涉及威逼，實際上買賣雙方，一個肯買，一個肯賣，一般情況下實在難以追討。」

她建議，在《商品說明條例》和《不良醫藥廣告條例》之中，加入附加條例，包括涉及營銷誇大的內容，可以控制賣方違例，方便相關部門執法，海關可以派員喬裝顧客，透過「放蛇」執法行動，打擊不良商戶。

陳凱欣又特別提到，發現近年有不少商戶銷售類似保健產品，找來明星宣傳並誇大產品功效，但有關產品未必具有足夠的科研實證，呼籲長者不要盡信廣告；至於聽講座送禮品或購物大優惠，要緊記便宜莫貪，正所謂「邊有咁大隻蛤蜊隨街跳」。

消委會表示，雖然本港目前並沒有制訂法例規管醫療講座或保健產品試用會，但講座或試用會上的口頭承諾及產品介紹受《商品說明條例》規管，醫療聲稱亦受《不良廣告（醫藥）條例》規管。然而，長者若遇到不良銷售手法時，舉證往往存在困難，未必有能力細說推銷的過程，要追究實非易事。大公報記者 馮錫雄

「被人哄着哄着，就買了很多東西」

過來人語

一些健康產品店透過「健康講座」接觸長者，再以一系列招數吸引他們購買用不着的高價產品。有長者坦言「以前笑人傻，買後自己成為傻婆」。

以為意志堅定 可以「擺着數」

居住在新蒲崗一帶的蓮姐，今年70多歲，以往曾參與過四個多月的「健康講座」，傳銷下購買了大量補充劑和「健康科技」產品，最昂貴一次交易，購買一條近4000元的磁石腰帶，「一開始我也以為，只要意志堅定，就可以入場純粹『擺着數』。」

蓮姐表示，最初只是期望「聽完講座有米釋」，但去了多次後，覺得「啲哥哥仔姐姐仔（推銷員）人又靚，說話又親切，讓人覺得很開心，哄着哄着就開始買了很多東西，『買的那一刻，

我真的很快樂。』

她表示，當買了很多補充劑和保健產品回家後，冷靜下來才發現，自己根本不需要，買回來的「維生素」最後落得塵封的境地，「後來冷靜下來，再去講座只是想拿禮物，但是數次後就被拒絕入場，醒覺別人只是想要你的錢，就再也沒去。」

住在土瓜灣的鄭婆婆，過往也是健康講座的常客。她表示，「我去的那家店裏面有個龍虎榜，買東西多了就能排到榜前，每次買東西還會被大聲喊名字和金額，煞是威風！」

她表示，起初每次離開講座，看到別人買了很多東西，還會心中笑道，「傻的嗎？買這些來做什麼？結果沒想到自己最終也被哄來買東西，在那個氣氛下面，被人不停起哄買東西，原來真的容易變傻婆！」 大公報記者 石三原



買來求心安

試過買800元左右的營養補劑，效果……應該有吧，買來求心安。

我來了這裏十多次，感覺好優惠，來打發時間也沒什麼。

來打發時間

顧客心聲