

# 完善立法、规范市场、强化科普、家庭陪伴多方发力共同守护消费环境 应严禁主播用虚假情感诱导消费

都市时报全媒体记者 王丹丹 张小燕

中老年人热衷低价游、轻信高收益理财计划，消费陷阱层出不穷，不仅让个人财产面临风险，也让子女忧心。盲目跟风消费、缺乏辨别能力、信息不对称等问题交织，成为当前老年群体消费困境。面对花样翻新的套路，如何加强监管、提升中老年人自我保护能力、完善制度保障，成为亟待破解的课题。对此，多名专家表示，需从规范市场、强化科普、完善法规、家庭陪伴等多方面入手，织密老年消费安全防护网，守护好中老年人的钱袋子与晚年生活。

全国人大代表、北京金诚同达(西安)律师事务所律师方燕：

## 应规范银发经济发展 加强网络消费者权益保障

“到底怎样才能有效治理针对中老年人的‘消费陷阱’？”社交媒体上，不少消费者发出感慨。据新京报报道，今年全国两会期间，方燕在接受采访时表示，她建议修订《中华人民共和国老年人权益保障法》。方燕认为，中老年人作为相对弱势的群体，在遇到问题时应该得到法律支持和帮助。她提出建立老年法庭，开展适老化审判工作的试点。方燕认为，目前面向中老年人的有偿短剧、保健品、理财产品等种类繁多，应规范银发经济的发展，加强中老年人网络消费者权益保障。她建议完善立法，严禁网络主播用虚假情感诱导中老年人消费。

全国政协委员、遵义医科大学附属医院副院长傅小云聚焦老年人权益保护，提出构建全链条保护体系为老年人权益撑起“托底网”。他表示，人口老龄化程度加深，针对老年人的电信网络诈骗、虚假保健品销售、非法集资等违法犯罪活动也随之高发频发。希望构建事前预防、事中干预、事后救济全链条保障体系：通过常态化普法与基层网格排查，提前防范涉老风险；联合多部门整治诈骗、虚假宣传等突出问题，并在重点场景增设主动防护。同时，他还建议放宽法律援助审查标准、设立维权服务点，开通涉老案件绿色通道，为老年人提供便捷高效的司法救济。

北京大成(昆明)律师事务所高级合伙人代晨：

## 中老年人消费时一定要保持理性 仔细甄别商品信息

中老年人如何避免新型消费陷阱？代晨指出，无论是旅游养生、投资理财还是以房养老，中老年人消费时一定要保持理性，仔细甄别商品信息，谨慎下单，一旦遭遇问题，要善于运用法律武器维护自身合法权益。

代晨表示，其中，中老年人选择低价旅行团时，若价格远低于市场正常水平，仅通过不正规的微信转账方式交易，基本可断定存在潜在消费陷阱，务必与正规旅行社签订合同。出行前，购买旅游保险十分必要，当人身财产安全受到损害或因旅行社过错造成损失时，可借助保险机制获得补偿。旅途中，若遭遇强制消费或黑导游，要勇敢向当地旅游部门投诉维权。

“以房养老”本是老人提供的创新养老模式，其核心在于老人将自有房屋抵押给有资质的保险公司，生前可按月领取养老金并保有房

屋使用权，身故后保险公司处置房屋填平费用。但现实操作中出现了诈骗变种，一些小贷公司或商贸公司打着理财旗号，以高息为诱饵，诱使老人抵押房屋。一旦老人后续还不上款项，房子就会在生前被拍卖，导致钱房两空。为此，老人要警惕高息允诺，签订合同时仔细甄别抵押款项用途及房屋使用权保障条款，查验保险机构和产品是否在银保监会备案，不签空白合同、不代签，注意留存转账证据。

## 云南大学社会学教授金子强： 针对中老年人的消费骗局 是社会转型中多重因素作用的结果

随着老龄化进程的加快，中老年人越来越成为消费市场的新主力军。中老年人所遭遇的消费骗局，越来越成为一个无法被忽视的问题。尤其是现在独居或空巢老人比例不断上升，这一问题更加凸显。子女因工作压力或异地生活，难以为中老年人提供情感陪伴和消费决策支持，导致中老年人易被骗子以“温情攻势”攻破心理防线。

加之现代社会个体化趋势下，家庭对中老年人的经济与决策保护功能减弱，部分中老年人因不愿给子女添负担，选择独自应对消费问题，增加了受骗风险。一些独居老人因社交匮乏，易将消费行为作为情感寄托。部分中老年人希望通过高额消费(如投资理财、收藏品购买)

证明自身价值，却因风险意识不足陷入骗局。

金子强表示，老年群体要打消“用小钱赚大钱”“吃小亏赚大便宜”的念头，选择合法、正规的消费渠道，还应不断增强风险意识，提升使用电子产品的素养和能力。社会通过社区讲座、公益广告等形式普及常见骗局特征，帮助中老年人增强对夸大宣传的辨别力。

子女和家庭成员应强化情感支持与决策参与，定期了解老人的消费动态，帮助审核合同与产品资质，避免其因面子或孤独感冲动消费，同时应通过陪伴与社交活动减少中老年人的孤独感，降低其对“温情营销”的依赖。

相关部门应加强社区养老服务中心建设，为中老年人提供健康咨询、消费指导等一站式服务，同时利用好社区、志愿者等力量，为老年人提供免费法律咨询、消费维权支持，帮助中老年人识别消费陷阱。针对一些中老年人上当受骗的高发领域，如保健品、养老保险、养老公寓等几大专门瞄准老年群体的消费项目，需要更具针对性的治理和规范，从源头上压缩他们“诱骗”老年消费者的空间。

针对中老年人的消费骗局不仅是经济问题，更是社会转型中家庭结构、技术适应、市场伦理等多重因素作用的结果，解决这一困境需构建“家庭—社区—市场—政府”协同治理体系：通过情感支持弥合代际疏离，通过技术赋能缩小数字鸿沟，通过制度创新规范市场秩序，最终实现老年消费市场的安全与可持续发展。

