

广州市消委会发布调查报告

老年人陪伴式消费类别多 旅游、与朋友聚会支出最多

3月12日,广州市消费者委员会召开了2025年“3·15”信息通报会。会上发布了《广州市老年人陪伴式消费现状调查报告》(以下简称“报告”)。报告指出,51%的广州老年人在日常生活中感到陪伴缺失,逾七成的受访者表示在老年人陪伴式消费方面并未遇到过消费投诉(纠纷)问题。报告同时发布了老年人陪伴式消费的典型案例,有不良商家不断诱导老人消费,致使老人花光了去世父亲的抚恤金。

■新快报记者 王彤 通讯员 穗消宣

▶ 老年人刷短视频网上购物花费多

报告以问卷调查、深度访谈、典型案例结合的方式,对全市2319个样本量、12位受访者以及约50个案例进行了调查。报告指出,据第三方统计,2023年广东省月人均养老金为3630元,本次受访的老年人平均月收入达5635.11元,显著高于全省月均养老金水平。受访对象中,逾五成的老年人是空巢老人(占比21%)、独居老人(占比18%)或与子女同住但未有孙辈(占比14%),让他们有更多空闲时间,51%的广州老年人在日常生活中感到陪伴缺失。

报告显示,广州市老年人当感到陪伴缺失时,会寻找各种活动消磨时间,如:到社区养老中心参与社区活动(占比29%),种植花草(占比23%),刷短视频(占比23%),与朋友聚会(占比22%),参加书法、绘画、音乐等文化课程/老年大学(占比22%),做家务活(占比21%)及旅游(占比20%)等。其中,花钱最多的前七项分别是旅游、与朋友聚会(各占14%),饲养宠物和种植花草(各占12%),刷短视频,做家务活及网上购物(各占11%)。

▶ 消费环境较好老年人陪伴消费投诉少

广州市消费环境较好,老年人及其家人遭遇老年人陪伴消费的投诉事件少。根据报告,逾七成的受访者表示在老年人陪伴式消费方面并未遇到过消费投诉(纠纷)问题。当遇到消费问题时,接近六成的老年人会选择“直接找商家或平台沟通协商解决”(占比30%)或者“向商家或平台投诉”(占比29%)。约四成的老年人选择“拨打政府热线投诉”(占比27%),以及“向消费者组织投诉”(占比10%)。

报告指出,情感及健康需求成为广州市老年人主要的陪伴式消费需求。调查发现,逾六成购买过保健品的老年消费者中,有62%的受访者是通过保健品推销会(占比30%)或养生体验店(占

比32%)购买保健品。陪聊、陪玩且能提供健康咨询服务成为吸引老年人参加保健品推销会或去养生体验店的原因。

此外,广州老年人通过线上社交交友平台(婚恋网)进行交友的情况并不普及。本次调查中,只有28%的受访者表示有通过线上社交交友平台/婚恋网进行交友。但使用社交交友平台(婚恋网)的老年人,会进行消费的比例较高,平均花费金额1610.6元,表示不花费购买服务的只有12%。老年人在线上社交交友平台(婚恋网)消费的主要目的,一是参加线下交友活动(占比38%),其次是在线聊天(占比32%)。

▶ 望增加子女确认消费环节 保障老年人消费安全

报告指出,老年人陪伴式消费更多是为情绪消费,因此,要让老年人放心消费,满足老年人的情绪需求成为重要一环。

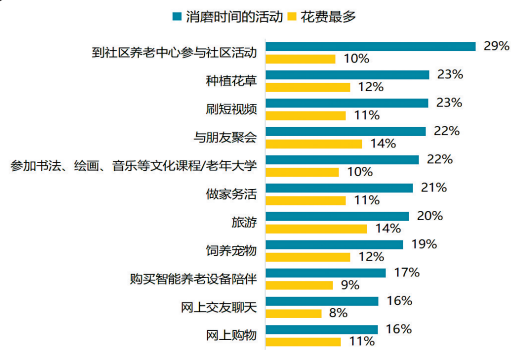
除了要丰富社区老年活动中心的活动,提升老年人的晚年生活质量之外,家人的关注也是防止老人上当受骗的重要一环。家人在日常生活中,要与老人有更多情感交流、精神陪伴,让老人对家人有更多的信任和依赖,这样在老人遇到拿不准的事时,才会主动与家人沟通,降低受骗的概率,让老年人敢消费、放心消费。

报告显示,不少受访者表示消费过程中希望增加子女确认消费行为来保障老年人的消费安全。具体来说,存在以下消费情形需子女确认,排名前五的为:消费需要进行银行转账(占比32%)、金额大于5000元的线上转账(占比29%)、消费涉及风险投资(占比27%)、消费金额大于10000元(占比26%)及需要签订合同(占比25%)。

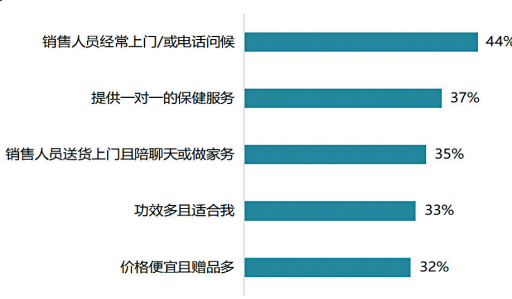
此外,受访者认为老年人出现以下情形,应需子女确认消费,包括:子女认定年长消费者有认知障碍症(占比40%)、子女认定年长消费者不能自理生活(占比35%)、医学诊断有认知障碍症的年长消费者(占比34%)等。

为切实保护老年人消费权益,报告建议在立法层面明确在大额消费、预付式消费、自动续费等高风险领域,增设短信、电话或者书面形式通知等确认环节,确保老年人在进行上述消费前得到子女或监护人知情与认可。同时,也应在法律中明确未履行子女确认环节商家的法律责任。

广州市老年人陪伴式消费类型及花费情况



老年人通过保健品推销会(去养生体验店)购买保健品的原因



老年人参加保健品推销会(去养生体验店)的原因



案例①

花了近6000元买的保健品竟是“三无产品”

广州白云区的吴女士今年初收到了一个包裹,内装十几盒“三无”保健品,是其年事已高且均不识字的父母所购买的。他们参加商场的“专家义诊”活动后,商家将该款保健品宣传得神乎其神,随后在商家客服频繁联系下,被诱导于2023年12月30日通过微信平台花费近6000元购买了该批保健品。吴女士遂与商家联系退款事宜,不料商家态度强硬,拒绝退款。无奈之下,吴女士向广州12345热线投诉。

消委会接到吴女士的诉求后,查实商家所售商品既无药品批准文号也无保健食品批准文号,是无实际生产者、合格证明等信息的“三无产品”,虚假宣传其商品涉及疾病预防、治疗功能,认为商家涉嫌违反了消费者权益保护法第二十条“向消费者提供商品和服务真实、完整、全面信息,不得作虚假或者引人误解的宣传”的规定,要求商家进行退款。

案例②

六旬老人多次购买美容项目花费133万

2024年3月15日当天,消费者田老太(66岁)在家人陪同下向市消委会反映,从2019年8月至2024年3月期间,越秀区某美容院工作人员不断诱导老人消费,多次购买美容项目,已累计花费133万元。

田老太接受美容院的服务之初,是源于十分在意自己脸上约半个巴掌大的黑斑,希望可以找到变美“法宝”。美容院利用她的心结,在明知道田老太脸上的黑斑是年轻时由于漆树过敏所致,连医院都束手无策的情况下,还夸大甚至虚构美容项目效果,让田老太对美容项目满怀希望。

同时,美容院还不断开展了情感攻势:店方在田老太生日时,订了蛋糕和水果,为其举办庆生活动,讨其欢心,且每周都电话邀约其去店内接受服务,店员通过夸大潜在疾病风险等方式,不断游说田老太开卡做各种新项目,且每个项目均预付了10~30次不等的款项。

田老太深知自己无力再消费,多次向店员表示不会再购买项目后,美容师表示愿意为其先“垫付”做项目。田老太就擅自自动用了已故老父亲的抚恤金(含丧葬费)共58万元,分多次转给店员还上垫付的资金。直到其他兄弟姐妹前来过问老父亲的抚恤金去向,她才和盘托出。

市消委会在收到投诉后,立即联系商家开展调查,发现田老太的消费项目除精油疏通经络之外,还有美人肩、丰胸提臀等多项明显不适合田老太年纪需求的美容项目,就连普通的洗面敷面膜项目,商家的收费均比市场同类高出三至四倍,也无法举证涉及给消费者在美容美体服务项目里使用的仪器、产品“三证”。

考虑到举证的实际困难,消委会提议,针对近一年期间所支付的58万元预付款组织争议双方调解。经双方同意,消委会组织了两次现场调解,美容院授权代表、消费者及其家人均参加了现场调解。对于美容院可以清楚举证田老太签名确认消费的项目,消费者表示认可,但对于美容院未能举证、消费者没有签字确认的项目,消费者要求退款。在消委会的协助下,争议双方进行了具体对账、确认签名以及协商退款,耗时累计超过8个小时,最终达成一致意见:由美容院退还未消费的美容预付款和已消费项目折价款,共计30万元。