

今年春晚小品“心诚则灵床垫”，葛优饰演的大骗子忽悠老年人时的套路让人防不胜防。为什么健康信息成了谣言重灾区？让我们就此全面扒皮保健品的那些营销套路——

有的老人为啥会掏光家底买保健品？

□ 李芳

火眼金睛

信息爆炸的自媒体时代，人人都是信息传播源，健康信息成了谣言重灾区，令人真假莫辨。老年人身体机能衰老，判断能力下降，子女不在身边，更是容易轻信商家精心设计的骗局，发现受骗上当，退款维权却比登天还难。春晚小品葛优卖床垫，除了通过赠送礼品、免费体验、夸大药效来欺骗老年人外，一些保健品营销人员还采用

“温情攻势”与老人拉近关系，不断对老人们嘘寒问暖，关心老年人的疾病，通过逐步地交流引导老年人走进骗局。很多老年人买的不是保健品，是亲情关怀，甚至有些营销人员直接喊：“您就是我的亲爹亲妈。”

有媒体报道，在中国，有一半老年人买过保健品！中国保健协会的调查数据显示，目前我国每年保健品的销售额约2000亿元，其中老年人消费占了50%以上。调查显示，超过65%的老年人使用过保健品。在保健品获得

渠道中，有近66%的老年人因公司推销、广告宣传而购买保健品。

很多年轻人都无法理解，平时舍不得吃舍不得穿的老人，为何有时会掏光家底去购买保健品？更可怕的是，一些身体有病患的老年人，轻信保健品营销人员的说法，把药都停了！

下面，咱们就盘点一下，那些“儿子”们的深套路。

1. 以“亲情牌”骗取信任 一些保健品营销人员采取“温情攻势”，通过各种“话术”与老人拉近关系，一旦获得老人的联系方

式、家庭情况等信息后，会表现得非常热情，不断对老人们嘘寒问暖，关心老人的疾病，通过逐步的交流来骗取老年人的信任。

2. 以“专家牌”强力洗脑 部分不法商家利用所谓的专家做宣传，通过专家讲座、专家义诊等形式，打消老年人的顾虑。

为了宣传保健产品的效果，讲座人往往被冠以国家高级营养师顾问、军医专家等各种头衔。为了让老年人对产品深信不疑，讲座者在宣传方面大做文章，为产品销售做足铺垫。

有媒体调查发现，所谓专家，

有的竟然是卖保健品店主，经过一番包装，“大忽悠”变成了“大专家”。而在“义诊”过程中，这些骗子经常凭空捏造出一些病症，吓唬老年人自掏腰包买高价保健品。

3. 以“免费牌”吸引上钩 保健品公司在前期推销时通常会采取发放免费日用品、赠送药物、免费义诊等方式，放长线钓大鱼，给老年人制造不花钱就能看病、得实惠的假象。央视《焦点访谈》推出“大爷大妈请留神”系列，揭露花样骗局。第一期曝光的保健品“会销”骗局，已有无数老年人中招。



4. 以“科技牌”掏空钱包

现在很多打着“基因疗法”、“干细胞移植”及“纳米技术”等高科技骗人的。听起来非常高大上，其实就是骗你对新鲜事物不熟悉。

而且经销商往往利用消费者病急乱投医的心理，经常打着某科研机构高科技成果的旗号，发布商品作用“功能强大”“功效神奇”，无限放大产品的功能、功效，并采用虚假的现场演示、经电脑数码技术处理的“明显效果”吸引消费者的注意。



微信支付正多向发力

□ 许晟 胡林果

扫描车牌无感支付就可以完成高速缴费，订阅服务号就可以在院快捷挂号、预约挂号，扫码桌边小程序就可实现快捷点餐和买单……

的口碑。”微信开放平台基础部高级产品经理徐志斌说，2018年这些政务小程序一共服务了9亿多人。

未来，小程序将利用小程序插件、订阅消息、服务搜索、无障碍能力、公众号关注插件、OCR识别等功能，推出更多便捷化服务。比如，拟推出搜索直达功能，让人们在搜索框里看到小程序提供的主要功能；利用无障碍能力，让盲人用户无障碍使用小程序等。

“从二维码收款到小程序，到聚合支付模式的产生，再到人脸支付，到声波支付，这些创新带来了效率提升和行业升级。”微信支付服务商高级运营经理敖健娟说，微

信不会停止对支付的探索，微信支付的活跃用户数已达8亿户。

不仅国内，微信支付在海外也获得了越来越多的落地。“微信在49个国家和地区发展了近1000家合作机构，其中不乏当地重量级收单机构、银行。”微信支付境外业务总监范唯说。

在未来，微信支付将在“连接、服务、信任、温情”四个方向发力。连接就是让商家更有效地获得潜在客户；服务就是帮助商家提升服务效率；信任就是解决买卖双方的账款支付信任问题；温情就是最终让用户获得实惠。

台零售行业总监王可欣介绍，2019年，腾讯要在智慧零售方面做三件事：

一是做好行业助手，把过往的经验分享出来，让商户可以快速搭建在线运营；二是通过降门槛等方式，让更多像“夫妻店”这样的商户也能在线提供产品服务；三是做好微信物流助手，让商户可以一次性对接多家快递公司。

零售将变得更加“智慧”

站在超市门口刷个脸就能收到个性化的推荐目录，抬头看一眼摄像头就能快速完成付款……这是天虹超市和微信支付合建的智慧门店试点，比简单的扫码购物更加智能。

虽说如此智能的购物方式还

没普及，但线上服务已经被越来越多地使用。腾讯数据显示：小程序已累计服务1000亿人次，细分到零售行业，跟买菜相关的小程序累计服务2亿人次。

线上零售越来越普及，也将变得越来

扫描车牌无感支付就可以完成高速缴费，订阅服务号就可以在院快捷挂号、预约挂号，扫码桌边小程序就可实现快捷点餐和买单……微信正在走进百姓生活角落。新华社记者日前走进腾讯公司，看到了更加智能、更加便捷的生活方式。

扫码或搜索进入小程序，完成身份认证核后，即可在线办理包括驾驶证、社保卡等约500项民生服务事项，其中437项可以实现民众“零跑腿”办理——这是微信与广东省政府合作的“粤省事”小程序带来的便利。

各地像“粤省事”这样的政务

科技改变生活

可自动编段子的相声机器人

日本研究人员开发出一种会说相声的机器人，能借助人工智能技术即兴编段子包袱，并成功在医院的试验表演中给患者带来了欢笑。

据报道，参与表演的相声机器人“小爱”和“权太”分别高1米和50厘米左右，由甲南大学等机构开发。这对胖乎乎的搭档可以分析观众的表情图像，判断观众是否发笑，并即时寻找话题。

对于观众抛出的诸如“正月”“大阪世博会”等话题，相声机器人会借助人工智能技术迅速在网上搜索新闻，并自动生成段子包袱。

在21日面向大阪国际癌症中心约15名患者的表演中，这两个机器人共进行了3次演出。虽然它们说的相声不至于引起爆笑，有的地方还说了同音字，但还是给患者带来了欢笑。

研究人员表示，希望相声机器人能给医院患者带来欢乐，并期待这类机器人能够更多地用于医护领域。

松下展示“第三只手”机器人技术

松下公司日前在东京向媒体展示了该公司机器人技术的最新研究成果，其中包括“第三只手”机械臂以及最新的机器人控制技术。

在演示中，操作人员通过所佩戴的特殊传感器眼镜，用眼神和口令指挥“安装”在自己身上的“第三只手”机械臂。这款机械臂由松下公司和早稻田大学联合研发，可完成操作人员双手“忙不过来”的一些工作。例如，在安装木板时，“第三只手”可以帮助操作者固定目标物体，还可以精确地抓取操作者手中的螺丝刀。

有关自动避让和跟随技术的演示也引人注目。人们看到一个电动轮椅可“自动驾驶”，轮椅后面尾随着一个自动感应式行李箱，两者保持约半米的距离。这一技术适合开发自动避让和跟随型运输机器人，并用于机场等大型公共场所。

松下公司目前正在工农业、物流、医疗、服务等多个领域全力推动机器人技术的研发和应用。该公司在东京和大阪设有机器人技术中心，约600名技术人员集中研发相关技术。此外，松下公司还与早稻田大学、东京大学等6所高校开展了机器人技术研发合作。

骨科手术机器人完成首秀

二维影像扫描图像被传输至骨科手术机器人系统，医生在主控屏幕上依据合成图像设计好钉钉，在导航下，机械臂将手术工具定位到手术位置。日前，第三代国产骨科手术机器人“天玑”在武汉市第四医院完成首秀，辅助医生完成股骨颈骨折中空钉内固定手术。这也是湖北首台骨科手术机器人。

“钉钉子像射击打靶，任何人也不能保证次次正中靶心。”主刀医生创伤骨科陈明教授介绍，股骨颈骨折内固定的手术属于常规手术，难度不大，但是传统手术依靠医生徒手操作，医生的熟练程度、身体状态都可能导致打进去的螺钉并不在规划位置。骨科手术机器人的优势正是精准和稳定，可以让实际与规划的误差小于0.8mm，“指哪打哪，正中靶心。而且手术时间缩短了一大半，降低了手术并发症发生的可能性。”

(以上信息均据新华社)

老年人权益风险体检项目在北京丰台试点

科普时报 (苏秦) 老年人过早处置财产导致养老生活丧失保障，家庭财产分配不均经常引发赡养纠纷，遗嘱订立不规范导致无效……北京市丰台区民政局试点“老年人权益风险体检”项目，将老年人维权的重心前移，用法律为老年人的晚年生活“保驾护航”。

据介绍，2018年10月至2019年1月，北京市丰台区通过政府购买服务的方式分别对西罗园、卢沟桥2个街道53个社区的首批200名老人进行了“一对一”的法律风险“体检”。

北京市丰台区民政局介绍，“老年人权益风险体检”项目是一个以预防老年人权益风险为主的法律项目。将老年维权的重心前移，从事后援助转化为事前预防，既能帮助老年人寻找“发病”源头，又能让老年人知法、用法，防患于未然。

“在老年人权益受到伤害后再寻求法律援助，证据采集难度较大，有些案件花费很大精力但仍无法追回损失，老年人的幸福感也会大大降低。”北京市致诚律师事务所主任佟丽华表示，若在伤害发生前就做好风险防控，就可将风险消除于无形之中，最大程度保障老年人的合法权益。

此外，北京市丰台区民政局与北京市致诚律师事务所还总结编写了《老年人权益风险自评手册》，对100个常见的法律风险点逐一提示；将印刷5000册并免费发放，让更多没有机会参加权益风险体检的老年人，参照手册也能实现自我法律风险评估。

北京市丰台区民政局表示，未来“老年人权益风险体检”项目的覆盖面及覆盖人数还将继续扩大，让更多老年人的合法权益获得保护。



上胜町是日本四国岛德岛县的一个小镇，这里山林环绕，以农业为主。30年前这里的人口为2794人，其中老龄人口占25.6%；目前该镇人口减少至1556人，老龄化率已达到51.7%。

虽然老龄化严重，但这里的老人却展现出与众不同的风貌。记者在该镇采访时常能看到拿着平板电脑熟练操作的老人，以及他们忙碌地摘取、整理树叶的身影。今年81岁的西荫幸代就是其中之一。她说，早上8点到下午3点是她的工作时间，也是她每天最期待的时刻。

上午8点，她打开平板电脑，从“彩”公司的服务网页下单，再从自家的树上摘取时下最受欢迎的红叶，挑选整理，按要求包装好，开车送到附近的统一配送中心。经过员工检查，这一包包红叶就可以销售了。每包约有50片叶子，可赚350日元（100日元约合6元人民币）左右，其中一小部分以服务费的形式交给“彩”公司和物流公司。

“彩”公司的工作人员介绍说，上胜町约有150户农民与他们签约，他们的平均年龄约70岁，最大的90多岁，半数以上为女性，有的农户年收入能达到1000万日

元。而公司现在的年营业额达2.6亿日元，部分商品出口海外。上胜町也因“叶子经济”闻名。

看似一文不值的树叶却能让上胜町的农户发家致富，这得益于1986年创办“彩”公司的横石知二。当时28岁的横石是上胜町农业合作社的成员，一次在大阪餐厅用餐，让他突然意识到树叶所蕴含的商机。上胜町林木众多，可以提供各个季节的树叶，又适合老年人干。于是他力排众议，决定开展这项业务，试图改变上胜町因老龄化导致的丧失活力、经济衰落。

经营初期横石遭遇了连年亏损，他带着疑惑，自掏腰包来到高级料理店向厨师请教，才意识到只有精挑细选过的树叶，才能在市场上占有一席之地。他十几年来把工资全都用在去料理店上，研究最适宜装饰的各种叶子和花朵的大小、颜色、形状等，然后开发出约320种不同的叶子、花朵商品。公司还负责了解市场需求，制定价格，调整产量等。

近年来，“彩”公司开发了网络系统，向农户出借平板电脑指导使用。当地的农业合作社也运用多年积累的物流资源，能在一天内将产品送到日本各地市场。

多样精致的产品和快速方便的物流，让上胜町的叶子逐渐占领市场，在全国同类产品的市场份额中占近八成。横石说：“上胜町‘叶子经济’成功的原因里，系统完善、应对需求精准、老年人努力工作，这些软实力占到了九成，而叶子本身只占一成。”

“叶子经济”让日本老年人更美丽

□ 杜潇逸

“美丽”商机带来的不仅是收入。“叶子经济”的成功吸引了国内外的人来上胜町考察实习。2018年，“彩”公司建立“彩山实习园”，研究开发新的产品，为参观实习的人讲解技术要领。上胜町町长花本靖说，一年间来实习的人达到这里居民人数的2倍，山中的小镇一下子热闹起来。上胜町不仅吸引了大量参观者，还有不少老人移居到这里，对缓解老龄化问题起到一定作用。横石说，5年来共有611人来到上胜町，以“彩”实习生的身份短期居住，其中有34人在此定居。

花本靖说，更大的变化在于老年人的心境。“这里的老年人更有活力了，心态也更开放了。有人还说，我们这儿医疗费支出少和老年人老有所为有关系。”他介绍，上胜町原来的养老院由于利用率太低，现在已经改为住宅楼。

西荫幸代的丈夫已经去世，子女移居城市，一个人生活的她依然精神矍铄。“接下一单就意味着能赚到一笔钱，这种获得感让我很有动力。现在各地的人来这里考察，经常和我聊天，我觉得很开心、很充实。”老奶奶展示着世界各地考察者送给她的纪念钱币，开心地说道。

“能发挥自己的作用，参与到社会活动中，让自己觉得有价值，我觉得这是‘彩’给老人们做的一件好事吧。”今年迎来花甲之年的横石说。



户县社火是陕西省非遗项目。2009年，户县社火非遗传承人宋志荣、曹静香、何东继“发明”了微缩社火这门民间艺术。

近10年来，三人制作了七八百幅作品、6000多个不同的微缩社火人物。他们除了自己制作，还进校园向学生讲授，让更多人感受社火的魅力。

新华社记者 刘潇 摄