

# 中国老年人保健品消费行为研究

孙 夷 毛思阳 王焜阳 邵 意

(沈阳工业大学经济学院 辽宁 沈阳 110870)

**[摘要]** 随着社会发展生活水平的提高,如今老年人更加注重自己的健康问题,越来越多的老年人选择通过购买使用保健品来维护自己的健康。本文先阐述了我国老年人保健品消费现状,紧接着分析了中国老年人保健品存在的相关问题,最后针对中国老年人保健品消费产生的突出问题提出一些合理性的对策与建议。

**[关键词]** 老年人;保健品;身体健康;消费行为

## 一、中国老年人保健品消费现状

如今,随着经济的发展和居民生活水平的提高,人们的消费观念、健康观念发生了很大变化。而健康问题更是每个老年人所必须面对的问题,为了自己的身体健康,很多老年人选择将目光锁定在保健品上。在保健品市场的巨额利润之下,相关法律法规、监管治理等却存在着巨大的缺位,不法厂商虚假宣传老年人保健品的现象也因此越来越严重。一些不良商家看到了保健品推销的市场前景,趁虚而入,看似温暖的“传销”很可能是为老年人精心布置的消费陷阱。这不仅使老年人消费群体的财产遭受损失,而且扰乱了市场竞争秩序和社会秩序,不利于经济的发展以及社会的和谐稳定。

## 二、中国老年人保健品消费存在问题分析

### (一) 保健品消费金额巨大但其质量不过关

根据工商总局统计,截至2012年底,全国保健食品生产企业共有2006家,2012年产值约2800亿元。而据相关机构预测,到2020年行业规模将突破4500亿元。巨大的市场潜力、丰厚的利润,给了许多保健品商家谋取巨额利益的机会。但是由于我国保健品行业发展历史短,目前还有许多不规范之处,乱象频出。产品多如牛毛,且质量良莠不齐,违法、违规现象普遍,虚假广告众多。许多不良商家依靠所谓“体验式”营销、“关系式”营销、饥饿营销、精准营销、会议营销、网络营销等手段获得了高额利润。此类“不合格”保健产品严重危害了老年人的身心健康。

### (二) 老人对保健品方面缺乏正确认知

大部分老年消费者对“国食健字”、“卫食健字”、“国药准字”、“卫食证字”等概念分辨不清,认为多吃即有益健康。大多数人所认为的“保健品”只是笼统意义上具有保健功能的食品,其实有些产品只能称为“普通食品”。从法律意义上讲,只有标注有“保健食品”字样的才是严格意义上的“保健品”。保健品不是药品,它对人体的保健效果是缓慢的,更适合亚健康人群、病后康复者,以及对一般食物的消化吸收能力较差的人群食用。一些老人对保健品的期望值过高,这是不科学的。

### (三) 销售人员的“亲情”促销陷阱

许多子女无暇陪伴老人使保健品的销售人员有了更多的可乘之机。他们主动对老人嘘寒问暖,降低老人的心理防备。通过送礼品、免费体检、送大奖、免费旅游、带老人参观“生产工厂”等形式,让老年人更加相信甚至迷信“保健品”。还有一些销售厂商会请养生“专家”开讲座,宣传一些养生保健知识,提醒他们要关心自己的身体。老人会觉得享受到了来自“子女”的关爱,因此就会购买越来越多的保健品。

### (四) 保健品市场相关法律法规不完善,老年人维权意识低

保健品市场缺乏常态化规章制度及相应法律法规,从业人员综合能力普遍不高,缺乏专业的教育培训,这些问题让不法经营者有机可乘。长期以来,我国对保健食品的监管主要集中在生产环节,对销售环节缺少明确的规则,但出问题的偏偏集中于销售环节。正规的保健知识无迹可寻,虚假宣传往往乘虚而入。一些企业过分关注产品的宣传效果,低违法成本成为了市场健康发展

的绊脚石。而许多电视台在确定“合法”的情况下,为了赚取高额广告费也加入了虚假宣传的阵容。企业和电视台成为获利者,而老人却成了不合格保健品的最大受害者,既浪费了金钱又损害了身体健康。当下老年人群体受教育程度普遍偏低,没有机会和途径获得法律知识,从而导致其法律意识淡薄、维权艰难。而“自认倒霉、吃哑巴亏”是多数老年人在权益受到侵害后选择沉默的根源所在。

## 三、关于中国老年人保健品消费的对策与建议

### (一) 注重对老年人的家庭关怀

我国社会老龄化现象日益严重,“空巢老人”的问题普遍存在,子女对老人的关心也与保健品息息相关。许多子女通过赠送老人保健品的方式来表达孝心,但应该选择合格的、适合老人身体情况的保健品,不轻信广告和传销人员,在老人身体出现疾病时应立即就医,以免耽误病情。也有许多老人,因平时子女的关心过少,通过购买保健品这一途径来派遣郁闷。这就需要子女多给老人一些关怀,自觉赡养老人,以满足老年人的情感需要,避免保健品传销公司打着关心的幌子有机可乘,在发现老人对保健品存在不正常消费时应及时劝阻制止,并向有关部门举报。这样可以减少老年人对保健品的冲动消费,避免传销组织钻了“亲情”的空子,让老人把钱花在不合格、不正规的保健商品上。

### (二) 树立健康观念和科学意识

改革开放以来,我们更加注重身体的健康和保养,相信科学和医学的力量。但是,不良保健品厂商及销售组织利用老年人的一些迷信观念,打着“中医”等幌子欺骗老年消费群体,这就需要我们的社会进行积极正确地引导。例如通过主流媒体,帮助人们树立“健康生活”的生活方式和生活态度,鼓励通过合理的方式保持健康;宣扬正确的消费理念;提高人们的科学意识;增加人们的医学常识;使消费者正视自己的身体状况,不迷信保健品。也可以鼓励医院和诊所对老年人开放免费体检服务,加强人们对身体健康的关注程度,避免老年人讳疾忌医,盲目相信保健品,造成无法挽回的损失。这样就能引导老年人通过健康合理的手段增强自己的体质,合理利用保健品,不迷信保健产品。

### (三) 加强保健品的相关立法及法律实施

目前我国保健品行业及市场良莠不齐,这就需要国家和政府在法律的完善和实施方面做出更多更大的努力。相关法律部门应该颁布和完善相关法律法规体系,为消费者提供明确的维权渠道,充分保护受害者的切身利益,真正做到“有法可依,违法必究”。同时,公安及监管部门应该加大对保健品市场的整治力度,严厉打击保健品行业内“夸大”的传销风气,取缔无证经营的企业、营销单位,做好排查工作,以避免不合格产品流入市场,非正规组织的集会传销不合格保健品。另一方面,消费者应该提高自我法律维权意识,明确维权途径及法律,做到知法懂法,必要时用法律保护自己。这样可以最大限度的减少老年人消费不良保健品后蒙受的损失,从源头避免老年人消费不合格产品。

### (四) 重视保健品市场的管理和维护

近年来,我国保健品市场正以肉眼可见的速度蓬勃发展,但

(下转第799页)

中难免有无法送达的地方,所以,对于京东自营物流无法送达的客户订单会委托专业的第三方物流公司进行配送,这种合作模式不仅提高了京东商城的销量,也提升了京东商城的竞争力。

#### 四、京东商城物流模式存在的问题及解决策略

##### (一)京东商城物流模式存在的问题

##### 1、物流发展规划不明确

自营物流模式可以提高物流配送的效率和质量,但需要庞大的资金链来支持物流基础设施的建设和运营。京东的自营物流投资大,物流成本居高不下,利润降低,增加了企业的财务风险。京东自营的物流只为京东商城提供物流配送服务,但自营物流的发展速度仍滞后于庞大的销售量。京东商城的第三方物流模式只应用在二三线城市,在一线城市没有很好的和自营物流结合起来,没有达到有效利用资源的作用。总之,京东物流发展缺乏明确的方针指导。

##### 2、企业无法专注于核心业务

京东商城是凭借3C领域的积累发展起来的电子商务企业,随着企业规模的发展壮大,供应商的数量和业务量也在逐步增加,企业在协调供应链关系中已经投入了大量精力。物流作为完成商品交易的辅助性环节,投资大,回报慢,且物流运作具有专业性,需要专业的管理知识和操作人员。京东商城自营物流会延伸企业的资金链,增加投资风险,在不断扩张物流业务的同时,会影响企业核心业务发展,削弱竞争力。

##### 3、采用第三方物流模式导致客户满意度下降

京东商城采用第三方物流模式配送后,延误、丢件、货物损坏的情况时常发生。这增加了客户管理关系的风险,减少了企业和客户的交流,无法直接了解到客户的利益需求,而且客户的信息有泄露风险。此外,京东商城无法实现对企业物流服务的控制权,物流配送的系统性、稳定性不高,导致客户满意度下降。在物流信息化管理上无论在自建物流还是第三方物流都存在很大的不足,缺乏有特色的物流服务。

##### (二)解决策略

##### 1、制定合理的物流发展规划

京东商城的决策者应站在战略决策的高度上,制定合理的物流发展规划,结合自营物流和第三方物流模式,推动京东商城物流配送的发展。此外,加强物流设施建设,提高物流人员素质,

创建自身的物流文化。发展有特色、有亮点的自营物流。同时在选择第三方物流时应建立一套高效评价机制,选择信誉好的物流企业进行合作,用心打造一流的物流服务。

##### 2、做专业化电商平台

京东商城的商品品种多达30余万种,商品零售品种过多使京东商城没有自己的核心特色,缺乏市场竞争力,和淘宝、天猫等电商平台不能有效区分。缺乏企业特色的产品不利于企业的长远发展,因此,决策者应优化企业资源,开发特色产品,京东商城应做专业化的3C网购平台,在成熟阶段可向上延伸到3C辅助产品,向下延伸到连锁产业。

##### 3、创新物流配送模式

创新是一个企业长远发展的重要保证,京东商城不应满足于当前的现状,在面对日益复杂的市场环境下需要不断发现现有物流模式存在的问题,并及时解决。要向优秀的物流配送企业学习,学习先进的物流管理理论和物流技术,创新物流模式,使企业保持旺盛的活力。

#### 五、总结

当前,网购成为人们日常生活必不可少的一部分,这也给电子商务企业的发展带来机遇和挑战。京东商城如果很好地把自营物流模式和第三方物流模式相结合,将提高物流配送响应速度,提升服务质量,拓展城乡市场,增加市场份额和企业知名度,它将成为京东商城的核心竞争力之一。在今后的发展中,京东商城应该继续保持自己的优势,改进自身的不足,发展成一流的企业。

#### 参考文献

- [1]徐婷婷.我国B2C电子商务的物流配送模式研究——以京东商城为例[J].商场现代化,2018(14):38-40.
- [2]林家丽,殷丽杰.京东商城物流模式分析[J].现代营销(下旬刊),2017(12):58-59.
- [3]马欣,李蕾.京东商城物流配送模式的问题及对策[J].中国市场,2016(45):34-35.

##### 作者简介:

尹亚仙(1989.03-),女,汉族,河南周口人,研究生,助讲,研究方向:物流与供应链管理。

(上接第786页)

其中的问题也不容忽视。因此,政府应该鼓励、支持、引导正规保健品企业的发展,为其开拓和提供相应的推广平台,使正规保健品占据消费市场的主流,为国产优质保健品树立信心。同时,市场的监管部门应完善相关监管内容,严格把控保健品的生产许可,抬高每个产品进入保健品市场的门槛,从源头处杜绝不合格产品的生产和销售,保障消费者的利益。保健品厂商更要树立企业道德,做到“义大于利”,自觉生产和销售正规保健品。消费者也应培养识别虚假保健品的能力,树立正确的消费观念,合理购买,避免盲目从众,坚持理性消费。这样,我国的保健品市场才能进入一个良性循环,使老年人在没有高度辨别能力的情况下,也能购买到优质保健产品。

#### 四、结论

总而言之,随着中国社会转型的发展,老年人保健品消费是一个亟待解决的社会问题。因此应当呼吁子女多陪伴关爱老人;提高老年人对保健品的鉴别能力,增强老年人的维权意识,合理消费保健品;严厉打击虚假保健品,提升保健品的品质,形成一个规范、有序的市场环境推动社会的和谐稳定发展。

#### 参考文献

- [1]鲍晓菁,徐文婷,肖思思.保健品暴利靠忽悠 还有多少“极草”要警惕[J].广西质量监督导报.2016(06)
- [2]保健品乱象缘何屡禁不止[J].中国防伪报道.2017(09)
- [3]李颖.揭秘五大保健品的“忽悠”套路[J].中国质量万里行.2016(11)
- [4]刘玉成.警惕保健品虚假宣传营销 侵害老年人权益[J].中国防伪报道.2016(01)

##### 作者简介:

孙爽(1998-),女,辽宁兴城人,学生,沈阳工业大学经济学院,研究方向:中国老年人保健品消费行为研究;

毛思阳,女,辽宁沈阳人,学生,沈阳工业大学经济学院,研究方向:中国老年人保健品消费行为研究;王焜阳,男,山西太原人,沈阳工业大学管理学院,研究方向:中国老年人保健品消费行为研究;

邵意,女,辽宁普兰店人,学生,沈阳工业大学经济学院,研究方向:中国老年人保健品消费行为研究。