

养老营销模式“病毒式”传播 营销团伙专坑老年人

养老金融骗局“野蛮生长”

养老牵动着老人的心,也牵动着老人的钱袋子。记者深入养老行业调研发现,目前,有职业“抽水营销”团伙四处活动,“拆东补西”的“庞氏骗局”正在养老行业“病毒式”传播,一些养老机构“爆雷”“跑路”后,生活陷入绝境的老者不在少数。养老骗局“野蛮生长”,如不断滚大的雪球,不知何时才能停下。



以高额利息分红为饵吸纳资金

63岁的曹迎林老人从桥上纵身一跃,坠入冰冷的江水中。经公安部门搜救,三天后他的尸体被找到。据当地政府调查,曹迎林老人的死与养老院“爆雷”致多年积蓄血本无归、家庭生活不幸等有关。

据曹迎林的侄子曹志山介绍,曹迎林将17万资金投入养老机构纳诺,“爆雷”后血本无归。包括曹迎林在内,纳诺老年公寓项目累计参与会员达数千人,涉案总金额达6.47亿元。纳诺“爆雷”后,一些老人生活陷入困境。

数据显示,我国老龄人口数量正以每年1000万的速度增长,到2053年这一数字可能

会超过4.8亿,占世界老龄人口的1/4。

养老,不仅牵动着老人的心,也牵动着老人的钱袋子。记者调查发现,近年来将养老产品“金融化”,采用无序扩展、饮鸩止渴的模式吸收老人资金的养老机构几乎泛滥成灾。

记者3月20日以“养老院”和“非法集资”同时作为关键词,在中国裁判文书网上找到441篇法院裁判文书,以“养老院”和“非法吸收公众存款”作为关键词,有多达600篇文书。

这些五花八门的“分红模式”有着“庞氏骗局”的典型特点。“目前这种‘饮鸩止渴’的赚钱模式在民营养老院几乎像病毒一般传播。”益

阳市公安局资阳分局副局长张遍红表示。

养老机构首先以“分红利息”利诱老人。为吸引老人签订养老服务合同,以高额利息为诱饵,非法集资。

一家只有200多张床位的养老院,竟吸收了7000多位老人参与会员,一些养老机构甚至没有养老床位,就打着“预付费”“养老项目建设”等旗号,到处搜刮老人的钱财……这些养老机构往往支付一定利息给最初一批集资的老人,等后面的老人如“滚雪球”般大量进入时,就以各种理由拖欠,直至“跑路”或宣布破产。

兼顾产业公益性和盈利性

目前,我国养老产业发展尚处于不成熟阶段。业内人士表示,养老行业乱象与其当前的发展困境有关,要改变“劣币驱逐良币”的状况,根本在于平衡公益性与盈利性,促进养老产业长期可持续发展。

加大养老产业供给侧结构性改革力度,鼓励金融机构从拓宽抵押担保范围、创新信贷方式等方面入手,提升正规民营养老机构融资的可获得性。

根据《国务院办公厅关于推进养老服务发展的意见》,对养老机构为弥补设施建设资金不足,通过销售预付费性质“会员卡”等形式进行营销的,按照包容审慎监管原则,明确限制性条件,采取商业银行第三方存管方式确保资金管理使用安全。在现实操作中,如何明确限制性条件,并保证养老机构采取商业银行第三方存管是一大难点。

大量案例表明,养老行业非法集资金融骗局“病毒式”传播的形势,暴露了监管“盲点”。针对养老产业高发的金融风险,要出台“带牙齿”、可操作的监管政策。多位受访专家认为,养老领域非法集资、诈骗等涉众型犯罪事后惩处往往侦办、审查时间长。同时,集资主体的债权债务关系复杂,资产处置困难,追回资金比例低,与老人期望值差距甚远。“加强全过程监管,防患于未然才是重中之重。”中南大学社会学教授李斌说。

湖南大学工商管理学院教授朱国玮建议,养老机构领域亟待建立起民政、金融、工商、公安等多个部门间的“监管共同体”,明确事前审批、事后经营、日常督察、打击惩处“全流程”各环节的主体责任和追责办法,建立起部门协同、行政管理的细则流程,将防范类似案件“爆雷”纳入部门考核,杜绝官员为风险机构“背书”“站台”行为。

从消费者角度出发,在做好政策宣传和风险提示的同时,提高明辨真伪的能力最能直接保障自我利益。在选择养老机构入住时,要查看相关证件并按规定签订养老服务协议,未在市、县(市)民政局登记的养老机构,不入住、不投资。此外,养老机构为老年人提供服务,应当在醒目位置公示各类项目收费标准,不得以任何形式超额收取养老费用,并畅通咨询、举报渠道。

(史卫燕 谢樱 白田田 李紫薇)

黑心“营销团队”专盯老人下手

老人是对消费极为谨慎的群体,是什么让原本一毛菜钱都要省下的老人一掷千金,接二连三地上当?

记者发现,在不少地方,流窜着一些标榜为养老机构提供“专业营销”的团伙,他们向养老院推销“营销外包”模式,以营销团队“高额提成”为条件,“研发”出一套针对老人的“推销战术”,源源不断吸纳老人资金。

据多位受害老人透露,他们往往是在公园散步、市场买菜、朋友聚会时“偶遇”养老机构的营销人员,这些业务员几乎无孔不入,抓住一切时机向老人推销“养老分红”产品。

“营销团队”深谙老人心理,为他们量身定制“完美骗局”。通过打造出环境、服务俱佳的“完美养老”基地,假借会员、充值等名义,以打折、消费券方式给老人返利,对老人极具吸引力,欺骗性,数量庞大的受害者中不乏高知群体。

记者在多家爆雷的养老机构的合同书上

看到,合同打着“养老服务”旗号,以交会员费享受相应打折、订房服务为主体内容,利息返点在合同中也是以“赠送消费卡”(口头承诺可兑现)的形式体现,与市面上消费服务会员卡充值高度类似,并对金融、投资风险绝口不提。

记者查阅一家养老机构与老年人签订的养老服务合同发现,根据所缴费用的多少,会员分为“爱心”“至尊”“贵宾”等不同等级,所享受床位折扣、收益数额等也有不同。一些老人看中了机构承诺的收益,不惜血本购买多个床位。

86岁的胡平老人告诉记者,从2018年起,自己在四家不同的养老院共投资108万元,几乎把一生所有的积蓄投入进去,然而,有的养老院“爆雷”,老板被抓,有的合同到期没有履约兑现。胡平老人的儿子有些痴呆,孙女是残疾人,孙女的两个孩子也靠他养,现在一家人的生活都没了着落。

养老机构“爆雷”后,机构负责人往往在

此时演绎起“好心办坏事”的角色,老人一般都会“归罪”于向他们推销产品的业务员,认为他们赚了大量“昧心钱”。

事实上,据公安机关调查,“营销团队”里数量众多的业务员是从社会上招募的,拿到的提成往往只是“零头”,而潜藏在幕后掌握和操作模式的“始作俑者”拿的才是“大头”。

“他们的营销团队分为区域经理、总监、部长、经理、业务员五个等级,业务员只拿1%,每往上一级增加0.33%。所谓‘机构顾问’等五个‘核心骨干’加起来就分到6%左右。”负责办理纳诺案的益阳市公安局资阳分局民警熊天星介绍。

养老机构“抽水营销”已在相当范围内形成“惯例”。记者梳理相关案件发现,有的养老机构负责人主动在社会上找寻营销团队,并提出给予26%的高额提成;一家已“爆雷”的养老公寓,将公寓床位“服务外包”给20多个“专业营销”队伍分销,提成达18%至25%。

“多头”变“无头” 监管弱化虚化

记者调查发现,通过预付型养老产品非法吸收公众存款的“养老骗局”涉及民政、金融、工商、公安等多个监管部门,但实际上各部门“多头”监管演变为“无头”监管,发现苗头甚至都难以执法、不敢叫停。

2019年1月,民政部正式发文,根据新修改的《老年人权益保障法》,不再实施养老机构设立许可,改为登记和备案管理。民政部同时要求加强养老机构事中事后监管,推动建立养老机构综合监管制度。

新政给养老机构“松绑”,推动养老行业加速发展。然而,由于事中事后监管探索不足,抓手不够,落实不力,管理陷入虚化。基层民政部门反映,随着养老机构在民政部门从注册到备案的审批要求变化,养老院“先建设

再备案”“先经营再登记”等“先斩后奏”现象层出不穷。

事实上,“爆雷”机构大多没有在民政部门备案,也未享受相关补贴,而民政部门仅握有对享受床位补贴的机构采取“停发补贴”的权限,对违规机构约束力度小。“即使发现未登记机构收了老人,民政部门难以执法,更担心驱散老人会引发稳定风险。”中部省份一位民政部门工作人员坦言。

甚至部分养老机构在“爆雷”前,民政部门也曾对其开展过相关专项排查,但这些机构的营销团队大多游击式拉客,安排老人入院参观时间变换不定、行迹隐蔽,职能部门很难开展“蹲守式”监管。

“爆雷”机构大多私下收取现金、打入负

责人私人账户,不走公司账务,甚至定时销毁收账记录,财务渠道难以审查。而且,一个养老机构下设好几套营销人马、多个签约主体,即使某个渠道、团队被举报,立刻又能换个名头“卷土重来”,难以清查。

“某涉案非法吸收10多亿元的养老机构,早在多年前民政部门就已察觉,并多次报告给金融、公安部门,但骗局并没有被及时阻断。”一位民政部门工作人员坦言,部分职能部门秉持“不管还不会出事,一管立即就会‘爆雷’”的观念,认为一旦公开信息或阻断机构非吸,会引发老人集中挤兑,特殊群体的安全、稳定风险难以防控。因此,相关部门“只能约谈负责人”,但这样的告诫基本没有任何效力,执法也沦为空谈。