



诱骗 新华社发 朱慧卿 作

“扫码入群即可领鸡蛋”

“我母亲最初进群,就是贪小便宜想领鸡蛋。”江女士回忆说,自己母亲在某次出门买菜时看到了“新客户进群,1元钱给10个富硒鸡蛋”的广告,便扫码进了群。

进群后,起初只是一些几毛几分的小红包在群里刷屏,老人们抢得不亦乐乎。没过多久,群里开始推送“健康讲座”直播链接,号称“听讲座学习知识,答题就能领红包”。

山东的白女士告诉记者,自己的父母也有过类似的经历,“我父亲天天在微信群中的直播间答题,一天能领1—2元的红包”。

民政部数据显示,截至2024年末,我国60岁及以上老年人口为3.1亿人,占总人口的22%;《银发经济蓝皮书:中国银发经济发展报告》指出,目前我国银发经济规模在7万亿元左右,预计2035年有望达到30万亿元左右。

日益增长的银发群体消费需求,让不少人嗅到了老年群体私域直播的商机,而“扫码领鸡蛋”“答题领红包”这种低门槛、易触达的方式,便成为他们快速吸引老年用户、打开私域流量入口的常用策略。

“进群只是第一步,留住客户才是关键。”一位曾从事过该行业运营及销售培训工作的业内人士透露,这类群聊有着一定的“运营套路”:通过定期在群内发布健康养生内容、小额红包来维系群成员的积极性。为了提高后续推销的成功率,工作人员也会根据客户的家庭情况、经济收入和在大群内的活跃程度,筛选一部分“高质量客户”拉进小群。

“针对这些‘高质量客户’,我们还会进一步派‘指导老师’定期跟踪其情况,其间会搭配销售产品,引导客户复购产品。直到客户没有消费能力,或者子女介入,我们才会放弃。”该业内人士告诉记者。

私域直播“花式卖货”

将老年人成功拉入群聊后,各类“花式卖货”粉墨登场。在江女士向记者展示的群聊记录中,几乎隔两天就有一场以带货为目的的直播。多位采访对象表示,这些微信群中的直播间存在非常多不规范的营销套路。

“有主播说自己售卖的是‘中供集团’的产品,在推销过程中频繁使用‘中字头’等字眼,宣称自己是经过国家认证的正规公司。”白女士说,家里老人特别信赖这些字眼,购买的时候毫不犹豫。然而,记者在天眼查以“中供”为关键词搜索,发现并没有符合上述宣传的企业。

“消费者权益保护法规定,经营者向消费者提供有关商品或者服务的质量、性能、用途、有效期限等信息,应当真实、全面,不得作虚假或者引人误解的宣传。”上海隽宜律师事务所创始高级合伙人毛梦凌律师表

示,“此类直播间通过伪造品牌、模糊表述,严重误导消费者,已经构成虚假宣传。”

这类卖货往往抓住老年人对健康极度关注的心理,售卖各种保健品。“我父母之前在这些群里买过全鹿大补丸、羊奶粉、山药红曲粉等保健品,还有富硒蔬菜、富硒鸡蛋、富硒水等产品。”江女士表示,父母在群里买的全鹿大补丸都快吃完了,她才发现包装盒上有一行特别小的字,写着“三高人群禁用”,存在标识不醒目的问题,商家也未做特别提醒。

还有直播间甚至以“狗血剧情”来吸引老年人的注意。“有段时间,我父母还抱着手机沉迷于微信群里的各种‘剧情直播’,诸如‘老婆出轨,亏本甩卖其美容院化妆品’‘父亲在中缅边境有金矿,直播间给老人们谋福利,低价出售9.9元小金条’的夸张剧情数不胜数。”江女士说,尽管这些剧情看起来十分荒谬,但自己父母仍然多次购买,直播间的产品也销量不菲。

健全涉老私域直播监管体系

今年8月,中国消费者协会发布的《2025年上半年全国消协组织受理投诉情况分析》显示,2025年上半年,全国消协组织受理的消费者投诉中,老年消费陷阱、私域引流营销成为消费者投诉的热点。

“和面向广大受众的公域直播不同,私域直播在直播主体资质审核、直播内容的合规性审查、消费者权益保护及用户数据和隐私保护等方面,其监管都更加模糊,更容易规避法律审查。”武汉大学法学院副教授、硕士研究生导师彭超表示,这让信息获取能力、法律意识和维权能力较弱的老年群体,更容易成为被侵害的目标。

2024年7月,中央网信办启动“清朗·网络直播领域虚假和低俗乱象整治”专项行动。其中特别指出整治银发骗局中常见的冒充金融、教育、医疗卫生、司法等领域专业人员,借提供所谓“专业服务”开展不当营销的行为,以及夸大食品、保健用品功能,误导坑害消费者等问题。

“私域直播涉老违法犯罪常跨地域开展,必须推动多部门跨省联动,才能形成打击合力。”彭超表示,在监管中,还需压实平台责任,可要求提供直播技术、小程序服务的企业履行必要的审核义务。

家庭内部的陪伴与支持同样重要。“子女应常与老人沟通,帮助老人提升信息识别与维权能力。如若发现老人受骗,则应第一时间协助留存证据,陪同协商或向消协、监管部门投诉。”毛梦凌说。

“条件成熟时,可考虑制定高位阶的专门法律,为银发经济发展提供更稳定、权威的法律保障;此外,还应持续完善和细化标准体系,加快制定银发经济各细分领域的产品、服务、管理标准。”彭超建议。

据2025年9月25日《工人日报》

私域直播间藏着多少套路?

伪造品牌、炒作「神药」、推送「狗血」剧情……私域直播「盯」上老年人

当前,私域直播“瞄准”老年群体,一些运营者诱导老年人入群,再开展“花式卖货”,层层套路让不少老年人落入“消费陷阱”。

“一开始是在群里听讲座、答题领红包,后来就是在群里的带货直播间看各种‘狗血’剧情,买一些乱七八糟的东西。”近日,北京市民江女士告诉《工人日报》记者,自己72岁的父母最近常常沉迷于在微信群里的各种直播间购买商品,包括保健品、三无化妆品等。

私域直播,是一种运营者依托自主可控的私域场景(如微信群、企业微信等),实现与特定用户群体的近距离、高互动、强转化的针对性直播形式。随着银发经济的不断发展,私域直播开始“瞄准”老年群体。

这些针对老年人的私域直播有何特点?记者采访发现,运营者通常在线下以“扫码领鸡蛋”等噱头诱导老年人入群,再以私域直播开展“花式卖货”,层层套路让不少老年人落入“消费陷阱”。对此,专家建议,应从监管联动、平台担责、法律完善等多方面发力,健全私域直播监管体系。

