

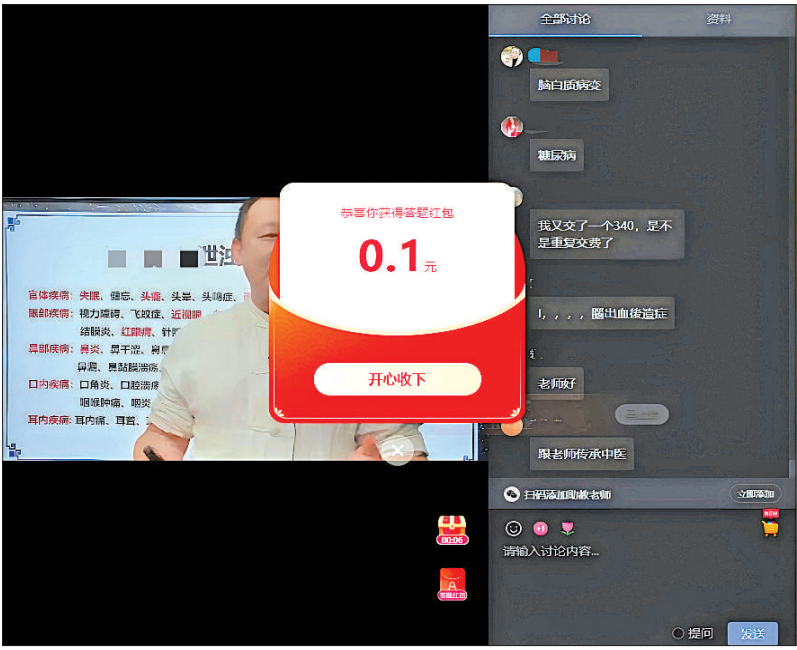


养生课直播群截图。

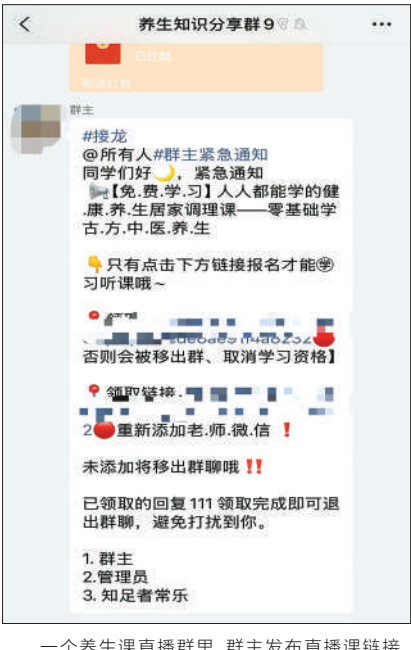


一位老人沉迷直播间购物，房间堆满快递盒。

AI人机协同生成



3月2日晚7点，某直播间里，一名“专家”正在售卖68元按摩课程，号称可以治疗多种疾病。 网络截图



一个养生课直播群里，群主发布直播课链接，邀请群成员点击观看。 网络截图

情感链接、“专家”人设、红包噱头——直播间“坑老套路”瞄准银发族

当下，部分主播打着“养生课”“专家义诊”的幌子，诱导老年人落入消费陷阱。治理老年人直播间购物乱象，为银发族筑起反诈“数字防火墙”，既关乎老年消费者权益保护，更是完善和规范银发消费市场体系、助力“银发经济”健康发展的重要举措。

中青报·中青网见习记者 杨雷
记者 金卓

“我的房间简直成了快递仓库。”陕西某高校大二学生赵飞说起家里堆满快递的情形颇感无奈，书桌、书柜堆满快递盒，衣柜下层、床头柜旁也都是。“主要是护肤品、日用品、食品。保健洗发水、养生牙膏，名目繁多，让人眼花缭乱。”

原来，赵飞65岁的奶奶迷上了直播购物，“去年她在直播间购买各种物品花了1万多元”。赵飞仔细查看发现，很多商品价格贵，质量堪忧。

赵飞奶奶的经历并非个例。中青报·中青网记者以“直播间”“购物”“老人”为关键词搜索发现，不少年轻人在社交平台上发文求助如何“戒断老人直播购物瘾”。记者了解到，不少老人沉迷直播间购物，花费从几千元到上万元不等。购买的商品中，有些是“三无”产品（无生产日期、无质量合格证、无生产厂家产品——编者注）。

治理老年人直播间购物乱象，营造安全的网络购物环境，既关乎老年消费者权益保护，更是助力“银发经济”健康发展的重要举措。

爷爷躺在病房里，仍在看直播购物

赵飞奶奶常看的直播间，曾推销一款号称能让头发“迅速变黑”的保健品。“我跟她说这肯定是假的，怎么可能有这么东西。”可她坚持说，主播是大公司老板，不会骗人。”劝不住奶奶，赵飞在奶奶的手机中拉黑了主播，“但这些主播开播后，她还是能找到，根本防不住”。

毕业于北京某高校的博士孙阳说，她的妈妈也痴迷直播间购物。起初她并未察

觉，直到有一天，妈妈让她帮忙退货，她才发现异常，“账号里订单多得离谱，饰品、床上用品、食品、药品，甚至保险都有”。孙阳查看了部分商品，“很少能查到厂家信息，好多都是‘三无’产品”。

令孙阳吃惊的是一条标价2000多元的“金项链”。“妈妈说这是‘999足金’，2000多元怎么可能买到一条足金项链？”孙阳疑惑地点开商品详情页面，在图片最下方看到一行小字，“原来只有小吊坠是金的，重量1克多，项链是银的，根本不值2000元。妈妈不会想到去看商品详情，也不会留意最下面的小字。更气人的是，大多数商品卖完就下架，连商品详情都看不到。”后来，孙阳时常登录妈妈的账号退货，“前前后后退了136单，金额超1.8万元”。

75岁的李秀芬告诉中青报·中青网记者，她将直播视为与外界世界接触的途径。她和老伴在农村生活，老伴瘫痪在床，自己患有糖尿病。通过刷短视频，她接触到一位养生“专家”，添加微信后，每晚都看养生课视频和直播。直播里经常推荐一些治疗糖尿病的保健品，让她很心动。

在江西读研一的刘鹏今年过年回家时发现，爷爷成了直播间的忠实消费者，该直播间还有线下活动。爷爷每天点开微信群里的链接看直播，全部看完能领3张兑换券，凭券可去线下门店换鸡蛋。

“兑换券通常在直播开始、中间、结尾3个时段发放，要领到券得全看完。”刘鹏出示的群聊截图显示，这个名为“富民路店长服务（2群）”的群有105名成员，群聊十分活跃。管理员不时发布“坚持看播，福利多多”“山核桃油券继续发放”“还可到店领取6.8元现金红包”等信息。开播前，管理员会发红包，标注开播时间。

刘鹏爷爷不仅领券，还购买了大量商品。爷爷有记账习惯，账本上列着洗面奶、虫草、五常大米、泡脚药等物品以及购买日期、价格，“前前后后花了两万多元”。

刘鹏爷爷还关注另一个群里的养生课直播，“直播后有答题环节，答对能领几毛钱。听直播课时，爷爷会认真做笔记，为了多领点钱，会用多部手机一起答题。他说在家闲着也是闲着，赚点是点。”

一到晚上，爷爷就忙得不可开交，戴着老花镜，在孩子们给他的几部手机间来回操作。

正月初六，刘爷爷因心脏不舒服住院。医院里没有Wi-Fi，家人给爷爷办了流量卡。没想到，爷爷在病房里看起了直播，还给人打电话，“直播开始了，你

们快去看，群里有红包。”刘鹏说起来啼笑皆非。

“困”在直播间的老人，不信家人信主播

面对沉迷购物直播的爷爷，刘鹏多次劝阻没有效果。她告诉爷爷，“要真的是好东西，不可能只在这个直播间卖，我在网上根本查不到”。可爷爷有自己的想法，“他说我不懂，这是厂家直销。还说直播间有五六十万观众，这么多人怎么可能上当受骗”。

正月初八，还在住院的爷爷突然被踢出“富民路店长服务（2群）”，常去领鸡蛋的线下门店也关了，令他深受打击。“人都跑了，什么都没了。”爷爷在账本里写下这样一句话。

90后吴倩的父亲喜欢在直播间买高价手串，吴倩在购物网站上搜到类似手串，单价不过一二十元，“可他认为我发的和他买的不一樣。”吴倩说，父亲还会买标注原价几千元、现价一两百元的包，坚信是正品。

2022年下半年，忙着写博士毕业论文的孙阳常收到妈妈的信息，“主播说这东西好，价格也合适，你要不要？”通常这时妈妈已经下了单，因为主播说“数量有限，得抢”。孙阳告诉她，“根本不用

抢，主播每次都说限量，实际上随时都能下单”。可无论怎么劝，妈妈就是不信。孙阳的姐姐因为这事儿和妈妈争吵过，“妈妈说，我自己挣的钱，想怎么花就怎么花”。面对痴迷直播购物的妈妈，孙阳深感无奈。

推送养生课、发红包为的是让老人“离不开你”

老年人如何一步步深陷直播购物难以自拔？多名受访者告诉中青报·中青网记者，主播会“手把手”教老人绑定银行卡或移动支付，添加收货地址并下单。

赵飞说，奶奶一开始不会买东西，主播耐心教她点击某些图片，完成下单。在一段主播教老人下单的视频中，主播反复叮嘱，“把手放在右下角小黄车上”。另一名主播告诉看视频的老人，“付款免息分期，要让孩子给你下载软件”。

在老人们热衷的直播中，养生课直播颇受欢迎。在短视频平台检索“养生课直播”，即可进入相关直播间。日前，中青报·中青网记者进入一个养生课直播间，主播在教47位观众“手指安眠操”。其间，主播不断引导大家添加老师微信。“如果想了解更多养生知识，点击屏幕下面的‘小铃铛’。”这名主播说。

中青报·中青网记者点击了“小铃

铛”，弹出“领取VIP学习资格”页面，下方是“添加助教老师微信”按钮，点击后即跳转到微信添加好友页面。

添加微信好友后，“助教老师”发来视频链接和一段32秒语音：“您领取了小偏方课程，下周二早上7点上课，我会发上课链接提醒您。现在点击我发的学习入口，听预习课，一分钟左右，听完可领小奖励。”记者又添加了几位“老师”微信，发现做法大同小异。所谓“小奖励”就是几毛钱，看完预习课和45分钟左右正式课，答对一道选择题就能领取。

某养生群群主告诉记者，之所以要添加老人微信，一是为了提高用户黏性，通过推送养生课视频、发红包让老人“离不开你”；二是为了销售药品，“养生课前9天没有推销环节，纯科普，等用户习惯了、信任你了，开始卖药，主要是OTC药（非处方药）”。

所谓免费养生课，其实只是诱饵，就是为了后期捆绑销售高价药品或服务。该群主介绍，9天养生课后，一个销售平均能完成3000元的销售额。药品从药厂直接发货，货到付款，“只要开封，就不能退”。

“这些养生课视频是药厂和代理商发来的。”这位群主说，销售会将视频一对一发给老人。药厂和代理商会提供用户观看查询系统，“谁看了、谁答题了，我都

记者手记

共建共治共享，激发银发经济新蓝海

□ 杨雷

采访老年群体沉迷直播购物这一现象，记者看到的不仅是网络消费环境治理课题，更从中感受到银发经济转型升级的迫切需求。这些问题背后，折射出老年人的情感陪伴期盼、文化消费升级与健康管理需求——这恰恰是银发经济亟待开发的新蓝海。

孙阳妈妈61岁，是一位朴实的农民。两个女儿出嫁后，她和丈夫在农村养了三四只鸡。孙阳心疼父母，想让他们歇着，可父母却不愿闲下来，对他们而言，农村缺乏娱乐方式，不知道如何打发闲暇时光。

于是，直播间购物成为孙阳妈妈的一大消遣。她开始看直播只是图个乐，

将其当作电视的替代品。孙阳发现，家里的电视已经许久未开了。妈妈觉得如今电视节目收费多，智能电视操作复杂，频繁更新的页面让她摸不着头脑。过年时孙阳安装了几个看电视的软件，妈妈也难以适应。

最初观看视频直播，她被主播的才艺所吸引，后来主播加入令人眼花缭乱的卖货环节，她随之一步步深陷其中。面对妈妈沉迷直播购物，孙阳多次规劝无效，却不愿直接注销妈妈的账号。因为这是妈妈仅有的消遣方式。

对刘鹏的爷爷而言，直播间购物已成为他生活的一部分。爷爷每天看养生课直播、记笔记、答题，能领几毛钱奖励，就很知足。爷爷将直播间视为了解外界的窗口，期待直播间带来新鲜事物。刘鹏明白，养生课多是噱头，目的是卖高价商

品，却不知如何劝阻“上瘾”的爷爷。

老人沉迷直播间购物背后，是数字时代适老化产品和服务缺位的缩影。老人不该被直流量“围猎”，而应是推动消费升级、激活银发经济的重要力量。

近年来，国家越来越重视发展银发经济，为规范市场提供了政策依据。2024年1月，国务院办公厅印发《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》，这是国家出台的首个支持银发经济发展的专门文件。今年政府工作报告两次提到银发经济：深化养老服务改革，制定促进银发经济发展的政策；积极应对人口老龄化，完善发展养老事业和养老产业政策机制，大力发展银发经济。

在发展银发经济的过程中，营造共建共治共享的老年友好型消费环境尤为重要。

关爱“银发族” 打造老年友好型消费环境

陷其中，形成信息茧房，加剧他们对平台的依赖。

一些平台在逐利动机下对老人设下消费陷阱，暴露出平台存在监管缺失问题。

曾在某短视频平台从事内容治理工作的李雷（化名）认为，部分平台对直播监管不到位，缘于这些平台深耕四五线城市以及农村地区，为了获取流量、迎合需求，会采取一些“博眼球”“夸大宣传”的做法。

在大力发展银发经济的背景下，破解老年人落入直播间购物陷阱乱象，打造老年友好型消费环境是重要一环。

中国老龄科学研究中心老龄战略与政策研究所副所长方斌认为，各方要合力为老年人营造良好的社会环境和消费环境。平台应采取多种技术手段，加大对商家的监管力度；企业要充分认识到人口老龄化带来的机遇，用心用情做好产品和服务，杜绝为逐利不择手段的行为；在家庭层面，子女要主动关心老人，通过陪伴聊天、参与线下活动等方式，降低他们对直播间的情感依赖；老年人自身要增强信息甄别能力，提高警惕，学会识别“夸大功效”等购物陷阱，避免陷入消费骗局。

哈尔滨商业大学教授、电子商务教研



视觉中国供图

室主任吴彦艳建议平台参照“未成年人模式”，开发“老年人模式”，将严格审核过的优质直播间推荐给老人，进一步简化下单、退货流程。同时，增强老人对网络购

物的辨识能力，推荐老人在官方旗舰店购买商品。

“现在平台开始重视审核。”李雷说，直播期间有审核，收到用户举报后会再审

在共建方面，政府发挥引领作用，积极出台相关政策，整合部门资源，打破壁垒，鼓励企业和社会组织参与适老化改造，推动服务创新。企业应用用心用情推出适老化产品，满足老年人的生活与情感需求。

近期，在文化旅游、智慧养老、健康管理等领域，涌现出一批适老化产品。在黑龙江哈尔滨，中国铁路哈尔滨局集团有限公司开行首趟“银发”旅游专列。为服务老年游客，列车在餐食、医疗、娱乐等方面都做了精心安排，让老人安全、安心出行。

在共治方面，政府和企业可以借助科技力量，提升治理效能。老年人阅历丰富，不少人具备技术和业务专长。可以将老有所为同老有所养结合起来，拓展老人参与社会事务的渠道。

在共享方面，通过企业、社会等各方合力，让老年人获得优质服务，让企业收获市场红利，进而提升社会福祉水平，通过营造老年友好型消费环境，将老龄化社会带来的挑战，转化为实现现代和谐、促进银发经济发展的新机遇。

2024年6月，甘肃省兰州市七里河区人民法院审理一起诈骗罪。公诉机关指控，犯罪嫌疑人宣称产品具有药用保健功效，并将直播链接发至微信群内，诱导老人购买产品。经认定，直播间内所推销产品不具备治疗功能，共有116名被害人，被骗金额超48万元。

法院经审理认为，被告人采用虚构事实、隐瞒真相的方法，骗取老人财物，已构成诈骗罪，且犯罪对象为老人，酌情从严惩处。几名犯罪嫌疑人分别被判处1年4个月到7年不等有期徒刑。

方斌认为，在大力发展银发经济的当下，要有针对性地解决相关问题：完善相关政策与法律制度保障，健全行业标准。“运用系统性思维，既着重破解当前银发经济发展中的痛点，又前瞻性布局老龄化社会的情感生态，着力打造老年友好型消费环境，提升老年人的获得感、幸福感、安全感，提高其生活品质。”

方斌建议，适应数字经济的发展，构建全链条保障体系，加强老年人权益立法保障。推动跨部门协同监管，加强涉老消费权益保障。与此同时，推进供给侧适老化改革，鼓励企业研发适老化产品，优化服务，构建线下体验生态。“以前提到适老化，很多人认为是做减法，简化一些功能让老人易于操作。我认为真正的适老化，是简约而不简单，要做到精准适配。”

“打造老年友好型消费环境，让消费不仅是一种交易行为，更为老年人参与社会，获得尊严、实现生命价值的重要途径。”方斌说。