



私域直播购物，“银发族”权益如何护

中国互联网络信息中心发布的报告显示：截至今年6月，我国60岁及以上老年网民规模达1.61亿人，老年群体互联网普及率达52.0%。很多老年人在网上学习、沟通、购物、娱乐，但与此同时，利用技术手段设置的“坑老”陷阱也花样翻新、屡见不鲜。

中国消费者协会发布的数据显示，2025年上半年，全国消协组织受理的投诉热点问题，主要涉及老年消费陷阱、私域引流营销乱象等。

剧本摆拍、卖惨诱导、AI造假、虚假人设等套路，在网购经验比较丰富的年轻人眼中漏洞百出，却让很多老年人深信不疑，沉迷其中。为了逃避监管，一些商家正在转向更加隐秘的私域电商直播领域。

老人沉迷直播间，隐秘私域套路多

北京市民王磊最近发现母亲手机不离手，从早到晚一直看直播，还要定闹钟打卡，做笔记答题。

“上个月老人突然腹痛、恶心，到医院检查发现转氨酶指数高得惊人。医生询问近期饮食上有什么变化，老人才说每天都在吃直播间买的山药粉。山药粉停吃一周后，转氨酶就正常了。”王磊说。

王磊原本想到平台举报维权，却发现母亲看的直播并不在微信、淘宝、抖音等常见社交媒体或电商平台上，而是通过销售员发过来的链接登录的。原来，销售员用送鸡蛋吸引王磊母亲成为会员，然后发链接让老人进入直播间。“我这才知道这叫私域直播，没有平台，没有回放，连退货按钮都没有。”王磊说。

所谓私域直播，是相对于公域直播来说的。淘宝、京东、拼多多、抖音、快手等平台上的直播都是公域模式，平台会对直播的商家、商品进行资质审核，确保合法合规。而私域直播一般是通过建立微信群或私聊发送直播链接（H5、小程序、APP等形式），邀请特定人群观看。

记者以客户身份咨询了几家私域直播服务商，其中一家直播商的回复很具有代表性：“公域直播监管严、限制多、流量费贵，私域直播则啥都能干，‘钱景’非常好。尤其是针对老人的直播，很多客户都赚到大钱了。”

“我曾想加入母亲在那个社群，看看到底在播什么，但发现不行。”王磊说，即使有链接，不用会员手机号登录也看不了。会员身份都是老人线下领鸡蛋时销售员确认过的，只有老人才可以入会，年轻人不行，甚至连线下店铺的门都不让进。

王磊只好用母亲的手机看了几天直播。“看直播的时间长、参与互动答题或者介绍其他老人成为新会员都能赢积分，用积分可以领红包或者换礼品。但相比有监管的大平台，卖货的路子要‘野’很多，不过也无外乎编故事、虚假人设、AI造假、‘托儿’现身说法、制造健康焦虑等。”王磊说。

直播间卖的不知名品牌山药粉价格比正规品牌类似产品贵不少，可老人就是觉得直播间的更

证和追责的难度。

“老漂族”被盯上，“银发陷阱”避坑难

北京市民赵婷的家里最近出现了很多杂牌抽纸、洗涤灵、牙膏，品相很差的“有机蔬菜包”，加了“科技与狠活”的“酱牛肉”，以及蛋黄颜色奇怪的“可生食鸡蛋”。

和王磊母亲的健康焦虑不同，赵婷父母被拿捏的弱点是孤独。赵婷向记者透露，私域直播电商公司可能把老人群体分为三类：外地户口外地身份证号的老人、本地户口外地身份证号的老人、本地户口本地身份证号的老人，不同老人会被拉进不同的群里。

前两类被视为随迁老人，即随儿女来到本地，被称作“老漂族”。他们远离家乡和亲朋好友，渴望被关注和关心。因此，直播

多提供面向老人的购物、旅游、学习、娱乐等活动。“真心为老年群体服务的企业，一定会非常有市场。”他说。

专家建议，让私域电商市场“在轨”发展

《2024年中国私域电商市场数据报告》显示，2024年，私域电商交易规模同比增长8.69%。

中国商业联合会直播电商工作委员会副会长、网经社电子商务研究中心主任曹磊介绍，作为销售新业态，私域电商处在快速发展阶段，但问题也较为突出，尤其是在银发消费领域。传统电商监管体系尚未较好覆盖私域场景，导致一些商家利用“非公开空间”逃避责任，形成监管真空。

曹磊认为，私域电商健康发展有利于提振消费、服务大众，但当技术便利被异化为“割韭菜”甚至违法犯罪的工具，就需要监管、平台、行业等各方协力，在商业创新与权益保护间找到平衡点，让其“在轨”发展。

洪勇说，监管部门应进一步明确私域直播中各类主体的责任和义务，包括内容发布者、提供直播通道的平台、经营者等，完善老年人重点保护机制，并建立针对小额高频案件的简易执法和快速处置程序；社交平台、支付机构和云服务商家要能识别并拦截一些常见套路，针对“老年用户+保健品”等高风险组合建立拦截模型，并提供经营主体核验、经营资质识别和直播内容留存等工具；企业应做到资质、价格、售后“三公开”；消费者和家庭要注意坚持“四不”原则，即不因送礼入群、不看无回放直播、未验货不拆标、不被健康焦虑带节奏。

洪勇建议，监管升级可从三方面着力：一是强制要求私域直播公示经营主体信息，留存可追溯回放，确保消费者导流页看到的宣传、价格、赠品、退货规则等信息和后面实际下单支付时保持一致，不能前后不一样；二是建立老年消费者特别保护规则，对健康类内容前置资质审核、加强风险提示并延长冷静期；三是建立跨平台黑名单与信用联合惩戒机制，确保“以导流之名行销售之实”时各环节主体依法同责。（文中王磊、赵婷均为化名）

（据《人民日报》记者/孙冰）



·资料图片

好。“天天看直播，已经被‘洗脑’了。”王磊说。

除了隐秘，私域直播更大的问题在于无痕。无论是向监管部门投诉还是通过法律手段维权，都需要提供完整证据。但据了解，很多私域直播都是“一次换一个链接”，有的直播甚至都不卖货，只是“专家问诊和科普”。如果想购买专家提到的产品，要找“专属客服”下单。

商务部研究院副研究员洪勇告诉记者，私域直播的维权难点在于交易链条被刻意设计成“脱平台”模式，不仅规避了电商平台风控和监管要求，也使得消费者在维权时面临证据零散、交易主体难以锁定等问题，尤其是直播无回放、聊天可删除、收款与发货主体分离等做法，加大了取

证的全天候陪伴，销售“儿女”们的早晚问候，更能触动他们。

赵婷说，自己的父母迷上直播后就不再去超市了，而是天天在直播间购物，像上瘾了一样。“东西是老人自愿买的，也不能说都是假冒伪劣产品，就是不值那么高价。”赵婷说，直播间主播会聊天，还经常唱歌表演，听到他们说东西又好又便宜，父母一冲动就下单了。

老人迷上直播后，王磊和赵婷都在反思，但他们也挺无奈。“工作忙，人到中年压力很大，想多陪陪老人也难做到。”王磊说。

“我充分理解老人的孤独感，也愿意花钱让父母过得更舒心。都说银发经济是风口，怎么‘银发陷阱’也出现了呢？”赵婷说。

王磊期待社区或正规企业能