



老人沉迷私域直播间

晚上7点的闹钟响起时，50多岁的小雪爸爸总会准时拿出手机，小心翼翼地点开微信群里最新发出的链接——这是小雪从未见过的平行世界。在这个名叫“浩月千里”的直播间，小雪见证了一场跌宕起伏的剧情大戏。主播先是称，很不容易邀请到某药企董事长来直播间，给大家送福利，隆重推出一款药酒。两人一唱一和，开始大肆宣扬药酒的功效，气氛烘托到高峰时，主播脸色大转，说这样的酒，卖上千元太贵了，直接让董事长给优惠。当主播三番五次砍价，最后把价格砍到199元时，董事长“气得直接掉头走了。”

小雪听的时候，直播头，看了一眼父亲，却发现他眼神亮了。见惯了直播套路的年轻人，能辨识出这是一种表演，但对社交平台没那么熟悉的老人却很难判断。跳楼价等夸张的优惠方式，让老人很受用。

类似的剧本，正在各种“关爱老人名义”的直播间里上演。在名为“民生百城”的直播间，一名40多岁的男主持和来自“吕梁野山坡食品有限责任公司”的20多岁工作人员“小呼”，正在卖“沙棘籽油”。小呼讲得颇为动情，称前来直播时，一群农民伯伯赶来送她，让她一定要好好宣传家乡的沙棘。卖沙棘也在反哺当地，小呼称，公司设立了“1元基金”，供困难孩子上大学，说着她哽咽起来，因为她自己就是受资助上学的孩子之一。

温情牌打完后，照例进入砍价环节。卖价598元30ml的沙棘籽油，被主播砍到了298元90ml，小呼急得在直播间跳起来，头低着快哭了。很多老人纷纷下单。这次碍于小雪在一旁没敢下单，但在这之前，小雪爸爸已经往家里买了10来套，珍珠项链、银饰、染发膏、海澜之家“剪标”衣服、辅酶Q10、鱼油……保守估计花费了几万元。



小雪爸爸在私域直播间购买的部分产品

来源/受访者提供

截至2024年，我国60周岁及以上老年人口超过2.9亿人，在数字化养老浪潮流行的今天，私域直播间正成为吞噬老人财富的“黑洞”。所谓私域直播间，大都是为了规避公域直播间里的营销风险，先通过在小区发放免费领鸡蛋等活动，将老人引流到微信或者其他社群，然后每天发直播入口链接。一天直播1~2场，主播声情并茂地密集输出养生长寿之道的同时，将产品卖给渴求健康的退休老人。

建立社群的方式很简单。在小区底商租个门店，然后免费发放鸡蛋和传单，甚至有门店在门口拉上横幅“新店开业1元秒杀10个鸡蛋”，来凑热闹领鸡蛋的老人排成长队。一套“线下中老年社区团购店+线上私域直播”的打法，让老人沉溺其中，难以自拔。

2.9亿老人 被“云孙子”“云孙女”盯上 私域直播如何用1元鸡蛋撬动百万保健品暴利？

“老人想的是免费的鸡蛋，对方想的却是你的余生财富。”随着手机在全国的普及，通过免费领鸡蛋，组建社群，然后引诱老人听直播的套路，正在成为吞噬老人财富的“黑洞”。直播内外的工作人员，通过卖力扮演好“云孙子”“云孙女”的身份，哄骗老人购买昂贵的“神药”。直播间里琳琅满目的商品，有的被过度包装成“抗癌神药”，有的宣称婴幼儿级产品，出品公司却没有注册工商信息。私域直播，是服务老人还是收割老人？

凤凰网财经

“云孙女”“云孙子”的温情陷阱

老人想的是免费的产品，对方想的却是你的钱包。00后张洋，大学毕业后的第一份工作就是借助线下的社区团购，专门拉老人进入他们公司组建的社群。他们瞄准的对象很明确，寻找穿着体面的老人。为了提升猎物的目标转化率，他们会通过一些有点重量又免费的米、面、油等，借机上门送货，来摸清老人的实力。“比如看所住小区是否高档，装修奢侈，是否独居。”张洋说。

他们的工作其实很简单，就是扮演好“云孙女”和“云孙子”的角色。刚到公司去参加培训时，张洋吓了一跳，一个大办公室目测有两三百人，全都是清一色的看起来刚毕业的年轻人。后来他才明白，年轻人和老人的孙辈年龄相仿，更容易获得信任。他家访时，会给老人按摩，说很体贴的话，老人也会很热情，留他吃饭喝酒，当成亲孙子一样对待。

除了日常关怀，公司还会定期举行“健康讲座”，关心老人是否有“三高”“关节疼痛”等基础疾病，“云孙子”们会蹲下来揉按关节处，减轻老人疼痛。

密集的关怀，迅速攻占了老人

的内心，让原本子女关怀不到的老人极易走入情感陷阱。一场看似体贴的服务，其实背后都暗中标好了价格。张洋同门店一名22岁的女孩因“嘴甜会哄老人”，一个月卖出160多万元的产品，按7000元底薪+8%的提成计算，一个月就赚了13万元。

高达数十倍的利润迅速掀起围猎老人的私域直播电商潮流。这类模式极易裂变。公司总部负责产品和直播，在全国各地招揽加盟商，加盟商只需要在老小区密集的地方开一个不起眼的低价门头，通过福利品吸引当地老人上门，让他们加入微信群，维护和老人的关系。

记者伪装为加盟商，联系上一位这类公司的老板，对方表示，门店投入只需要5~10万元，两个月就能收回成本。“一家门店一个月能有20多万元的业绩，商品利润45%，门店和总部五五分成，一个月轻松赚5万元。”他们去年才开始做，现在就已经有200多家门店。

靠着售卖“情感价值”，老人们纷纷成了私域直播电商收割的“韭菜”。心理咨询师朱晓辉解释，这类套路屡屡得手的核心在于精准利用了当代老年人“有钱、孤独、怕死、信息差大”的群体特征。

暴利保健品背后的教训

大部分子女可能都不在老人身边，被商业精准围猎后，老人可能会面临各种复杂的问题。因为陪伴较少，父母和子女更难建立有效的沟通。多数情况下，迫于这种原因，子女会无奈选择睁一只眼闭一只眼，认为只是损失一点钱。刘兰对父亲的执拗就经历了这样的过程，但是2024年12月初的一个早上，接到弟弟电话，爸爸出事了，她还来不及多想，赶到爸爸家时，他已经全身瘫痪，大小便失禁，只有脖子能动。爸爸性格固执，不爱去医院，只听信那些“养生课程”，连肉都不敢吃，买了一堆保健品。偶尔去爸爸家，看到家里堆的到处都是保健品，她忍不住劝说，争执激烈时，父亲会说这是花的自己的退休金，刘兰不懂。刘兰爸爸的身体却每况愈下，1米7的个子瘦到了90斤。送去医院时，医生都怀疑刘兰和弟弟虐待老人。老人原来已经一身病，免疫力下降，糖尿病病情加重，出现了脚部溃烂，肺病也严重，抽血时发现“血黏稠得流不出来”。刘兰解释父亲沉迷保健品，没想到医生也叹了口气，说自己的爷爷也是只相信保健品广告。

对于这类保健品围猎老人的乱象，多年来监管部门也在出手打击。但随着线下引流和线上私域直播的花样越来越多，还是有不少老人依旧深陷在被围猎的泥潭里。甘智斌律师表示，平台对群内直播内容有“合理注意义务”，只是私域直播隐秘性强，需要用户举报，也需平台主动加大监管力度。在监管和平台之外，在阻拦父母深陷直播间保健品的过程里，老人和孩子的情感关系，也是影响走向的重要一环。

心理咨询师朱晓辉建议，家属能做的是进行“情感需求转移”，尽量给予老人陪伴，还要帮助老人建立自己的信息输出频道，“研究发现，经常发朋友圈、晒照片、喜欢外出旅游的老人，作为信息输出方，被骗几率会大大降低”。还有一个方法是财务合并，将老人的养老金纳入家庭财务决策体系中来，让老人对家庭财务需求有了解，感受到自己的钱有用处，另一方面，也让老人的消费情况变得透明，在问题扩大之前及时控制。

(文中小雪、张洋、刘兰均为化名。)