

央视曝光私域直播沦为“银发收割机”

形成“引流-养熟-收割”的标准化流程

在数字化浪潮席卷银发人群的今天,私域电商行业正迅速壮大,并重塑3亿+活跃银发网民的生活方式。

然而,据央视《财经调查》日前报道,一些所谓“牢牢抓住银发商业机遇”的私域直播电商,实质上成了坑老骗老的消费陷阱。这种模式以“银发经济”为幌子,通过微信群、小程序等私域渠道,向老年人精准推销高价、虚假宣传、售卖假冒伪劣产品,并借私域直播隐蔽性更强、取证举报困难的漏洞,再通过高新数字技术对老年人的精准围猎,将老年消费者群体牢牢套在陷阱中。有电商专家指出,面对保健品、食品、护肤品等品类,中老年消费者更容易被商家的宣传话术洗脑、被假冒伪劣产品“钻空子”,而平台监管缺位又进一步加剧了问题严重性,使得“坑老”骗局屡禁不止,严重侵害老年人合法权益,已成为亟待解决的社会问题。

■新快报记者 郑志辉



VCG供图

银发消费痛点被私域电商突破

私域电商,作为一种基于企业私有流量推出个性化产品和服务的新电商模式,正成为当下最热的赛道之一。据统计,目前业内有两大百亿及二十家以上亿级私域直播平台。河南的国科优选、华夏特产两大平台,年GMV规模已是百亿级别,广州的远方好物,和上海的梦饷科技,年GMV也已达到数十亿。

随着社会老龄化加速,让越来越多的私域电商平台将关注重心转向银发人群,前述多家头部私域电商中,银发人群都已成为重点客群。踏入2025年,银发私域电商更是快速崛起。

2025年5月,银发私域电商产业园在成都温江区正式开园,开设云贵州等地特色老年健康产品主题直播间,引入200余家品牌上千款产品,标志着银发私域电商从上游产品开发到下游产品销售的全产业链发展进一步提速。

有分析指出,一方面,有钱有闲的银发族数量持续增多。这一人群不仅存在庞大的消费需求,而且每天还会投入大量时间在互联网,刷短视频和蹲守喜欢的直播间,这意味着,银发族“衣食住行”各类生活消费需求,都可以被私域电商平台承接。

另一方面,银发人群普遍存在的购物消费痛点,更易在私域电商模式中突破。相比公域电商,私域电商有三大明显优势:更容易发挥团长、店长、KOC的影响力,解决银发族购物时的信任度问题;拥有更快的服务响应效率,能提供更细致周到的服务,解决银发族售前售后问题;决策-消费链更短,契合银发族互联网使用习惯。

被科技与话术锁定的猎物

综合央视及近年媒体的公开报道,私域直播“坑老”骗局主要通过抓住老年人的情感需求和心理特点,从类似“免费礼品”为诱饵,再通过线下门店吸引老年人加入微信群,最后通过私域直播平台向他们推销高价产品。

以完成对老年人的消费围捕。

其中最核心的骗局是直播转化。商家通过私域直播平台在微信群内部设立私密的直播间,并在直播中夸大产品功效吸引老年人,利用“限时秒杀”“最后一单”等话术迷惑老年人刺激消费。

然而,这些直播间设立进入门槛且没有回放使内容难以查证,这也导致老年人发现上当受骗后难以举报维护自身权益。

吉林的李阿姨通过“免费领鸡蛋”活动被引入微信群,观看“H8百姓驿站”直播。主播自称某航天馆杨主任,推销一款“航天鞋”,声称鞋里植入了钛核磁芯片,能释放能量波保护脚部,并夸大其功效。李阿姨在直播间和线下养生讲座购买了30多瓶保健品、十盒海参等商品,总价达数万元。

李阿姨最终收到的商品多为假冒伪劣产品,所谓的“航天鞋”并无宣传功效,保健品也是普通食品冒充。李阿姨的子女发现后报警,但因直播内容不易留存、证据固定困难,维权难度大。

67岁的许先生母亲通过短视频平台刷到古钱币变现内容,被诱导添加“雷总”微信。“雷总”每日定时给老人发直播链接,将老人引流至私域直播间。直播间内容外人无法直接看到,需通过特定链接进入。主播虚构“雷氏家族”背景,宣称能回收藏品变现,诱导老人购买“发财机会”链接。主播称“老人越早下单、付款越多,他们越快上门回收藏品,子孙后代还能去‘雷氏集团’工作端上铁饭碗”。

许先生母亲一个月内花费3.5万元购买50多单,收到一堆假圣旨、古画等工艺品。许先生发现后维权,付款记录显示钱都去了浙江微乐播信息科技有限公司,但直播平台对主播、直播间监管不力,退款困难。

灰色产业链组织化专业化

当前,私域直播“坑老”骗局的灰色产业链已经成型,并呈现出组织化、专业化特征。

据统计,2023年全国消协组织受理的直播购物投诉中,55岁以上老年人占比超过35%,其中私域直播投诉量同比增长近200%。

诈骗团伙通过大数据分析锁定目标人群,采用“引流-养熟-收割”的标准化流程。他们先在公域平台投放“免费领鸡蛋”“古董鉴定”等内容引流,再通过微信群、私域直播间建立长期联系,最后以虚构身份、情感绑架等方式实施诈骗。由于私域直播内容不公开、不留存,加之老年人证据意识薄弱,导致事后维权异常困难。

平台监管缺位进一步加剧了问题严重性。多数私域直播平台审核机制形同虚设,对主播资质、商品质量缺乏有效管控;部分平台甚至与诈骗团伙形成利益共同体,通过技术手段帮助其逃避监管。这种“监管真空”状态使得“坑老”骗局屡禁不止,严重侵害老年人合法权益,已成为亟待解决的社会问题。

对于事后维权,中国商业联合会直播电商副会长曹磊建议,消费者需建立“全流程取证”意识,如直播阶段应通过录屏工具同步记录主播话术、商品展示及互动数据,交易阶段需保存微信支付凭证、商品链接及订单详情,沟通阶段则应保留微信聊天记录、语音通话录音等。若商品到货后发现质量问题,需立即拍照/录像开箱过程,并联系品牌方或第三方机构出具鉴定报告。

在平台监管层面,曹磊表示,私域直播作为电商新形态,其健康发展需兼顾商业创新与消费者权益保护。平台需强化合规义务与技术升级,包括严格审核商家资质,开发私域场景监测工具,通过语义分析识别社群内的诱导性话术,并提供“一键举证”功能简化消费者维权流程等等。

另外,鼓励平台与商家、主播签订《合规承诺书》,明确禁止虚假宣传、价格欺诈等行为;建立黑名单制度,对违规主体跨平台联合封禁,形成“一处违规,处处受限”的约束机制。

未来两年十大AI预测:

Agent员工化 视频模型突破 成本革命启动

新快报讯 记者郑志辉报道 在日前的2025世界人工智能大会上, AI领域知名投资机构启明创投连续第三年发布AI十大展望,具体如下:

●基础模型

展望一:未来12—24个月,200万Token的上下文窗口将成为顶级AI模型的标配。围绕更大上下文窗口展开的更精细、更智能的上下文工程,会成为推动AI模型及应用发展的核心驱动力之一。

●多模态模型

展望二:通用视频模型有望在12—24个月内出现,该模型可处理视频模态下的生成、推理与任务理解,促进视频内容生成与交互的革新。

●AI Agent

展望三:未来12—24个月,Agent形态将从“工具辅助”走向“任务承接”,首批真正意义上的“AI员工”将进入企业,广泛参与客户服务、销售、运营、研发等核心流程,不再仅作为助手存在,而是具备协同作业、主动反馈、承担OKR等能力,推动从成本工具向价值创造转变。

展望四:多模态Agent将不断走向实用化,能够融合视觉、语音、传感器等多源输入,进行复杂推理、工具调用与任务执行,在医疗、金融、法律等行业率先实现突破。

●AI基础设施

展望五:AI芯片领域,将有更多“国设”且“国造”的GPU开启批量交付;与此同时,在3D DRAM堆叠、通算融合发力创新的新一代AI云端芯片,也将在市场中崭露头角。

展望六:未来12—24个月,Token消耗量将提高1至2个数量级,集群推理优化、终端推理优化、软硬协同推理优化成为AI Infra侧降低Token成本的核心技术。

●AI应用

展望七:AI交互范式转移将在未来两年内加速到来,伴随用户对手机屏幕依赖的减弱与语音等自然交互方式的重要性上升,将推动AI原生超级应用的诞生。

展望八:垂直场景中的AI应用潜力巨大,越来越多初创公司将凭借行业认知深耕细分领域、快速实现产品与市场匹配,以“Go Narrow and Deep”的策略与大厂形成差异化竞争。

展望九:AI BPO(业务外包)模式将在未来12—24个月实现商业化突破,从“交付工具”走向“交付结果”,并通过“按结果付费”的方式,在金融、客服、营销、电商等流程标准化行业快速扩张。

●具身智能

展望十:具身智能机器人将率先在拣选、搬运、组装等场景实现规模化部署,积累大量机器人第一视角数据与带触觉的操作数据,构建“模型—本体—场景数据”的闭环飞轮。这一飞轮将驱动模型能力迭代,最终推动通用机器人迈向大规模落地。



一起了解更多
数智资讯