

1.61亿老年网民，成网购陷阱“新靶子” 反骗老是一场“持久战”



声音

当爸妈也成为“网民”，我们该如何为他们护航？

◎ 张峻樑

当前，老年群体触网程度不断加深，但其面临的“数字鸿沟”在维权领域尤为凸显。新型骗局正从公域转向更为隐秘的私域，交易链条被刻意切割、隐匿，导致取证艰难、责任主体模糊。即便老人鼓起勇气维权，也常因“说不清经过”“找不到证据”“搞不懂程序”而步履维艰。这既是骗术对老年人认知特点的精准拿捏，也暴露出适老维权体系的短板。

守护“夕阳红”，急需以“技术之盾”抵御“技术之刃”。平台与企业要扛起主体责任，将“适老”理念落到实处：开发简易操作模式，建立风险预警机制；设置大额支付冷静期，防范冲动消费；严控“悲情营销”“虚假人设”等不良内容。用技术赋能，织密防护网，让陷阱无处藏身。

法律监管也需与时俱进。面对私域引流、直播带货等新业态，要创新监管方式，填补监管空白，实现对违法行为的精准打击。同时，司法服务要更“接地气”——保留线下窗口，优化举证指引，让法律成为老年人触手可及的后盾。

然而，最坚固的防线，往往来自情感的支撑。许多老人陷入骗局，深层原因在于情感陪伴的缺失。子女的“数字反哺”不仅是技能传授，更应是日常的情感交流和风险提示。社区可搭建“数字加油站”，通过邻里互助提升老人的网络素养。唯有家庭、社区、社会形成合力，才能从根本上消解老人的孤独感，让他们不再轻易被虚假“温情”所惑。

莫道桑榆晚，为霞尚满天。让老年人安心畅游数字世界，共享科技红利，是社会文明的体现。这需要平台尽责、监管发力、法律兜底，更需要我们每个人伸出温暖的手，用真诚陪伴，共同为老人撑起一片清朗的网络天空。

小贴士

识别三类营销话术 保持清醒别“上头”

随着“双11”购物季的到来，各大直播间优惠活动纷至沓来，不少老年人对着屏幕里的保健品频频下单。面对直播间里“一瓶咀嚼片能治四五种病”“几个疗程让胃黏膜焕然一新”等夸张宣传，如何帮助家里老人守住健康和钱包？这份防坑指南需要了解。

在直播间环境中，保持理性判断尤为关键。遇到以下三类话术时，需要特别警惕：

1. 功效夸大类话术：凡是宣称“治疗高血压”“根治糖尿病”“替代药物”等的，都应立即警惕。根据《中华人民共和国食品安全法》，保健食品只能用“辅助”“改善”等表述，绝对不能宣称治疗疾病。

2. 权威造假类话术：对“某某权威机构监制”“科研院所研发”等背书，务必查证核实。曾有直播间销售的辅酶Q10宣称是知名药企出品，实际批准文号对应的却是其他品牌。

3. 情感绑架类话术：遇到“不买就是不爱自己”等道德绑架，保持清醒。真正的健康产品，从不需要靠煽情来促成交易。

找不到的“平台”——隐秘私域套路多

北京市民王磊最近发现母亲手机离不开手，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。

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表示，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，加大了取证和追责的难度。

越不过的“鸿沟”——老年人在维权路上的多重难关

讲不出经过，是老年人的维权路上的第一道鸿沟。

“到底遇到了什么问题，很多老年人往往讲不清楚经过，问到最后，老人只能反复说一句——不知我这钱怎么没了。”刘更超说。

此外，线上打官司也让不少老人犯难。线上诉讼免去了当事人长途跋涉的困难，为维权提供了极大便利，但很多老年人不知道怎么下载庭审APP、不知道如何登录，更别提进行下一步操作了。

如何拿出有效证据，则是另一道坎。法官吴娇审理过一起字画买卖案件。

70多岁的陆大爷花了5万多元在直播

间买了16幅所谓名家字画。主播在直播间里宣传说，这些字画很有收藏价值，让买家不要拆开包装，过段时间之后就能升值。商家甚至还伪造了一个不存在的文化综合单位之类的机构，做了一份假材料在直播间里展示，还像模像样地盖上章。

“我们后来了解到，这位老人在类似的直播间购买了很多字画，数额高达百万元。”吴娇说，尽管陆大爷花费不菲，但老人起诉维权时，证据几乎没有。“只有几张直播间截图。”吴娇回忆，最后考虑到当事人是老年人，举证能力不足，法院依法向平台调取直播录像，才拿到商家欺诈的关键证

据，判决商家退货退款。

此外，对网络世界的不熟悉、法律意识薄弱，让不少老人“告错了人”。

有的老人分不清平台和商家，在收到劣质商品后寻求客服帮助时，常混淆平台客服与商家客服，误将商家的推诿当作平台的最终处理结果，不知道还能向平台投诉商家、申请平台介入调解。

有的老人起诉时搞不清楚要起诉商家还是平台。吴娇说，这类“搞错维权对象”的情况在老年群体中非常普遍。“我个人也很同情他们，但如果走法律途径，还是要先搞清楚该告谁，不然花了时间，还达不到维权目的。”

可架设的“桥梁”——多方合力守护“夕阳红”

在互联网快速发展下，应如何针对坑老、骗老行为维权，并帮助老人走出坑老骗局？

北京市时代九和律师事务所高级合伙人孟健表示，此类事件的取证关键是证明商家虚假宣传，能够证明老年人遭遇欺诈的证据形式通常包括录音录像、聊天记录、宣传单或产品介绍网页(含网址)等。

来自政府相关部门的通报和权威媒体的曝光，一定程度上能够帮助自己劝说老年人。部分社区也开展了一系列帮助老人提升数字素养与防骗意识活动，将科普和反诈宣传融入游戏和日常交流，有效帮助老人们增强风险防范观念。

为了避免老年人因“不会用、不敢用、用不好”数字工具被排除在司法保护之外，北京互联网法院同时提供线上与线下服务：线上技术热线实时解答疑问，线下保留窗口立案、纸质材料提交等传统服务方式，为不熟悉网络操作、设备无法在线开庭的老年人提供到院开庭场所和设备支持。

彻底斩断老人与坑老骗局之间的联系，还需要真正满足老人的精神需求。

在法官们看来，老年人网购维权难，不仅是法律问题，更是社会治理问题，折射出

适老化规范滞后、行业标准有待完善、家庭社会协同支持不足等问题。

“生产企业不能只顾智能，更要想着适老。”北京互联网法院副院长仪军指出，企业要针对老年人的特殊需求建立专项质量管控体系，对保健食品、智能家居等老年人的高频消费品类严格执行国家标准，并清晰标注适老功能与风险提示，严禁“悲情营销”“限量抢购”等诱导式宣传。

同时，平台也应强化技术防护，开发老年人专用界面、语音客服功能，对老年人大额转账、脱离平台交易等异常行为进行风

险提示；还可以设立老年人购物“冷静期”，老年人购买高价值商品，可以提供适当时间的订单确认犹豫期。

家庭和社区的作用同样重要。“数字反哺是家庭亲情的新形式。”仪军建议，子女应主动帮助父母更新设备防护设置，经老年人授权向子女同步消费信息，设置支付限额、接收大额消费提醒；社区可建立“老年人数字加油站”，由低龄老人结对帮扶，帮助他们学会用设备、识别风险。

(综合《人民日报》《北京日报》《北京晚报》等)



看不见的陷阱
新型网络骗局如何围猎老年人

