

视频直播间开讲座、发红包、送奖品，不少老年人紧盯手机、沉溺其中——

多少老人“困”在养生直播间

堵点痛点
记者出击

■诉求来源
12345·青诉即办
观海新闻客户端“直通12345”
党报热线82863300
■话题热度 ★★★★★

“专家”从寒武纪讲到了奥陶纪，75岁的城阳区居民李兰（化名）根本听不懂这些内容。“等下又要签到了，三次签到才能领红包，不然一晚上白听。”她紧盯着手机，准备在直播间里打卡签到。这个讲生物知识的直播间，短短1小时就收获了近2万个“赞”，有上千名老人跟李兰一样正在用手机观看这场直播。

如今，不少老年人沉溺于视频直播，与年轻人主打娱乐休闲不同，他们看直播主要是学习“健康养生知识”。“养生专家”、保健品商家在直播间里开讲座、发红包、送奖品，忙得不亦乐乎。这类养生直播间有何“魔力”？老人为何会“慷慨”消费？这股视频直播浪潮对老年人究竟有利还是有弊？记者近日展开了调查。

直播间里的诱惑

8月17日19时，李兰点开微信群里的链接，准时进入直播间听课。“你们年轻人也听这个？”见记者来采访，她有些拘束。“早上直播是讲产品，中午一般是夸产品好，晚上是读患者来信和讲养生知识，每次直播四五十分钟。”李兰所说的产品，是一款叫“山药**粉”的“特殊膳食”。在“专家”口中，这款产品效果奇特——能补肾、润肺、健胃，还能润泽皮肤，强筋健骨，提高免疫力。

“我对现代中医理论的贡献就在这儿。我的理论被推广后，老人们能够少生很多病，少吃很多药、多活很多年……”直播间里，“专家”侃侃而谈，不少粉丝留言点赞。李兰一眼看出这堂课是录播而非直播，她说自己其实对直播内容并不感兴趣，但是一天听3次就可以领到4元左右的红包，这很有吸引力，“闲着也是闲着”。“你买的这两盒，还不是花了200块钱！”老伴在旁边“拆台”，向记者抱怨起来。

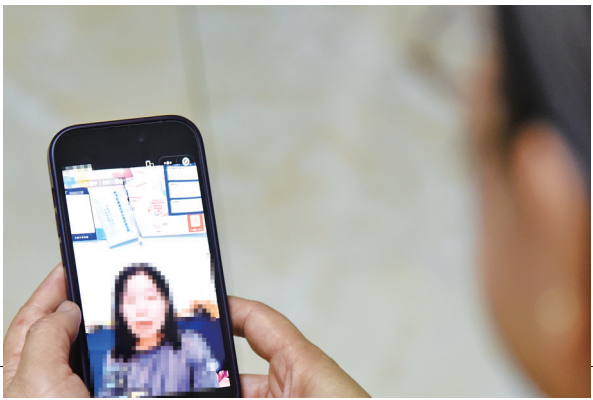
事实上，并非人人都能进入能领红包的养生直播间。李兰回忆，数月前，两个跟她一起购买过保健品的朋友拉她去了家附近的一家健康生活馆。作为奖励，三人各领了一袋1000克的面粉。“来这里的人大多70岁左右，店员把我们拉入了一个微信群，然后手把手教我们看直播、签到、领红包。”李兰介绍，红包都是店员通过微信一对一发给她。记者注意到，李兰听课的直播平台是一种并不常见的“私域直播”，外人进不去。

8月18日中午，李兰顾不上午休，又进入了一个推销益生菌的直播间。“这位老人从去年6月开始吃我们的益生菌，她原来便秘、胃反酸、吐酸水，吃了一年的益生菌，现在已经全好了……”结束直播时，“老师”给出“最大优惠力度”，还展示了领红包的“口令”。李兰熟练地将口令发给相关门店的工作人员，等待对方将前几天没发的红包一起发过来。

这样的微信群和直播间，李兰“手握”五六个。她对记者说，像她一样看养生直播的人，



▲位于平度市的一家“健康文化体验中心”内，老人们一边听课，一边体验某款仪器。



▲不少老人热衷于看完养生直播，再去线下门店领取小礼物、购买保健品。

门店会给他们办一张卡，到店听课体验才给盖章，集齐几个章就可以换鸡蛋、挂面等小礼物。“他们的目的就是吸引我们到店里体验、购买保健品。光看直播领红包是不行的，他们有办法，老不买产品就会被踢出群。”李兰说。

在李兰居住的小区里，像她一样每天看直播的老人就有二三十人，冯奶奶是其中一位。“每次来看她的时候，她都忙着看这些直播，有时候匆匆吃几口饭就拿着手机进了自己房间。”冯奶奶的儿子告诉记者，母亲看直播时常躲着他们，生怕家里人反对。

直播间外的“套路”

62岁的平度市民孙萍（化名）除了每天看三四场养生直播，还时常到同和街道的几家线下门店里听课体验、领小礼物，这让她儿子王伟（化名）非常苦恼。两年来，孙萍买保健品已花费了约10万元。

“她买保健品都是藏着掖着，背着我们买。我们做子女的，怎么劝都不管用。”王伟拿出一款纳豆激酶产品给记者看，“这个就挺贵的，你看这个小字，写着纳豆浓缩品，说白了就是一种保健食品。”他认为，母亲买的这些保健品基本上没什么用，不影响身体健康已是万幸。

孙萍往往是在直播间里抢到红包或者礼品券后，再去店里体验、消费，兑换鸡蛋、大米、挂面等小礼物。然而在王伟看来，这都是保健品商家吸引老人的常规操作。“他们就是用小红包、小礼物等小恩小惠来提升老年人与店家的黏度，‘关’在网络直播间里上课，等他们到店后再洗脑式营销，一步步诱导他们花钱。”王伟认为，商家的这些手段对年轻人而言并不算高明，但可以轻松“拿捏”老年人。

为了拆穿商家“套路”，王伟想到母亲常去的线下门店看看，却发现门都进不去。“他们不让年轻人进，老人想进去听课也有‘门槛’，需要有退休金，热爱养生。”他曾向市场监管部门举报过，但没有取得实质性进展，“此类门店哪怕是执法人员突击检查，也很难发现什么问

题，里面的产品大多都是正规厂家生产的，明码标价，也没有强买强卖。”王伟告诉记者，加上他母亲常去的门店，周边至少有5家“体验馆”“健康生活馆”。

王伟表达了自身的担忧，比如，“私域直播”很难被监管，外人看不到直播内容，部分营销人员夸大产品功效，声称可以代替医药，可能会影响患病老年人的正常用药和治疗；也有老人在营销人员的“糖衣炮弹”下沦陷，认为他们比自己的子女都亲，“恨不得把养老金、银行卡都给他们”。

近日，记者以“帮父母咨询”的名义走进了王伟所述的一家“健康文化体验中心”。门口张贴着“发红包”海报，记者一进门就看到了好几筐准备对外发放的鸡蛋。“来听听吧，可以体验一下我们的这款仪器。”见记者并非来“闹事”，工作人员开始推介。“病从寒中来，寒从脚底生。我们这款仪器就像汗蒸一样，做完浑身轻松，没有虚的感觉……”店内，“老师”又讲述了其姐姐的公公婆婆用了该款仪器后的“功效”，台下十几名老人在听，不时回应几句。

据介绍，这款仪器售价4000多元，工作人员称“脚底下的小石片都富含矿物质”。体验完成后，老人们拿出了自己的卡，由工作人员签字后各领取了三五个鸡蛋。记者提出想要观看相关直播时，被工作人员拒绝。“你让家里老人自己来，我帮他们在手机上弄好。”工作人员说。

在附近的另一家“健康生活馆”内，老人们腰间绑着仪器正在体验，同时观看着大屏幕上的视频讲解。“我们主打的是口服产品，只有在北京的大医院和我们店里才能买到，虽然是保健食品，但是要求比药品还要严格，能够调节血脂，提升免疫力。”门店负责人滔滔不绝地向记者推介。体验完后，老人们离开时，每人领到了一块小肥皂。

记者发现，近期不少市民通过12345·青诉即办、观海新闻客户端“直通12345”、党报热线等渠道反映保健品消费纠纷，投诉者中不乏观看直播、参与线下“会销”的老年群体，有人为

此花费数十万元。

亟待守护的老年人权益

“老年人具有信息处理速度变慢、认知能力下降等认知特征，更容易受到网络营销的影响。”青岛大学师范学院心理学系教授魏华和该校心理学讲师史娟做过相关研究。魏华给记者举了个例子，如老年人在信息加工的过程中更依赖边缘线索，因此很容易受营销人员的外貌、语言和人设等因素影响，而不能很好地“加工”产品相关信息。也就是说，老年人在面对产品推销时，会认为“人好产品一定好”，容易忽略产品本身。

“人在衰老时能最大限度地提高积极情绪体验，把情绪风险降至最小，会花费更多的时间与有情绪价值的人交往。面向老年人的直播博主很擅长创造情绪价值，让老年人觉得开心快乐；老年人更愿意花时间与之交往，因此也更容易上当受骗。”魏华介绍，不少老年人社交窄化、孤独感增加，而养生直播恰如一剂“良药”，给他们带来社交和情感需要的满足。即使很多老年人意识到博主的话不完全真实，但是基于已建立的情感关系，也会花钱消费。

“我们在调研时发现，老年人的家庭观念和责任感往往都很强。部分老年人认为自己身体不能出问题，这是为全家人考虑，因此轻信部分养生博主的宣传，花重金购买保健品。还有一些老年人极易被鸡蛋、大米、面条等小礼物诱惑，自己吃不完还拿去送给儿女，获得成就感和满足感。”青岛市人大代表、福寿星爱心护理院（市北区残疾人托养所）院长马岩洁说。

如何帮助老年人正确看待电商直播，防止沉溺于养生直播间？

史娟认为，子女应该以真诚的心态去理解、尊重老年人的行为和选择，通过倾听、共情和积极的反馈，与老年人建立深厚的情感联系，使他们在决定购物时，感受到家庭的温暖和支持。同时，子女要适度监督老年人的上网行为，引导老年人理性消费，避免盲目跟风。“老年人需要更健康、更有益的活动选择，如参加社区活动、培养兴趣爱好等；遇到问题时，老年朋友们不妨多向子女寻求帮助和建议。”史娟说。

“在老龄化社会，新技术浪潮和数字经济的大背景下，老年人网购、看直播成为一种潮流。家庭、社会和政府相关部门应共同努力，确保老年人安全‘触网’，维护其合法权益。”马岩洁建议，提高老年人网络安全意识和对虚假信息辨识能力，让他们学会保护个人信息、防范网络诈骗；完善相关法律法规，对于面向老年人的养生直播、“会销”等市场行为，要加强监管力度，严厉查处夸大功效、虚假宣传、销售不合格产品等违法违规行为，解决“退货难”等现实问题，减少和避免交易纠纷。

记者了解到，青岛市消保委组建了“爱老维权服务队”，以“三送五进”的方式深入社区、老年大学宣讲授课，现场宣传保健品消费知识和维权途径。此外，市消保委还通过发布消费警示、典型案例等方式，帮助老年人提升防范意识和辨别能力。

青岛市市场监管局提醒广大老年朋友，不要轻信商业广告夸大宣传，对自己不了解的所谓“高科技”等产品不要道听途说，轻易购买，留心包装物标识是否规范；购买商品时选择正规商店，注意查看公司有无营业执照和相关资质，不要草率相信商家的口头承诺；注意保健品与药品的区别，购买之前可以通过国家市场监督管理总局网站查询批号以及核准的功能，购买时注意查验小蓝帽“保健食品”标志，不要盲目相信保健品的治疗功效；注意索要 and 妥善保管购物发票和相关凭证，若发现权益受损，应及时投诉、举报。

应给“好评返现”按下“终止键”

“5星好评，轻松拿红包”“全5星10字以上好评返现2元”“小额打款3元+追评晒图5元”……快递包裹中，经常夹杂着这类“好评返现”小卡片。这种看似双赢的营销策略，实则是对市场公平竞争秩序的破坏，更是对消费者权益的损害。

“好评返现”，一个听起来充满诱惑力的词汇，背后却隐藏着商家精心布置的陷阱。商家利用小额返现、红包、卡券等激励手段，诱导消费者隐瞒真实感受，给出非真实的好评，以此提升店铺的信誉度和排名，但这种行为误导了其他消费者，使他们基于虚假信息做出购买决定。长此以往，市场的信息透明度被削弱，优质商品可能会因缺乏真实反馈而难以脱颖而出，而劣质商品却可能凭借虚假好评大行其道。在信息不对称的市场环境中，电商平台的公信力荡然无存。

面对“好评返现”等不正当竞争行为，国家市场监督管理总局发布《网络反不正当竞争暂行规定》，明确规定“好评返现”构成违法。新规将于2024年9月1日起施行，其中第九条第（五）项规定，“不得以返现、红包、卡券等方式诱导用户作出指定好评、点赞、定向投票等互动行为”；第三十四条规定，“经营者违反本规定第八条、第九条的，由市场监督管理部门依照反不正当竞争法第二十条的规定处罚”。

规定的出台无疑是对市场乱象的一次有力整治，为构建真实、客观、公正的网络消费评价体系提供了坚实的法律保障。但想要彻底清除“好评返现”等不正当竞争行为，还需要电商平台、商家、消费者等各方力量的协同作战。例如，电商平台作为连接商家与消费者的桥梁，必须承担起主体责任，加大对商家的监管和审核力度，及时发现并处理违规行为。通过优化评价系统和减少人为干预的可能性，提高评价的真实性和可信度；商家则应树立诚信经营理念，通过提升产品质量和服务水平来赢得消费者的真实好评，而非依赖“好评返现”等不正当手段获取虚假评价。此外，消费者应拒绝参与“好评返现”等不正当竞争行为，共同维护健康、透明的电商环境。

你问我答

公租房租金收取有何标准

民生在线网友：公租房租金收费金额不一，有何标准？

青岛市财政局：考虑到不同承租家庭的承受能力，对于政府投资建设并运营管理的公租房，我市根据家庭收入水平，制订了差别化的租金标准，具体是：对于城市低保、分散供养特困人员以及人均月收入低于810元的家庭，租金标准为每月每平方米0.75元；人均月收入在810元至1693元之间的家庭，租金标准是同区域市场租金标准的30%；人均月收入在1693元至2540元之间的家庭，租金标准是同区域市场租金标准的50%；人均月收入在2540元以上的符合条件的家庭，租金标准是同区域市场租金标准的70%。

青岛响应式公交线路有哪些

民生在线网友：青岛有哪些公交线路实施响应式运行？

青岛城运控股集团有限公司：目前，城运控股集团选取了20条公交线路实施响应式运行，包含29路、34路、35路、118路、129路、383路、401路、402路、403路、411路、417路、418路、419路、618路、639路、671路、677路、679路、772路、908路。这些线路的公交车前挡风玻璃、车窗、扶手、后门上方均贴有“响应式公交”和“下车请按铃”等醒目提示语，车厢内安装了多个按铃装置。乘客可上车招手，下车按铃。若车内没有乘客按铃或口头告知需要下车，驾驶员将不停靠站点，慢速沿站台通过。

留言板

这些身边事 群众盼解决

观海网友 a5ZD+2：城阳区流亭商业街的道路坑洼，破损严重，无人维修，希望相关部门整修路面，恢复道路平整。

观海网友 UrOINX：市北区同乐三路沿街商户长期占用停车位，影响市民停放车辆，希望加强管理，杜绝商户长期占用车位。

观海网友 M96GJe：西海岸新区禹洲弘阳·天赋云海小区南门外道路上有多个井盖老旧松动，车辆驶过时噪音扰民。

观海网友“观海”：李沧区金水河公园内的部分健身设施年久失修、锈蚀严重，存在安全隐患，希望相关部门维修、升级健身设施。

■晚8时，紫樾尚府南区负二层车库内的许多车位空闲。

本版撰稿/摄影 邱 正

急难愁盼 小邱帮办

“我们小区去年新交付，空余车位很多，但车位只售不租，造成小区停车难。”近日，家住崂山区紫樾尚府的唐先生致电党报热线反映。

8月19日晚8时，记者在紫樾尚府小区探访时看到，小区周边的同德路、同明路、劲松五路的路边已停放了许多机动车。其中，仅劲松五路和同明路施划了少量停车泊位，大多数机动车都停在此处。记者在小区南区地下车库发现，此时本应是车位使用高峰，但车位利用率不足十分之一。

“小区车位只售不租，售价高于周边小区近10万元，我们都不想花这份冤枉钱，但是物业公司对非登记车辆的进出管控很严，周围又没有公共停车场，我们只能把车辆停在道路两边，经常被交警贴罚单。”一名小区业主无奈地说，希望相关单位尽快规范开发商车位只售不租行为，满足业主停车需求。

据了解，8月1日，紫樾尚府物业服务中心发布《关于地下车库车辆管理的温馨提示》，其中提到，非本小区固定车位登记车辆禁止进入地下车库，有接送行动不便人群、搬

家或运送装修材料等特殊情况时，可以临停30分钟。

记者从小区物业公司了解到，车位售卖、租赁事宜仍由地产公司负责。小区售楼处的一名工作人员也告诉记者，小区车位只售不租是地产公司的要求，并不清楚具体原因。记者又联系了青岛北泰置地有限公司，工作人员表示不接受采访。

“根据《中华人民共和国民法典》，建筑区划内，规划用于停放汽车的车位、车库应当首先满足业主的需要。《山东省物业管理条例》也明确规定，车库应当优先满足业主、物业使用人停车需要。业主、物业使用人要求承租车库的，建设单位不得以只售不租为由拒绝，车库租赁费的标准按照有关部门发布的指导价格确定。”青岛市政协常委、山东正航律师事务所主任李秋航认为，小区车位是在规划时按照比例配建的，只售不租行为实际上变相限制了小区业主通过租赁方式使用车位的权利，与法律规定相悖，应属违法，开发商不能以只售不租等名义拒绝提供停车服务。

对此，记者先后咨询了城管和住建部门。市城市管理局的一名工作人员表示，车库车位的租售属于房屋交易范畴，物业公司应该是受委托代履行。“根据《中华人民共和国民法典》第275条，建筑区划内，规划用于停放汽车的车位的归属，由当事人通过出售、附赠或者出租等方式约定。这个当事人就是指建设单位或者开发商，他们的上级主管部门为住建单位。”该工作人员说。

市房地产业事业发展中心的一名工作人员告诉记者，现行法律法规没有对小区车位销售或租赁提出强制性要求，一般由当事人协商确定。《山东省物业管理条例》属于物业主管范畴，他们不适合回答该问题。

“遇到这种情况，业主可以向有管辖权的法院起诉，要求开发商将空余车位向业主开放出租。”李秋航表示，西安市已经有相关法律实践，一业主起诉某小区车位只售不租，法院最终依法判决地产公司应按优先满足业主需求的原则，就该小区未处置所有权的停车位向业主开放租赁。

