

64岁“闹妈”已分享超5万道美食菜谱

65岁“诉爷”弹钢琴走红粉丝超380万

当银发族走进直播间 唠嗑带货样样行

见到来自东北的“闹妈”时,她正在浙江宁波参加象山开渔节。

今年64岁的“闹妈”是一名美食主播。为做好品控,她每年至少要出20次差考察产品谈合作。

退休前,“闹妈”在银行系统工作。“有一次,儿子直播,我帮他做夜宵,被粉丝们注意到,建议我也开个美食直播。”2019年,“闹妈”在直播间里开启了新事业。

“闹妈”不服老,她捡起书本,不断拓宽知识面,“在镜头前需要持续输出,储备不够直播就不会长久。”六年来,“闹妈”累计分享超5万道美食菜谱。她还倾听粉丝心事,帮着化解家庭矛盾,成了大家的情感“树洞”。

银发,不只与年龄相关,更是一种新的经济身份与社会角色。当银发一族走进直播间,呈现两种景象:

一头如“闹妈”一样的银发主播,以直播间为平台,寻求老有所为。另一头直播间作为重要载体,快速链接银发产品和服务供需双方,释放消费潜力。推动“老龄化”与“数字化”和谐共生,期待更多作为。



制图:刘咏菲(即梦AI)

银发主播C位出道

“诉爷”今年65岁。8年前,家里一个晚辈随手将一段他弹奏《莫斯科郊外的晚上》的15秒视频传到抖音上。精湛的钢琴技艺和一头白发的形象,让他快速走红,不到6小时,观看量突破百万,粉丝数量也一下涨了3万。一架钢琴,一部手机,一个平板……“诉爷”直播简单随性。50万、100万……最多时,他的粉丝超过380万。“我不太在意粉丝数量起伏变动。弹弹大家喜欢的曲子,一起聊聊天就挺好。”他说。

在“诉爷”看来,直播是他与社会建立连接、实现自我价值的新舞台。“虽然65岁了,但我的心态和生活方式与二十年前没什么变化。”2022年,“诉爷”移居杭州这座“电商直播之城”,偶尔拍拍广告、接接商务,都让他十分欣喜。

技能传承、知识分享、生活展示……每个人都能找到展现自己的舞台,如“闹妈”“诉爷”一样的银发人群也正与时俱进地通过社交媒体展示自我、充盈生活。清华大学新闻与传播学院特聘副教授曹书乐等学者研究发现,直播间给拥有表达欲的老年人提供了创作机会,使其生活更积极,自我效能感提高。中国老年学和老年医学学会老年教育分会总干事张劲松认为,应鼓励银发人群参与数字经济,支持其在电商、内容创作等领域发挥余热。

直播间里的“爸妈经济”

晚上8点,63岁的何大伯准时进入直播间。“看到快递员上门,就晓得爸爸又下单了。”何大伯的女儿笑着说。

在老同事与邻居影响下,82岁的退休教师王阿姨也习惯于直播间。“接触到更多样的商品,和身边人多了共同话题。”王阿姨说她最关注健康类产品,“朋友买到好东西,会打电话推荐给我,让我上网找找”。

银发直播间兴起,是对银发消费者多元需求的精准回应。据淘宝平台数据显示,个人护理、家庭清洁、服饰是最受银发群体欢迎的三大品类,按摩椅、足疗机、颈椎仪等康养类产品也受青睐。

为了“抓住”老年人,一些直播间开始了精准化适老转型与内容布局,一改快节奏、强促销风格,放慢语速、放大字体、简化流程,甚至模仿长辈熟悉的电视购物氛围,以“唠家常”的方式娓娓道来。

中国数实融合50人论坛副秘书长胡麒牧说,直播间除链接供需双方,还构建了一种对银发人群的“陪伴感”。例如有的主播边展示商品边分享养生常识、家务技巧,甚至帮助调解家庭琐事。这显著提高了银发用户的黏性与复购率,也反映出该群体在消费之外对情感联结和社会参与的内在需求。

适老助老维护银发消费权益

记者了解到,多个平台正在努力优化银发群体消费环境。淘宝直播正从“适老”与“助老”两个维度开展系统化建设,依托“专业主播、品质货盘、平台保障”的品质直播生态,打造值得信赖的银发友好环境。

抖音方面介绍,去年平台升级老年人权益保护专项治理工作,主动识别、拦截对中老年群体不友好的内容,严厉打击各类面向老年人进行“流量收割”的违规现象。

受访者认为,目前的监管难点是聊天群、小程序等私域渠道。不法分子利用私域直播“坑老”呈现出“引流—养熟—收割”的标准化特征。例如不法分子先用“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,事后维权困难。

张劲松表示,应关怀老年人精神世界,满足其情感需求,加大公益课程普及反诈知识力度,通过行业学会、协会等力量,推动银发人群健康素养、数字信息素养与反诈素养提升,传播科学理念与知识,增强他们对网络信息特别是健康知识的鉴别能力,树立正确消费观。

“建议优先在正规的平台或品牌的官方直播间购物,警惕通过不明链接进行的私下交易。”中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江说,平台要做好老年人权益保护的“守门人”,对开设直播间、尤其是面向银发群体的商家进行更严格的身份资质和产品资质审核,建立黑名单制度,重点打击“夸大疗效”“虚假宣传”等违规行为。

警惕直播“套路”

“老妈的房间简直成了快递仓库。不少东西都来不及拆,更别说用了!”不久前,王阿姨的儿子郑建(化名)从外地回家探望时,发现母亲书桌、床头柜、房间飘窗上摆着各式各样的药物与保健品。

“过去,她每晚准时收看黄金档电视剧,如今定时‘蹲守’直播间,边听边做笔记,只为按时完成线上答题领红包。”郑建无奈地说,一次带母亲出游,在景区里她无心赏景,顶着烈日拿出手机,说要把课刷完。

据郑建介绍,王阿姨在直播间已经掏了至少几千元,不少商品价格虚高,有的甚至质量堪忧。“她不信家人信主播,我们当子女的和孙辈轮番劝也不听。”郑建说。

上海交通大学媒体与传播学院教授邵鹏提醒,部分直播间会利用社会认同原理,将老年观众置于一个拥有“共同目标”的群体中,借助群体成员的互动与“粉丝加入”的氛围,让老年人产生“大家都在参与”的错觉。

张劲松说,中老年消费者易被商家的宣传话术洗脑,被假冒伪劣产品“钻空子”。中国人民大学人口与发展研究中心发布的《中老年人网络素养提升实践及效果报告》指出,老年群体在互联网使用过程中愈发常见地面临虚假广告、网络谣言和网络诈骗等外部风险。据统计,遇到过这三种风险的老年人分别占比77.47%、71.60%和62.50%。“直播养生局套路老年人”“为主播打赏无法追回”“剧情直播间围猎老年人”等事件屡见不鲜。

工业和信息化部信息通信经济专家委员会委员盘和林认为,政府部门与社会力量应协同发力,通过打击虚假宣传、强化监管等手段,维护银发消费者权益。

(据新华社电《瞭望》新闻周刊记者 张璇 刘梓漪 郑可意)