

短视频平台成老年人消费陷阱

三成消费者遭遇“货不对板”

本报记者 张文利

随着互联网发展,被短视频中的商品展示吸引下单,已成为许多老年人的消费新日常。为深入洞察这一群体的短视频消费行为,浙江省消保委近期开展专项调查,回收有效样本2004份。然而,调查结果揭示出繁荣背后的隐忧:在老年人高频购物现象的背后,超过七成受访者曾因“治病”宣传而买单,随之而来的“货不对板”“维权无门”等问题,成为他们数字生活中的真实困境。

消费图景:高频购物,健康主导

调查显示,超四成老年人每周至少会在短视频平台完成一次购物,其中近三成老年人每周购物频率达到三次以上。保健食品及各类健康产品占据绝对主导,日常生活用品、服饰等紧随其后。

然而,对健康的渴望也使其成为不良商家眼中的“肥肉”。调查指出,超过70%的老年人表示,其购买行为是受视频中“可治疗疾病”或“对治疗有益处”等宣传内容的影响。

“看着视频里人家说得那么真,还有好多人说有效,我就信了。”此前采访中,有受访者向记者坦言。

同时,调查显示,近一成老年人曾因误触或操作混淆,造成非意愿下单。

落差频现:约三成遭遇货不对板

宣传时的美好承诺与收货后的现实体验之间,也存在显著落差。约三成消费者认为商品实际效果与宣传“不符”。值得注意的是,其中超过一成的受调查者遭遇“严重不符”,相当于每十位购买者中,就有一人购得与宣传大相径庭的商品。在数据反馈中,“货不对板”与“三无产品”成为到货后的投诉焦点。

同时,数据显示,近半数老年人在维权过程中受阻,其中完全维权失败的比例超过10%。维权难点集中于“证据难存”——商家在售后下架链接、注销账号,导致关键信息丢失。

破局之道:多方合力构建防护网

针对短视频带货中出现的种种乱象,省消保委提出多项建议,呼吁多方协同构建老年消费安全网。

强化商品资质审核。平台应加强对保健食品、医疗器械等特殊品类商品的资质审核,确保相关信息真实、有效、齐全,严禁销售“三无”假冒伪劣产品。

规范视频宣传内容。建立并动态更新针对保健、养生领域的违规宣传词库,如“替代药品”“根治疾病”,对相关带货视频加大人工审核力度。

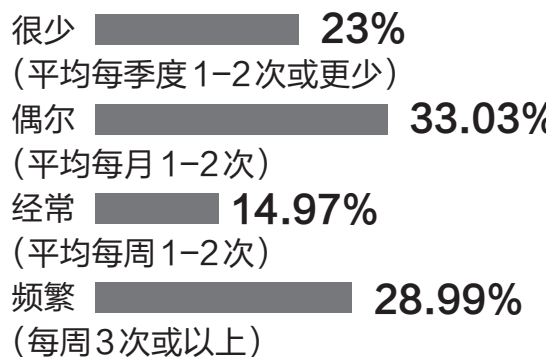
建立纠纷快处通道。建议平台设立老年人维权快速通道,设置专为老年消费服务的客服热线和在线入口,提供一对一的指引与协助。

完善适老功能设计。建议平台推出并优化“适老模式”设计,降低误购几率,强化风险警示提示。

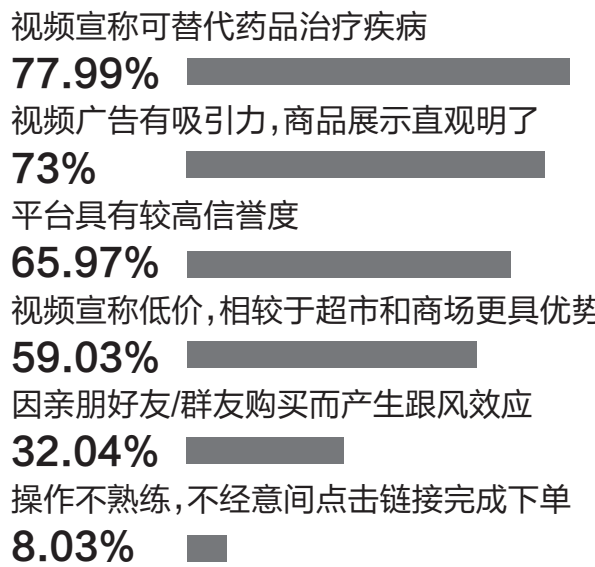
短视频平台 老年群体消费现状调查

(数据来源:浙江省消保委)

老年消费者在短视频的购物频率



选择短视频平台购物的主要原因



关于商品实际效果与宣传的一致性

