

# “亲情营销”屡屡得手，谁在“围猎”我们的父母？

凌晨五点半，城市尚未完全苏醒，78岁的罗婆婆已挎着布包匆匆赶往公交站，到三公里外的理疗店“打卡”上班。一天内辗转五家店，体验免费电疗椅、领取鸡蛋，半年间便为一台“高电位治疗仪”花费上万元，家中更是堆满了各类来源不明的保健品。

在各大社交平台上，类似的吐槽与求助比比皆是，网友们相互交流着家中老人的遭遇。记者调查发现，这些针对老年人精心设计的营销陷阱环环相扣，常以免费理疗、赠送鸡蛋等小礼品为诱饵，吸引老年人每日“打卡”；再通过日常嘘寒问暖建立情感依赖，让老年人逐渐放下戒备心；随后利用虚假“专家”讲座、编造成功案例等手段，以“治百病”等话术制造健康焦虑；最终以“限时优惠”“名额有限”等紧迫感营销，配合雇佣“托儿”现场抢购的套路，促使老年人高价购买各类保健品或理疗设备。

老年“保健品”欺诈行为始终是社会关注的焦点。这种披着关爱老人外衣、利用情感捆绑与信息不对称的骗局，不仅严重侵害了老年人的财产安全，更对其身心健康造成了不可忽视的伤害，亟待引起社会各界的高度重视与整治。



## 如何“围猎”老年人？

当前，老年“保健品”欺诈已不再是简单的街头行骗，而是逐步向组织化、网络化、产业化方向蔓延，形成一套分工明确、套路成熟的“灰产业链”。

央视日前曝光起底了一场“包治百病”保健品骗局。在央视披露的画面中，该犯罪团伙的市场运营总监在活动现场卖力推销一款保健酒。家住湖北宜昌的陈大爷常年受风湿病困扰，偶然得知该保健酒“有特效”后，便和老伴一同前往体验。

活动现场，陈大爷起初仍有疑虑，但很快便有多名自称“喝过该保健酒并受益”的老人现身说法。在现场营造的“冲动消费”氛围和“同龄人案例”的影响下，陈大爷和老伴当即购买了价值1万多元的保健酒及其他保健品。

随着越来越多受害人报案，公安机关经侦查查明，这起虚假保健品骗局被编老人高达3万余人，涉案金额超10亿元，其产业化运作的规模和危害可见一斑。

值得警惕的是，这类骗局带来的危害远不止财产损失。中国医科大学附属第四医院胸外科主任医师杨雪鹰曾指出，不合格的理疗仪器可能产生超标辐射；老年人盲目混合服用多种保健品，极易与正在服用的降压药、抗凝药等发生相互作用，导致血压失控或出血风险增加。更严重的后果是“延误正规治疗”。

北京雍文律师事务所医易医药大健康团队律师杨非非剖析，当前老年保健品欺诈主要呈现“线上私域引流+线下会销洗脑”的组合模式，以“免费体检”“礼品赠送”为诱饵，通过封闭式讲座制造焦虑，夸大产品功效（如“包治百病”“抗癌神器”），甚至伪造“患者案例”。线下，销售人员以“干女儿”“干儿子”身份嘘寒问暖，利用老年人孤独感建立信任，进而推销高价产品，多方多维度“围猎”老年人。

为何这些看似并不高明的骗术总能在老年人身上屡屡得手？杨非非解释，这类骗局的得手，从来不是因为老年人“贪小便宜”“糊涂”，恰恰是戳中了刻在中国老年人骨子里的传统观念和心里软肋，“其一，中国老一辈人有一种执念，就是‘少给子女添麻烦’；其二，是老年人对亲情陪伴的深层渴望；其三，是老年

人的信息差与从众心理。作为子女，我们需理解父母并非‘愚昧’，而是渴望被关怀。”

事实上，这类“亲情营销”的套路，往往精准切入了老年人家庭照护的薄弱环节。在走访调查中，一位受访者向记者透露，其年过七旬的外婆，便是这类营销手法的典型受害者。

“由于子女日常工作繁忙，难以时刻陪伴，外婆常与社区内的老年姐妹结伴前往附近的理疗店‘打卡’，将其视为日常社交与消遣的重要场所。更为典型的是，在外婆因身体不适住院治疗、出院返家休养期间，该理疗店的销售人员并未停止‘关怀’，反而携带慰问品上门探望，言辞恳切、关怀备至。”该受访者表示。

然而，这份看似温情的背后，实则是不放过任何一个可能促成交易的推销机会，将老年人的脆弱时刻转化为营销突破口。

## 如何维权？

老年保健品欺诈乱象备受社会诟病。2025年，市场监管总局按照深化群众身边不正之风和腐败问题集中整治要求，部署开展老年人药品、保健品虚假宣传专项整治行动，查处了一批典型违法案件。

例如北京科奥世纪百货店通过“线下引流+私域直播”模式开展经营活动，将普通鸡蛋冒充“富硒鸡蛋”，以“1元购10枚富硒鸡蛋”为噱头，吸引中老年消费者到店注册会员、加入微信群，构建私域流量池，并依托小程序开展直播。当事人在直播及微信群中虚假宣传初级农产品“黑玛卡”为“法国兰蔻集团出品”，具有“调节身体机能”“紧致抗皱”等功效，虚构产品功能，冒充品牌合作。

该案件的违法行为集虚假宣传、虚假广告与个人信息侵权于一体，危害后果叠加。最终，市场监管部门依法责令当事人立即停止违法行为、消除不良影响，结合案件情节综合裁量后，对当事人作出警告、罚款12.04万元的行政处罚。

针对此类保健品销售欺诈行为，杨非非进一步指出其涉嫌多项违法。其一，民事责任方面，违反消费者权益保护法，构成欺诈可主张“退一赔三”。《中华人民共和国民法典》明确规定，民事主体从事

民事活动应当遵循诚信原则，不得实施欺诈行为。

其二，行政责任方面，涉嫌违反《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国反不正当竞争法》，市场监管部门可对虚假宣传处以罚款、吊销许可证等行政处罚。

其三，刑事责任方面，若情节严重，金额巨大或造成健康损害，可能涉嫌触犯《中华人民共和国刑法》，对应的罪名包括诈骗罪、虚假广告罪、生产销售有毒有害食品罪、生产销售不符合安全标准的食品罪、非法经营罪等。

面对此类保健品欺诈行为，老年人及家属该如何依法维权？杨非非律师特别强调，遭遇欺诈后，第一时间必须完整留存4类核心证据，为维权提供有力支撑。

一是交易凭证类证据，这是维权的基础。包括但不限于微信、支付宝、银行卡转账记录、POS机小票、发票、收据、销售合同、订单截图等，即便只是商家手写的收条、赠品领取单，也需完整留存。若为现金交易，务必找到对应的取款记录、在场证人证言，补齐交易链条，避免因无凭证无法举证。

二是产品实物类证据，这是认定违法事实的核心。包括保健食品、理疗器械的实物，以及完整的包装、说明书、标签、合格证，哪怕是空瓶、空盒；同时，要留存商家提供的产品检测报告、资质证书复印件。若产品已开封使用，需保留剩余样品，便于后续开展司法鉴定。

三是宣传沟通类证据，这是认定“欺诈”的关键。包括线上的微信聊天记录、语音、视频、社群聊天内容、直播回放、朋友圈宣传截图，线下的会销录音录像、宣传单、海报、专家讲课PPT、名片，以及和销售人员的“专家”的通话录音。这里特别提醒，老年人哪怕偷偷录下的讲课内容、沟通对话，只要不侵犯他人合法权益，在法律上都可以作为有效证据使用。

四是主体信息类证据，这是锁定维权对象的前提。包括商家的营业执照照片、门店地址、经营场所照片，销售人员“专家”的姓名、电话、工号、微信号，哪怕是一张名片、一个微信昵称，都要记录留存，防止商家跑路后找不到追责主体。

杨非非进一步解释，证据链是维权基石，民事

# 文娱商演率先激活人形机器人商业化

当下，文娱商演赛道率先点燃人形机器人商业化热潮，成为人形机器人从实验室走向大众视野的重要跳板。在此带动下，产业链企业的合纵连横也在提速。

东方财富证券预测，2026年国内表演机器人租赁市场规模将突破百亿元，其中舞台表演、节庆活动、高端商演需求正加速释放。

## 带动人形机器人销售

过去，行业普遍认为，人形机器人的终极商用场景在工业生产、居家服务，但工业场景技术壁垒高、居家服务需求分散，在技术发展的早期阶段，如何实现产品应用与技术迭代的双向推进？文娱商演赛道凭借场景灵活、需求多元、市场接受度高等特点，为人形机器人打开了市场空间。

人形机器人租赁服务平台擎天租联席总裁李立恒告诉记者：“今年春节期间，文娱商演场景的需求爆发，我们平台的人形机器人档期已经排到了两个月后。”

擎天租首批城市合伙人施健对记者表示，目前人形机器人在文娱商演赛道的商业变现能力可观，一台机器人平均每月接单约10单，均价2500元，叠加平台补贴和非平台订单，回本周可缩短至6个月至8个月。商场开业、品牌发布会、景区演出是最热门的三大应用场景，机器人表演已经成为吸引客流的新卖点。

价格门槛的降低正在加速这一进程。北京松延动力科技集团股份有限公司创始人、董事长姜哲源告诉记者：“春晚后，我们快速成为京东平台人形机器人类目销量第一名，线下订单呈现爆发式增长，很多客户买回去就是为了做商业演出和活动策划。”

姜哲源透露，“小布米”今年至少要实现万台销量目标，万台规模是人形机器人行业重要的发展标志，希望1万台“小布米”能真正走进1万个不同家庭，成为家庭娱乐和社区活动的新主角。

## 数据积累支撑技术迭代

来自文娱商演等场景的应用数据，为人形机器人的技术迭代提供了强支撑。每一次商场表演、每一场景区互动，都在为人形机器人的“大脑”积累宝贵经验。

姜哲源表示，行业真正的核心瓶颈是缺乏泛化能力。“目前，人形机器人在特定场景下能干特定的活，一旦去到新的没见过的场景就干不了活，这是数据规模和多样性不足带来的问题。而文娱商演场景恰恰提供了最丰富、最多元的真实环境数据，从室内舞台到户外景区，从白天到夜晚，从几十人到上千人围观，这些复杂场景的应对能力只能通过大量实战来提升。”

在他看来，从实验室走向规模化，关键需要跨越两道坎：第一道坎是产品设计问题，产品需经过充分测试验证；第二道坎是量产规模化过程中的生产和供应链问题。文娱商演市场的爆发，则为企业提供了规模化应用的试验场。

这种“产品-场景应用-数据反馈-技术迭代”的数据飞轮，不仅让人形机器人的动作控制、人机交互能力持续提升，更有效解决了具身智能的行业痛点。如今的人形机器人已经能在商场中庭完成高难度空翻，能在景区与游客自然对话，能在婚礼现场准确递送物品，这些能力的提升均离不开文娱

商演场景的持续反哺。

上海擎朗智能科技股份有限公司创始人兼CEO李通认为，行业的真正挑战是如何让人形机器人在真实复杂的服务场景中创造价值。“文娱商演场景就是最好的试金石，它要求机器人在人流密集、环境多变的情况下稳定工作，这对感知、决策、运动控制都是极大考验。人形机器人行业的竞争将不再是单项技术的比拼，而是‘场景理解深度+数据闭环能力+规模化部署经验’的综合较量。”

## 行业“马太效应”将现？

2026年以来，具身智能赛道融资频发，行业热度持续攀升，而文娱商演领域的商业化成果成为投资者最为关注的指标。

对于市场是否存在泡沫的质疑，姜哲源给出了自己的判断：“行业即便有泡沫也没那么夸张。泡沫的定义是预期特别好但最后踏空，当前人形机器人、具身智能行业预期是‘汽车的价格、手机的量’，若预期无法实现就是泡沫，若能兑现就不算泡沫，目前来看预期可实现性较高，尤其是在文娱商演领

诉讼的核心规则是“谁主张，谁举证”，老年人主张商家存在欺诈行为，就必须拿出对应的证据，没有完整的证据链，哪怕事实清楚，法院也无法支持维权诉求。许多老年人因证据不足而败诉，子女应耐心协助父母系统整理材料，这既是法律行动，也是向父母传递“我们与您共同面对”的亲情支持。

## 监管升级

尽管相关部门持续开展专项整治，但老年保健品欺诈乱象仍屡禁不止。而面对精心设计的营销骗局，老年人及家属维权普遍面临举证难、商家跑路快、维权成本高等困境，不少受害者陷入“投诉无门、追责无方”的尴尬境地。

在各大社交平台上，多名网友分享了自家老人维权无果的经历。有网友爆料，家中老人在家人不知情的情况下，多次被保健品店铺工作人员打电话，以“免费送鸡蛋”为诱饵，被诱导至店铺听课，进而被诱导购买无“蓝帽子”保健食品标识的产品。两年间，老人在该店铺累计花费十几万元，不仅购买了各类功效存疑的保健品，还被推销了被子、枕头等与保健无关的物品。

更令人无奈的是，由于老人不会使用手机支付，店铺工作人员便诱导老人以现金结账，又以老人不懂发票开具相关知识为由，拒绝提供任何交易证明；甚至诱导老人删除了手机通讯录中的相关联系方式，导致家属发现后，既无法找到交易凭证，也无法联系到店铺相关人员，维权之路举步维艰。

针对老年人维权过程中面临的难题，杨非非律师建议，针对举证难问题，做好证据留存预案，多渠道补齐证据链；针对商家跑路问题，多部门联动追责或向公安机关举报，利用行政力量快速介入，和时间赛跑；针对维权成本高问题，优先选择免费维权渠道，多方式降低维权成本；针对老人不配合维权的问题，先共情理解，再理性沟通，绝不能指责抱怨。

针对当前老年保健品市场的乱象，杨非非律师也从多个维度提出了监管升级建议。一是强化源头治理，要求保健食品广告发布前需经市场监管部门备案审查；二是建立“黑名单”共享机制，跨部门公示欺诈企业及销售人员信息，禁止其再入行业；三是明确平台责任，对引流社交媒体平台（如微信、抖音），若未及时删除欺诈内容，应承担连带责任；四是推广“冷静期”制度，借鉴保险行业经验，允许老年消费者在购买后15日内无理由退款；五是打通监管“最后一公里”，构建社区基层防控网络；六是创新普法宣传模式，用老年人听得懂、听得进的方式，做好源头普法。

监管升级之外，消费者掌握辨识虚假保健品和药品的技能也极为关键。其中，“国药准字”是正规药品的身份标识，如同药品“身份证”，其格式为“国药准字H(Z、S)+四位年号+四位顺序号”，其中H代表化学药，Z代表中药，S代表生物制品；保健品则需有“蓝帽子”标志以及“国食健注G+四位年号+四位顺序号”。以上均可通过国家药监局网站、“中国药品监管”APP、支付宝、微信“扫一扫”功能等查验产品真伪，而假药常使用废止批准文号或假批准文号。

围绕老年人进行的保健品骗局是值得全社会反思的民生问题。唯有监管升级、家庭关爱、社会协同，形成治理合力，才能破解当前的监管困局和维权难题，让每一位老年人都能老有所养、老有所安。

供稿：《21世纪经济报道》作者：韩利明 蒋雨桐

**公告**

青岛人多多人力资源有限公司：  
本委已受理陈文科与你公司劳动报酬争议一案（青黄劳人仲案字〔2026〕第657号），因向你单位直接、邮寄送达相关文书不成，故现公告向你送达《申请书副本》《应诉、开庭通知书》等法律文书，自本公告发布之日起经过30日即视为送达。本委定于2026年4月16日9时30分在本委仲裁庭（地址：青岛市黄岛区双珠路1688号隐珠街道便民服务中心3楼302）开庭审理此案，请准时到庭参加庭审，否则本委将缺席裁决。特此公告

青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会  
2026年3月16日

**公告**

中国海洋工程研究院（青岛）：  
本委受理的高扬与你单位劳动争议一案已审理终结。现依法向你单位送达青黄劳人仲案字〔2025〕第5392号仲裁裁决书，请自本公告发布之日起30日内到本委（地址：青岛市黄岛区长江中路359号人民来访接待中心203室）领取仲裁裁决书，逾期不领取，即视为送达。特此公告

青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会  
2026年3月16日

**公告**

青岛意家装饰有限公司：  
本委已受理高一峰与你公司劳动争议一案（青黄劳人仲案字〔2025〕第10788号），因向你单位直接、邮寄送达相关文书不成，故依法向你单位公告送达《申请书副本》《应诉、开庭通知书》等法律文书，自本公告发布之日起经过30日即视为送达。本委定于2026年5月7日9时15分开庭审理此案，地址为青岛市黄岛区长江中路359号202室。请准时到庭参加庭审，否则本委将依法缺席裁决。特此公告

青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会  
2026年3月16日

**公告**

青岛一鸣教育咨询有限公司：  
本委已受理李怀雪与你公司劳动报酬纠纷一案（青黄劳人仲案字〔2025〕第2653号），因向你单位直接、邮寄送达相关文书不成，故依法向你单位公告送达《应诉、开庭通知书》《申请书副本》等法律文书，自本公告发布之日起经过30日即视为送达。本委定于2026年4月29日10时00分开庭审理此案，地址为青岛市黄岛区长江中路359号人民来访接待中心203号向青岛黄岛区劳动人事争议仲裁委员会。请准时到庭参加庭审，否则本委将依法缺席裁决。特此公告

青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会  
2026年3月16日

**公告**

道融万物（山东）文化传播有限公司：  
本委已受理安佰琪与你单位关于劳动报酬等争议一案（青黄劳人仲案字〔2026〕第535号），因向你单位直接、邮寄送达相关文书不成，故现公告向你送达《申请书副本》《应诉、开庭通知书》等法律文书，自本公告发布之日起经过30日即视为送达。本委定于2026年4月27日14时0分在本委仲裁庭（地址：青岛市黄岛区双珠路1688号隐珠街道便民服务中心3楼302）开庭审理此案，请准时到庭参加庭审，否则本委将缺席裁决。特此公告

青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会  
2026年3月16日

**公告**

青岛广远建筑工程有限公司：  
本委已决定受理（青黄劳人仲案字〔2026〕第846号），因向你单位直接、邮寄送达相关文书不成，故现公告向你送达《申请书副本》《应诉、开庭通知书》等法律文书，自本公告发布之日起经过30日即视为送达。本委定于2026年4月28日14时0分在本委仲裁庭（地址：青岛市黄岛区双珠路1688号隐珠街道便民服务中心3楼302）开庭审理此案，请准时到庭参加庭审，否则本委将缺席裁决。特此公告

青岛市黄岛区劳动人事争议仲裁委员会  
2026年3月16日