

77万条未读消息塞满奶奶手机

# 谁在围猎老年人的微信？

近日，广东网友小林发现，90多岁奶奶的微信里竟有77万条未读消息，手机严重卡顿。这些消息来自大量企业微信营销群，群内成员均为陌生人，被拉入时既无通知、也无需确认。更令人崩溃的是，家人帮忙退群后，“退一个，他们又拉一个”，根本删不完。类似遭遇并非孤例——北京、内蒙古、江苏、重庆等多地老人均被类似手段“围猎”，有老人被诱导直播打赏花出上万元，有老人被“免费领鸡蛋”引流至私域直播间。

调查发现，企业微信不超过40人的小型群聊可直接拉人、无需确认，这一机制漏洞正被营销号精准利用，将老年人当作流量“提款机”。专家呼吁，拉群应统一设置二次确认，平台须推出真正的“老年人模式”，用规则保护数字时代的“困难群体”。



## 奶奶微信堆77万条未读

小林近日遇到一件烦心事：90多岁的奶奶微信里竟攒了77万条未读消息，塞满几十个陌生微信群。这些群多为十几二十人的小群，披着“美文分享”“健康伴行”的温情外衣，实则全是保健品推销、直播带货链接，账号主体多为各类杂货店的企业微信账号。

小林和家人花了大半天退群删联系人，可半个月后，手机里又多出近5万条新消息，新的营销账号仍在源源不断拉老人进群。由于奶奶微信里存有亲友联系方式，无法直接注销账号，一家人只能反复手动清理，陷入“删了又加、退了又拉”的循环。老人通讯录里还躺着90多个“情感陪伴”账号，每天发问候套近乎，伺机推销商品。

这并非个例。事件曝光后，大量网友跟帖晒出家中长辈的类似遭遇，相关话题迅速登上社交平台热搜。北京市民郭先生坦言，自己每隔一段时间就要帮父亲清理微信，每次都能清出几十个陌生企业微信账号和营销群，“退了一批，过两天又有新的号拉人，像打地鼠一样”。江苏的徐先生母亲在超市门口被“免费领鸡蛋”的活动吸引，扫码进群后每天被要求看直播领福利，群里售卖的商品价格虚高、质量难辨。重庆的杨先生更是发现，70多岁的爷爷在短视频平台被主播诱导，通过直播打赏、私发红包的方式花了一万多元，远超老人的正常消费能力。

## 免费鸡蛋开路精准围猎老人

无孔不入的营销骚扰背后，是一套瞄准老年群体的成熟私域获客套路。

线下，超市门口、社区广场的“扫码领鸡蛋”“免费领挂面”是最常见的引流方式，老人扫码加好友就能领到小礼品，很多人分不清企业微信和普通微信的区别，稀里糊涂就进入了营销数据库。线上引流则更加隐蔽，短视频养生内容、公众号健康文章、朋友圈祝福海报里都藏着二维码，老人随手点进去就可能被自动添加为企业微信好友。

引流之后，营销人员会打“温情牌”逐步获取信任：先在群里发早安问候、养生常识，营造

亲友群的氛围；“情感陪伴”账号更是陪老人拉家常、听倾诉，等老人放下戒备，再顺势推销保健品、理疗仪等商品，不少老人碍于情面就下单购买。

市场监管总局2025年专项整治显示，这类套路已形成标准化黑产链条，全程避开公域监管，隐蔽性极强。中关村现代信息消费应用产业技术联盟副理事长包冉分析，老年人之所以成为围猎目标，一是对数字规则不熟悉、警惕性低；二是有养生需求、易被小优惠吸引；三是维权意识弱，违法成本极低。

## 小群免确认让营销钻了空子

营销群之所以防不胜防，核心是钻了平台40人以下群聊免确认的规则空子。

按照微信现行规则，群聊人数在40人以内时，可直接将好友拉入群，无需对方手动确认，也没有醒目通知，企业微信账号同样适用这一机制。营销团伙精准卡准这条规则，刻意把每个群控制在二三十人，永久绕开入群确认环节，老人往往不知不觉就进了群，等发现时已被海量消息淹没。而且营销账号更换频繁，一个号被封立刻换个新主体注册继续操作，打一枪换一个地方。

更让家属头疼的是清理成本极高。目前微信没有批量删除企业微信联系人、批量退群的功能，手动清理的速度远赶不上对方拉新的速度。不少用户反映，举报后往往只收到模板化的处理回复，既看不到处罚结果，也挡不住新的骚扰。

河南泽槿律师事务所主任付建表示，未经同意强行拉群发广告的行为，侵犯了公民生活安宁权，也违反广告法相关规定。但这类营销账号主体分散、流动性强，个人维权时间成本很高，多数老人和家属最终只能不了了之。

## 平台监管出招难解营销顽疾

针对私域营销围猎老人的问题，平台与监管部门已陆续出手，但治理成效仍待提升。

腾讯方面表示，微信与企业微信正加强私域引流全路径监管，打击骚扰用户、虚假营销等行为，对违规账号采取限流、封禁措施。监管层面，2025年市场监管总局联合中消协发布风险提示，警示“免费送鸡蛋”等涉老引流套路，同年启动保健品虚假宣传专项整治，将私域渠道纳入重点整治范围。

但治理仍面临诸多难点：私域场景封闭、账号

流动性强，营销团伙“播完即删”的操作让取证难度大；正常推广与恶意营销的边界模糊，平台执法尺度难把握。记者尝试联系企业微信客服，得到的均为自动回复的标准化方案，难获针对性协助。对此包冉建议，首先要补齐拉群确认的规则漏洞，无论群聊大小，拉入人群都需二次确认；其次要升级适老化功能，参照未成年人模式推出老年模式，限制陌生人加好友、自动拉群权限，增设一键求助功能；同时建立行业黑名单制度，提高违规主体的违法成本。

## 热评

### 数字适老不能只靠放大字体

77万条未读消息的事件，像一面镜子，照出了数字适老进程中的深层短板。

这些年，不少App都推出了长辈模式，调大字体、简化界面，但这远远不够。老年人在数字世界的最大困境，从来不是“看不清字”，而是“辨不清坑”：营销骚扰、虚假宣传、电信网络诈骗等陷阱层出不穷，仅靠表层的视觉优化，护不住老人的数字安全。

我国现有超1.6亿老年网民，数字适老不该是“放大字体”的表面工程，而应是有防护、有温度的系统工程。平台不能只把老年用户当流量池，要主动扛起主体责任，从规则设计层面堵漏洞；监管部门要跟上技术迭代，细化规则、加大执法力度，

让营销黑产付出应有代价。

更值得关注的是，不少老人愿意加陌生好友、进营销群，本质是情感需求的缺口。那些定时发送的问候、耐心的陪聊，恰好填补了老人的孤独感。守护老年数字生活，既要靠技术和监管，也需要家庭与社会的陪伴关怀，才能让老人既享受数字便利，又不被流量收割。

让老年人安心融入数字生活，是老龄化社会的必答题。唯有平台尽责、监管到位、社会关怀形成合力，真正把适老化做到需求实处，才能让每一位老人都拥有踏实安宁的数字体验。

综合 央视、潇湘晨报