

盯上中老年人的“配对”应用都有啥套路？

一提到网络社交，很多人都会想到如今年轻人热衷的一些社交应用。相关调查报告显示，国内26~30岁的独居人群中，有64.83%的被调研对象都会选择通过社交软件结交新朋友，线上交友是不少单身青年解解孤独的必选方式。

然而，懂懂笔记发现，随着陌生社交市场的发展，近期一些陌生社交应用不再“盯着”年轻人了。有些开发团队、创业公司已经将注意力转向了有闲(也可能有钱)的中老年人。

这些应用是在差异化竞争，还是瞄准了容易上套的中老年朋友？

非主流App的“错位竞争”
“这是一款中老年交友神器。”
“大龄男女交友，真人视频，喜欢就聊。”
“42岁，女，请求添加好友。”

家住珠海的姗姗最近有些小烦恼。偶然间，她用家中长辈的手机刷短视频，发现每刷十几条视频，平台便会推荐一则陌生社交应用的广告。

关键是，这些广告的字眼几乎都是在诱导中老年、大龄单身人士下载、注册，而且有些广告语已经很赤裸裸了。

作为一名年轻上班族，平日里姗姗也会使用陌生交友应用，然而这些平台视频广告所推荐的基本都是她从未听闻过的陌生社交应用。而更让她担忧的是，只有两年“网龄”的长辈，会不会在使用应用时上当受骗。

显然，她所看到类似的陌生社交应用广告，几乎都是针对中老年用户投放的。那么，这些陌生社交应用为何纷纷瞄向了中老年群体？

“最近一、两年，陌生社交App很不好做，用户获取和留存都十分困难。”李琛是一名创客，四年前，他乘上陌生社交行业发展的巨轮，组建团队开发了一款陌生社交App。

这款App注册用户、日活数据一直都不温不火，而且从去年的下半年开始，App日活还出现了断崖式的下滑，这让他和团队不得不考虑调整App运营的方向，“曾经大热的陌生社交，如今也开始在走下坡路了，行业竞争相当激烈。”

根据艾媒发布的预测报告显示：2020年，中国陌生人社交用户规模将预计达到6.05亿人。相比2019年的6.22亿人，同比下降了2.73%。

与此同时，大量使用陌生社交的用户，往行业头部产品上聚集的效应明显。李琛告诉懂懂笔记，公司所运营的陌生社交App月活只有区区几万人，与脉脉、派派、探探、Soul等知名应用相比非常惨淡，“我们只能和头部App进行错位竞争，在中老年群体中开发增量用户。”

根据QuestMobile发布的数据显示，截止



2020年5月，国内银发人群移动活跃设备用户规模超过1亿，增速远高于全网，已经成为移动网民重要增量来源。银发人群的日均在线时间可达人均3小时。

李琛解释道，大部分中老年群体要么收入稳定，要么已经退休在家，每天可支配的时间很多，需要大量新的兴趣、爱好打发时间。

而以上特点，正好也是部分陌生社交应用所看重的。这些应用纷纷在银发族所热衷的短视频、游戏平台上投放相关广告，以此发展增量用户。

而中老年用户除了“有闲”之外，相比年轻用户也更“有钱”，这也给大量应用的获利创造了机会。

如何挖掘中老年人的“闲钱”？

相比仍在为了工作、生活疲于奔命，没有太多“闲钱”的年轻人而言，中老年用户普遍已经有了一定的财富积累，加上有越来越多银发族积极拥抱移动互联网，在虚拟的网络世界里，其消费欲望远比年轻人更强。

最近几年间，互联网上关于银发族大手笔打赏年轻主播的新闻，不绝于耳。早先懂懂笔记也在《为氪金打赏不惜戒烟，银发经济也疯狂》中，详尽介绍过中老年用户群体在线上平台上消费时，一掷千金的现象。

“现在的年轻人，一是精明，二是没有太多闲钱，(让年轻人)购买会员、在应用内付费蛮困难。反而是中老年人在网络世界里‘涉世未深’，容易被诱惑。”

曾在深圳一家创业公司担任产品经理的陈婷(化名)告诉懂懂笔记，早在前年下半年，她的前东家便计划将旗下运营的陌生社交应用定位，调整为面向中、老年群体，集视频语音交友、大龄剩族婚恋一体的会员制产品。

与年轻人使用陌生社交App普遍以兴

趣、爱好匹配好友的需求不同，单身银发族对于陌生社交应用的需求往往偏向真实、朝着“奔现”的方向或趋势发展。因此，App匹配网友的卖点通常强调年龄层次、家庭环境以及地域因素的匹配。

而为了更加精准地匹配相关的条件，刚刚学会、适应移动支付的银发用户，往往不吝于“付费”购买会员资格。甚至他们会去购买虚拟礼物，以换取应用取匹配对象的欢心，“尽管我们的App注册用户量只有四、五万，但是付费的会员就有大几千，月平均消费都在200元以上。”

为了提高银发用户的会员付费率，其所在公司甚至专门安排了一小部分“氛围组”，在线迎合中老年用户的需求，以同城中年单身女性、附近中老年独居男性等身份，经常与用户“匹配”聊天。

显然，在现实生活里中单身的老年人是孤独的。有数据显示，仅2020年，全国平均离婚率39.33%，是自2003年以来，连续17年上涨。而早在2017年，便有媒体报道称中老年群体的离婚率逐年攀升。

除此之外，到2020年，国内独居和空巢老年人或增至1.18亿人左右。即便儿女都在身边、生活美满的银发一族，依然有使用陌生社交App的欲望，通过配对结交异性，以此消磨无聊的时光。

不少应用开发方，看准的恰恰是刚刚学会使用移动互联网、社交应用的中老年人，戒备心不强、容易被套路，很容易在平台的诱导下“一掷千金”，购买高级会员或进行大额消费，这也让他们的子女觉得防不胜防。

那么，创客们盯上中老年人的钱包，难道就不怕风险吗？

诱导银发族消费风险几何？

去年年底，国家广电总局曾下发了通知，要求网络秀场直播平台对网络主播和

“打赏”用户实行实名制管理。未实名制注册的用户不能打赏，未成年用户也不能打赏。

消息一出，大量家长举双手双脚赞成。但与此同时，也有一部分网友呼吁，是否应该出台规则限制中老年人直播打赏、在线上平台购买会员、消费的规定。但是这样的建议有可能实现吗？

答案是几乎不可能。原因在于，相比学生群体中老年人属于成年人的范畴，心智也完全成熟，拥有独立自主的消费观和能力。因此，对于一部分创业城项目而言，盯上中老年群体、诱导银发族消费，风险并不高。

“很多中老年人拥有自己的积蓄，或是固定的退休收入，花自己的钱办婚介、社交平台的会员，子女其实也都管不着、管不了，毕竟中老年人对自己的权威很看重。”陈婷告诉懂懂笔记，尽管她对于直播、社交平台诱导用户打赏付费的运营方式十分熟悉，可自己也没办法阻止父母、长辈在虚拟的网络平台上消费。

即便为了更精准的匹配异性好友，老人们在平台上“一掷千金”，办理高阶会员套餐后发现套路多多，匹配结果也不精准，他们也只是私下里怀疑一下可能上当受骗。要么是因为面子，要么是重视自己的权威，银发族一般也不会向子女、晚辈透露“被骗”的情况。

“即便子女知道了又能怎么样，像教训自家孩子一样教训年长的父母吗？”陈婷叹气道，只要父母长辈在平台上消费的金额不大，子女通常都会为了他们的颜面，大事化小小事化了。

在中国互联网络信息中心发布的第47次《中国互联网络发展状况统计报告》中显示：截止2020年12月，国内50岁及以上网民占比由2020年3月的16.9%，提升至26.3%，国内已有近2.6亿“银发网民”。

正因为如此，才有越来越多非主流、小团队去开发、运营一些陌生社交平台，瞄准中老年这一“有闲有钱”的群体。

在他们看来，调整运营定位、吸引孤独的银发一族在平台上各种消费和打赏，并不容易触碰红线。

也许在虚拟的网络世界里，中老年社交会变得比以往更加简单，不需要通过打牌、旅游、广场舞结识新朋友，只要动动手指，便能发展一段忘年交甚至是黄昏恋。

作为子女、晚辈与其担忧父母在陌生社交平台上“一掷千金”、无度消费甚至上当受骗，不如花些时间细心耐心引导长辈建立正确的网络社交观念，认清网络、平台一些常见的圈钱猫腻。经过前几年的洗礼，他们已经逐渐明白了“短信、电话诈骗”的路子，如今这些社交网络的套路，也需要子女们去关注和解决。

滴滴司机开车冲撞乘客致死！惨案背后引人深思



近段时间，出行及运输行业相关的互联网平台，纷纷陷入泥潭中。如同城货运网络平台货拉拉，就发生跳车窗女孩抢救无效死亡一事。此事一出，立刻将货拉拉推向舆论的风口浪尖。而在近日，货拉拉司机又传言“被杀害”，但其实是猝死。与货拉拉相比，互联网共享出行巨头滴滴则一直是负面消息缠身，始终难以摆脱负面形象。

就在近日，滴滴再度被曝出一件极为严重的事件：滴滴司机开车冲撞乘客致其身亡！这一惨案迅速登上热搜，并引发关注。而舆论的风向，也在正反两极中不断交锋。

随着舆论的持续发酵，惨案必然会引人深思，并对出行行业带来诸多影响。

惨案发生，原因让人惋惜

每一个恶性事件、惨案被曝光后，都会让人扼腕叹息，并感叹世事无常。滴滴司机开车冲撞乘客致死一事，同样让人觉得“匪夷所思”。从警方通报来看，3月14日凌晨2点左右，滴滴司机高某与乘客张某因订单问题发生口角并引发冲突，高某情绪失控驾车冲撞张某。随后，嫌疑人高某报警向公安机关投案，受害人张某经抢救无效死亡。

而从网上的爆料来看，原因是张某在被

拒载后将喝得只剩一点的绿茶瓶子往司机后备箱丢，就导致滴滴司机直接撞了过来，且连续撞击了三次。因为这样小小的冲突，就导致了一个惨案，甚至让两个家庭受到巨大损失、陷入无尽悲痛，实在是让人惋惜。

在惨案发生后，滴滴迅速给出回应，表示“感到万分悲痛和震惊，强烈谴责施暴者的恶劣行为。”同时，滴滴紧急成立了专项工作组，密切配合警方展开案件调查工作，向警方提供了车内录音、录像及订单行程信息。看起来，滴滴的响应已经足够迅速，但酿成的恶果显然已经发生。

舆论两极化，引发新思考

这一惨案发生后，迅速引来关注和热议。但让人讶异的是，与此前类似的事件网友痛批出行平台不同，此次舆论呈现了两极化倾向。一部分网友认为，在庞大的工作压力下，成年人的崩溃就在一瞬间。说不定是死者当时对司机做出了什么过激的行为，导致司机情绪激动，一时间丧失了理智。

这些网友拿出来支撑自己观点的素材，是滴滴在回应中提到，“该司机2019年4月通过背景审核(无犯罪记录)后注册为滴滴司机，并取得网络预约出租车汽车驾驶员证，驾龄19年，过往无安全类相关投诉。”在这部分网友看来，惨案的发生不能只归咎于司机。

而大部分网友还是认为，无论遇到什么

事，身为成年人都不应该如此冲动。原本只是一个小摩擦，却演变成冲动犯罪、故意杀人。必须要说，这位司机的戾气实在太重了。不管是因为什么原因，这就是一起恶劣的故意杀人事件，绝不能为罪犯开脱。

舆论两极化，事实上引发了新思考。在出事之后，舆论并不是一边倒则责怪平台，而是产生更多思维、理念的碰撞。无论观点是否正确，在碰撞中自然能让“真理越辩越明”。这其实也在说明，网友正变得更理智，能够从不同角度看待问题和事件。

整治出行行业，势在必行

出行行业，因负面事件曾被整治了很多次。每一次在整治之后，都会取得一定效果。比如顺风车的负面事件频发后，滴滴就进行了针对性整改，也在很大程度上避免了同类问题的发生。但让人无奈的是，每当一个问题别解决后，就会出现让人措手不及的新问题。就像此次滴滴司机开车冲撞乘客致死一事，就让人重新考虑一件重要的事。19年驾龄，过往无任何安全类相关投诉……这样的司机为何会冲动犯罪呢？是不是滴滴有些漠视司机的心理健康问题呢？

或许滴滴下一步的整改，是要定期给司机做心理辅导，及时确认各个司机心理状态，确保司机心理健康。这一步，势在必行。否则，出行行业会再度受到巨大冲击。

(科技新发现 康斯坦上/文)