

“入局养老”在网上成了一门生意

最新数据显示,我国60周岁及以上老年人口约有29697万人,约占总人口的21.1%。银发经济的“蛋糕”越来越大,记者调查发现,各领域瞄准养老的“中间人”也日益活跃。看上去诱人的薪资水平,甚至“月入十万”等表述,俨然令其成为不可错过的风口。中间人,是谁的中间?是否切中老人诉求?心动之余,入局者不妨多些思考。



“高薪规划师”本质就是销售

招聘

养老咨询师、养老经纪人、养老规划师、康养顾问……啥是“养老中间人”?目前其实暂未有较为统一的官方定义。记者发现,在不同城市、不同领域的公司企业,乃至个人入局者,对此有着五花八门的称呼。不过大体上都是瞄准有潜在养老需求的老人,为他们以及家属提供相关信息、服务等,并从中收取费用。

养老中间人“链接”的业务十分庞杂,记者梳理发现,若从是否受聘于公司企业区分,可粗略分为两大类。其中一类偏重“规划”,多由公司企业进行招聘,包括养老机构、保险公司等,职位名称多体现养老规划师、运营师、咨询师字样。招聘启事中常见“双休不加班、可兼职、月入过万”等宣传,令人颇为心动。

“以为是带领老人参观环境、做日常巡视方面的工作,结果需要拉老人来入住。”“面试了养老财富规划师,名字高大上,其实就是卖保险……”现实状况是,求职者在参与应聘后,才发现工作内容与想象中大相径庭。一位女士向记者分享她的面试经历,“说是培训会有师傅带,但去了就问我买过商业保险没,怎么感觉就是让我自己买呢?”

记者看到,不少职位的详情介绍中,均带有开发、推荐、提成等表述。有求职者称,应聘过程中需要扫码做测试题,甚至出现询问“你的手机中,包括微信等社交平台联系人数量”的题目,宣称的数千元底薪也往往成了“无底薪”。

“本质就是销售,跟养老一点关系也没有。”金融专业出身的赵先生,从保险公司转型至一家医养结合的养老机构,已有近十年的养老从业经验。对市面上形形色色的“规划师”,他一语中的。“保险公司的养老规划师是卖保险、养老院的养老规划师是卖床位、养老公寓的养老规划师是卖房子,还有的是卖旅游、保健品、理财产品……没有说销售不好的意思,只是给那些本意想进入养老行业的求职者避坑,这些工作大部分都不是真正去做养老的。”

围绕“养老规划师”,记者搜索到多家培训机构推出的不同课程。有的依托于高校开办社会培训班,3天线下课程与6天线上课程,学费4800元,食宿交通费用自理。有的则为各民间协会推出的不同证书,考取价格从千元内到数千元不等。这些培训聚焦于财富规划、保险营销、话术沟通等内容,所获证书仅能证明参与过相关培训,含金量有限。

意图

“微信商学院”割“小白”的韭菜

相比进入公司企业去“规划”,另一大类养老中间人则偏重于“顾问”性质。他们多是自媒体博主,独自或以小团队的形式在社交平台上发布短视频、图文,对所在地养老院进行测评、推荐等,犹如餐饮领域的“探店”。有博主解释,养老经纪人或者说养老中介,可以专门去对接养老机构和客户,帮助二者进行匹配,类似于房产中介的工作。

“不用开店、不用租场地、一个人一部手机就能做。”“不要去干伺候人的职业,护工干一辈子,对养老也不会有太多了解”……在博主口中,养老中介轻资产、高回报,可谓是当下热门风口,甚至将“凭借信息差,月入十万”等字样加粗显示。

乍听之下,养老院测评确实易于启动,但撮合老人入住机构的商业逻辑,真有这么赚钱吗?记者在社交平台上搜索相关账号,发现整体的粉丝量、播放量等,与“风口”之称似乎并不相当。

“老年客户及子女,对咨询的付费意愿不强,博主的主要变现方式还是靠推荐入住,养老机构返佣,业内称为‘卖人头’。”赵先生透露,自己所在机构有时也会与平台合作,推荐成功一位客户支付数千元不等的佣金。至于宣称“月入十万”,他直呼不可能。“做得好的博主,一个月也就一两万元,因为一个月推不了多少人,转化率没有那么高。”

事实上,据一位接受过多家媒体采访的养老经纪人透露,每月她收取的拍摄费用、佣金费用等约两万元出头,与十万元相去甚远,而她账号的各项数据已在同类博主中居于前列。究其原因,养老具有较强生活圈的限制属性。赵先生分析,老人寻找养老机构,即便存在信息差,多半也不会漫无目的“海”着去看。“一是考虑距离,子女能够到达的范围,另外比较相信口碑相传,倾向于熟人推荐。筛选过后的目标机构,其实不会特别多,全靠博主转化的情况其实很有限。”

明明没有那么赚钱,为什么还要鼓吹?“很多人都觉得养老行业是未来发展趋势,但又无从下手。给自己打造一个资深做养老、风生水起的人设,就可以去割‘小白’(新手)的韭菜。”在赵先生看来,获取流量与卖课,围绕“想做养老行业生意的创业者”来做生意,或许才是一些博主们的真实意图。

“198元,一顿饭钱”。记者联系上一位做养老规划的博主,对方给出加入其养老经纪人训练营的报价。“总共4次课程,学完你就能实际操作了,还可以申请加入商学院,所有人进行资源共享。”记者追问,什么是商学院?对方称,就是微信群。

警惕

以服务为名诱导预付费用

从9.9元1节的公开课,到19.9元三节的视频课,再到29.9元的文档资料包,甚至售价近2000元的“创业会员”……在养老博主们的页面下,诸多留言“求带”的观望者,通过私域途径被引入各种交流群、训练营中,结果成了他人的“资源”。

除了“割韭菜”,养老规划师、经纪人、推荐官等名头,还会被一些别有用心的人加以利用。打着服务推荐的旗号,诱导老人预付费用,甚至实行诈骗。近年来,类似案件时有发生,例如重庆某养老公司,以养老服务、健康体检服务等为名,向公众宣传投资该公司的养老服务项目,非法吸收公众存款。青岛某健康咨询公司,多次组织老年人联欢、旅游(自费)、参观养老院等活动,对外宣传公司有上万名员工且已为上百万老年人提供了养老服务,向社会公众尤其是老年投资者非法集资,造成集资参与人损失3000多万元。

“我们经常用一句话来形容养老行业的状态,骗老人钱,很容易,想要赚老人钱,很难。”盘古智库老龄社会研究院副院长、高级研究员李佳坦言,如今老人对各类养老产品和服务的付费意愿依旧有限,“推荐养老院”这种场景鲜有能够接受付费的受众。另一方面,很多好的养老院其实也不需要特别的营销费用,“我们做过调研,当入住率达到50%以上时,日后新来的老人基本都是通过口碑相传,不是靠在外面请网红来推的。”

但伴随银发经济的发展,服务领域不断细分,信息不对称的状况会进一步加重。养老中间人、养老中介等,拿这些内容出来变现,是一种趋势,也是对市场的教育。这一过程中,政府应做好监管、引导等工作,及时制定行为规范,迅速处理违法违规事件,搭建平台,提供真实准确的信息。“其实相关部门目前已经在做了,像北京有北京养老服务网,所有养老院都在上面,包括星级、规模、床位数等等,但还是有很多人不知道,不会用。”李佳认为,政府的宣传推广还是要进一步往前,并拉动平台企业加入,让市场多去竞争,优胜劣汰,避免“一放就乱,一管就死”。

来源:京报网

