

# “幽灵扣款”频发，该如何破局



AI生成

“银行卡里被悄悄扣了200多元的保费，太奇怪了！”北京市民陈伟发翻看手机银行账单时，眉头拧成了疙瘩。年过六旬的他，怎么也想不起来自己何时买过保险，直到让儿子帮忙查询，才发现两个月前他在朋友圈捐款后随手一点“补充医保”的按钮，竟给自己“买”下了2份保单。

老陈的经历，撕开了当下针对老年人隐形扣费乱象的一角。这类无明确授权、无消费场景、隐蔽性强的持续性扣款，被网友形象地称为“幽灵扣款”。近日，记者走进社区和养老机构探访，发现越来越多老年人的手机正成为不法分子觊觎的“取款机”，那些看似诱人的“福利”背后，藏着层层套路。

## “免费福利”是陷阱

从“免费领保险”到“首月1元”，从“走路赚钱”到“扫码领鸡蛋”，不法分子精心设计的各类“福利”，正一步步将老年人引入预设的“数字陷阱”。

近日，四川天府新区消费者协会成功处置一起群体性消费投诉，自2025年4月11日起，累计接诉量突破1800件，涉案金额高达140余万元，受害者多为对网络操作不熟悉的老年人。

多位老年消费者反映，他们在刷短视频时被“走路赚钱”“免费领红包”等广告吸引，点击“立即领取”后，页面未作任何有效提示，直接跳转至支付宝快捷支付界面，随即被扣除798元，交易备注为“某APP年度会员费”。蹊跷的是，所有投诉人均未实际下载、使用过该APP，更未享受过任何会员服务。当家属联系涉事公司时，客服电话长期占线或无人应答，维权一度陷入僵局。

记者发现，“免费”二字成为多数老年人掉入“数字陷阱”的关键词。

“我就去超市领了几个免费鸡蛋，结果卡里的8万多元一晚上就没了。”北京市朝阳区双井街道的王大爷提起这件事，手还在发抖。他和老伴在路边看到两个年轻人摆摊发鸡蛋，对方说只需用手机下

载一个软件就能多领几个。王大爷将手机交给对方操作，仅一分多钟就领到了鸡蛋，当时还满心欢喜。然而到了深夜，手机开始疯狂震动——银行消费短信接踵而至，累计损失8万多元。

经过公安局民警帮助，王大爷老两口才意识到，原来嫌疑人以“帮忙操作”为掩护，在老人手机上植入伪装成短剧APP的木马病毒，同时关闭手机的风险提示、卸载国家反诈中心APP，消除手机的安全防御屏障，此后老人的每一笔支付、每一条验证码都会被远程监控，养老钱就这样被悄无声息地转走。

## 精准投流藏隐患

看似五花八门的陷阱，背后隐藏着怎样的运作逻辑？

“年轻人都弄不明白，更别提老人了。”有年轻网友拿家里老人的手机操作退保，竟也找不到联系客服和退保的入口。记者发现，这类“幽灵扣款”的套路颇具隐蔽性，保费金额、续费规则、免责条款等关键信息被放在页面不显眼的位置，字体极小、颜色极浅。

业内人士指出，先用后付本质上是一种信贷产品。根据相关法律法规，经营者在开通服务或使用格式条款时，必须以显著方式提请消费者注意与自

身有重大利害关系的内容，而极小字体的免责声明、层层隐藏的取消入口，都可能涉嫌侵犯消费者合法权益。

令人不安的是，多位老年消费者子女反映，自己日常刷手机时，从未见过此类低价保险、高诱导性红包广告，而家中长辈的手机里却频频弹出这类弹窗。这般明显的定向推送，让人不禁质疑平台的投流机制——为何高诱导性的广告，会精准聚焦老年群体？

2019年实施的《商业银行代理保险业务管理办法》规定，投保人年龄超过65周岁或期缴产品投保人年龄超过60周岁的，保险公司核保时应进行复核。今年2月施行的《金融机构产品适当性管理办法》进一步要求，金融机构向65周岁以上的客户销售或者与其交易高风险产品时，应履行特别的注意义务。但50周岁至60周岁的群体，恰处于现有监管政策的保护真空地带，成为违规保险销售、隐形扣款的“重点围猎对象”。

专家分析，“免费领保险”乱象并非偶发的道德失范，而是互联网流量经济催生的商业逻辑产物。以水滴保为例，其公司业务由水滴筹、水滴保和医疗服务3部分组成。水滴筹作为免费大病筹款平台，本身不盈利，但以极低的获客成本带来了庞大流量，这些流量又被高效转化为保险客户。这种

“公益引流+保险变现”的商业模式，极大降低了获客成本。截至今年1月，黑猫投诉平台上关于水滴保的投诉已超过2200条，“乱扣费”和“自动续约”成为主要问题。

## 监管前移守底线

数字技术飞速发展的今天，不能让老年人成为技术红利的“盲区”，更不能让他们成为不法分子眼中的“肥肉”。

记者走访发现，许多老年人受骗，缘于子女陪伴缺失下的情感空虚，容易被陌生人的“热情”迷惑。对此，专家建议，子女可以多些耐心沟通，少些指责说教，帮助长辈提升风险识别能力。比如帮助父母管理好免密支付的权限，定期排查手机APP的支付设置，及时关闭不必要的自动续费协议，同时为老人的免密支付设置单笔消费限额。主动关注其资金流向与社交动态，共同筑牢家庭反诈防线。

“防止之道，首在监管前移。金融监管部门应建立互联网保险产品的适老性审查机制，对‘首月1元’‘免费领取’等诱导性话术实施负面清单管理。”南开大学金融学教授田利辉认为，对故意以极小字体、极浅颜色隐匿关键条款的行为，应认定格式条款无效，并适用惩罚性赔偿形成震慑。此外，更需建立老年人金融消费纠纷的绿色通道，降低维权门槛。

平台作为交易场域的构建者，负有事前审查与事中拦截的受托责任。今年2月1日起施行的《网络交易平台规则监督管理办法》进一步提出，对于网络平台规则中涉及收费、争议解决等内容，网络交易平台经营者应当以字体加粗等显著方式提示经营者、消费者注意。

为避免老年人随手一点陷入陷阱，平台须重构产品设计的伦理底线。对此，田利辉建议，一是将保费金额、续费规则等关键信息从隐蔽角落移至操作页面的视觉中心，以显著方式强制阅读；二是在支付环节设置“老年人模式”的二次确认机制，引入语音播报或子女辅助验证；三是畅通退保通道，将客服入口与退保按钮置于页面显著位置，不得以技术壁垒阻断退出权。归根结底，平台应摒弃收割流量的短期思维，以科技向善的立场重建老年人数字生活的安全屏障。

据《经济日报》作者:孙庆坤 彭传旭

# 玩具新规加码守护孩子安全

二甲胺酯等增塑剂含量超标，可能会影响婴幼儿体内荷尔蒙分泌，引发激素失调，有可能导致儿童性早熟，对生殖系统发育造成一定影响。”CTI华测检测玩具领域技术专家谭雯说，玩具的安全问题不仅表现在化学性能方面，还有物理安全问题。比如玩具上的小零件、小球易脱落，儿童玩耍时如果将小零件或小球放入嘴里，吞咽后会有堵塞消化道、窒息的危险。市场监管总局缺陷产品召回技术中心发布的召回信息显示，小零件问题已成为玩具品类中比较集中的安全隐患，2025年12月底至2026年1月初，全国24家企业发起26次消费品召回，涉及产品191万件，其中有多款儿童玩具因小零件问题被召回。

值得注意的是，一些金属玩具上可触及的锐利尖端也可能造成皮肤刺伤等伤害；一些用于包装或玩具中的塑料袋或塑料薄膜厚度不足，过薄的包装袋如果覆盖在儿童脸部，容易黏附在儿童口鼻内，可能导致窒息危险；蓄能弹射玩具的弹射动能或单位接触面积动能过大，儿童在玩耍时，可能存在眼睛或身体其他部位被弹射物射伤的潜在风险。

## 新标准提高安全底线

中国玩协发布的《2026年中国玩具和婴童用品行业发展白皮书》显示，2025年，玩具（不含潮玩）国内市场零售总额为1035.3亿元，比上年增长5.8%，高于国家统计局发布的同期国内商品零售总额增速（3.8%）。潮流与收藏玩具零售总额同比

增长45.4%。

与此同时，相关部门对玩具系列标准进行了修订，其中《玩具安全》系列强制性国家标准将于11月1日起实施；《电玩具的安全》（GB/T 19865-2024）将于8月1日起实施。

谭雯介绍说，新修订的《玩具安全》标准对玩具产品质量安全技术和试验方法进行了全面升级。在化学安全方面，新增了甲醛、TVOC、短链氯化石蜡、硼元素等10类有害物质限量要求，大幅增加了对玩具产品中化学类有害物质的覆盖类别。在机械与物理安全方面，增加了近年来流行的明火装置玩具、模拟食品玩具、飞行玩具、悠悠球等新产品的技术要求，同时修订了原标准中的膨胀材料玩具、充气玩具、吸盘弹射物等细分品类产品的特定要求，强化了标准技术要求对于玩具产品物理安全的适用性。在防火安全方面，新增了面具等头戴玩具的阻燃性能技术要求，完善了玩具化装服饰、玩具帐篷等供儿童进入的玩具、软体填充玩具等3类产品的阻燃性能测试方法，切实保障玩具产品的防火安全。

《电玩具的安全》（GB/T 19865-2024）在产品结构安全上，重点新增了“小电池”、电池室紧固件的要求和试验方法；在标识和说明上，重点新增了硬币电池、扣式电池警告语的要求，强化了使用扣式电池或硬币电池玩具的安全管控要求。“扣式电池或硬币电池一旦被吞食，可能导致严重伤害、内部化学灼伤甚至死亡，标准的更新是应对扣式、硬币电池玩具风险的关键性、必要性的安全升级。”谭雯说。

## 多举措促新标准落地

“新修订发布的《玩具安全》系列强制性国家标准过渡期采用了‘12+12’的工作方案，为生产和销售环节提供了‘双保险’。”谭雯进一步解释说，第一个“12”指的是新修订标准从发布到实施留有12个月的生产过渡期，企业可对产线工艺、配套供应链进行优化调整，从而达到新标准的技术要求，12个月的生产过渡期结束后，所有新生产的产品必须符合新标准要求；第二个“12”指的是在生产过渡期截止后，又额外为依据旧标准生产的库存产品提供了12个月的销售过渡期，保障库存产品有序退出市场。

谭雯指出，玩具生产企业应主动对照新标准技术要求开展全面评估，针对新标准中新增的玩具类型、化学物质管控对应的材料，排查企业自身的产品类型，倒排工期做好产品设计、生产工艺改造及原材料选购等关键环节的适配调整工作。

中国玩协相关负责人表示，将结合摸底调查发现的共性问题及核心需求，制定玩具新国标宣贯方案，并聚焦关键条款开展分层分类持续性宣贯培训，避免企业因对标准理解偏差导致的合规风险，随后督促企业开展合规自查。同时，跟进CCC认证换版政策，全方位为企业提供规避风险服务。

市场监管总局质量监督司副司长苗雨晨表示，将持续深入推进儿童和学生用品安全守护三年行动，紧盯磁力珠、盲盒玩具、解压玩具、儿童智能手表等网红产品，锁定生产企业集聚区，以及校园周边文具店、城乡接合部、集贸市场等流通场所，全面加强监管，实现儿童和学生用品质量安全隐患有效治理、安全水平显著提升。

据《中国消费者报》作者:桑雪琪

## 美德健康生活方式 公益广告



# 孝老爱亲

以孝为先 敦亲睦邻 家和事兴