

探访

□ 本报记者 孙庆坤 彭传旭

“幽灵扣款”频发，该如何破局

——养老问题面面观⑤

“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“提款机”，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，累计接访量突破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、卸载反诈APP，消除手机的安全防御屏障，此后老人的每一笔支付、每一笔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，

《网络交易平台规则监督管理办法》明确

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

《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

《金融机构产品适当性管理办法》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

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、免费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。根据消费者权益保护法，经营者有义务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、极浅颜色隐藏关键条款的行为，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。



民生谈

一顶头盔，守护的是骑乘者的生命安全；一个合适的头盔存放处，优化的是日常出行的便利体验。

5月1日起，新修订的《北京市非机动车管理条例》正式实施，要求驾驶、乘坐电动自行车应当规范佩戴符合国家标准并经过强制性产品认证的乘员头盔。头盔从“建议戴”变成“必须戴”，为骑行安全增加了一道防线。但一个问题也随之浮现：到了目的地，头盔应该放哪儿？

不少车主尝试用头盔锁、防盗链、防水收纳袋等方式解决存放问题，一些车型还在车把、坐桶等部位预留了收纳设计。除此之外，安装尾箱或车筐也是不少人的选择。

不过，便利不能建立在牺牲安全和合规之上，若为了存放头盔反而造成车身不稳、影响他人通行，就偏离了初衷。北京市交管部门明确，安装尾箱或车筐，首先要看车辆本身是否具备相应预留装置；如果通过焊接支架等方式改变车体结构，就涉嫌违法拼装改装。即便车辆可以安装，尾箱、车筐的尺寸也必须符合载物规定，不能超高、超宽、超长，更不能遮挡号牌。

头盔存放看似是小事，实则关系安全新规能否顺畅融入日常生活。破解头盔放哪儿的难题，首先要将规则讲得更明白。许多车主困惑的是怎样做才合规，有关部门不妨围绕群众关切，加强通俗化解读，把“哪些车型能装”“什么尺寸合规”“哪些做法涉嫌改装”等问题讲清楚，形成简明易懂的操作指引。社区、学校、商圈、销售门店也可根据实际场景加强提示，提醒消费者主动规范存放与佩戴头盔，营造安全有序的消费出行环境。

既然佩戴头盔已成为稳定、长期的出行需求，厂家也应多替用户想一步，把头盔存放问题前置到产品设计环节。可在不影响整车安全和标准要求的前提下，开发更便捷的固定装置、更合理的储物空间，增强产品的竞争力。

从城市提升精细化治理水平来看，商场、地铁、小区和单位停车区等电动自行车停放较为集中的场所，可结合实际探索设置头盔临时寄存柜、带锁挂架等便民设施，在不增加过多成本、确保安全有序的前提下，为车主提供临时存放选择。

一顶头盔，守护的是骑乘者的生命安全；一个合适的头盔存放处，优化的是日常出行的便利体验。规范引导、产品设计、市场供给和公共服务同向发力，头盔才能安放好，新规才能更便捷地走进人们生活。

刘沛恺

普通人要买

普通人要不要买AI工具？从普通用户角度来看，AI已深度嵌入其日常工作流程，会员的确是刚需；而如果只是查询天气、日常闲聊等，免费版已足够使用。

根据使用频率选档次

建议用户可以先用一周免费版AI，记录崩溃次数。例如，出现生成内容质量较差、处理长文档时出现上下文记忆中断、查不到最新资讯等情况。如果1周崩溃次数达到3次以上，就需要购买AI会员服务来提升体验。

关于会员档次，建议用户根据自己的使用频率来选择。个人日常使用可买入门档，每月花费约一百元；一天干十几份的中等工作用户可买进阶档，每月花费两三百元；重度专业用户可以买高端会员甚至企业级方案，这种方案下AI会员能多人共享、有管理后台、能接API实现自动化。对于使用频率低、一个月用不了几次的用户，不建议包月，按次付费更划算。

总之，判断的关键在于评估AI生产力价值。如果AI工具每月为你节省的时间价值能超过会员费，那就值得投资。

会员吗？



更多报道 请扫二维码

（文/本报记者 余惠敏）

五位残疾人代表与中外记者见面交流

自强精神凝聚同行力量

本报讯（记者康琼艳）国新办近日举办“新征程上的奋斗者”中外记者见面会，5位残疾人代表围绕“以自强精神为推进中国式现代化贡献力量”与中外记者见面交流。

身兼网约车平台无障碍出行项目负责人和视障乘客的双重身份，王志华一直在探索如何让出行服务更好贴合盲人的需求。他带领团队招募不同年龄、职业、视障程度的测试员，不断完善出行服务。截至今年4月，项目已服务视障乘客完成360余万次无障碍出行，越来越多盲人敢于出行、自由出行。

贵州省黔东南苗族侗族自治州

黎平县彦婷手工刺绣坊负责人陆永江，是第四批国家级非物质文化遗产代表性项目侗族服饰省级代表性传承人。2015年，她成立黎平县彦婷手工刺绣坊，依托侗族服饰、侗族刺绣建立7个生产基地，组织周边村寨的留守妇女和残疾人参加技能培训，带动1600余人实现就业。

2016年，杨育创办湖南胜天无障碍旅游服务发展有限公司。他认为，无障碍环境建设的最大意义，就

是让残疾人回归社会，像健全人一样生活。“当一个坐着轮椅的人可以独自逛公园、去餐厅消费，那么他就能更自信地走出家门、走入人群。这种底气，就是残疾人融入社会最扎实的一步。”杨育说。

中国残疾人艺术团舞蹈演员、舞蹈一队队长陈静是今年春晚无障碍转播的聋人手语编导。“艺术无障碍转播，让文化自信更完整。”陈静说，聋人手语编导把武术的刚劲、小品的

幽默、歌舞的华美原原本本展现出来，让听障观众能和家人一起完整感受春晚。

四川省残联机关的基层工作人员刘敏在汶川地震中失去右腿。她刻苦学习考入四川大学，并以优异的成绩保送至南京大学，如今奔走在为残疾人谋利益的路上。刘敏认为，只有懂得残疾人的痛与盼，解决他们的急与难，才能把政策精准送到他们手里，把工作做到他们心坎上。

五位快递从业者代表讲述奋斗故事

辛勤奔波服务千城百业

本报讯（记者敖蓉）国新办近日举办“新征程上的奋斗者”中外记者见面会，来自快递行业的5位新就业群体代表讲述了他们“青春贯山海，寄递连万家”的故事。

重庆市城口县圆通网点负责人雷亮远说：“16年前，我在家乡大巴山干快递的全部家当是一辆三轮车，一天只送几件快递。这些年，家乡持续发展，行业服务能力不断升级，城口县173个村每天能送2000多件快递，我们成了连接山里山外服务民生

的‘摆渡人’。”

京东物流西藏山南营业部站长美朵曲桑介绍，以前全国各地到山南的包裹至少要五六天才到。现在本地仓落地，有些消费者上午下单，下午就能收到包裹，高原也能实现当日达。牧民在家中就能实现“买全国、卖全国”，寄递网络让农牧民的特产被端到家门口的餐桌上，更多西藏产品融入全国市场。

顺丰科技高级运筹优化算法

工程师黄一潇博士毕业后，从事的岗位是构建企业内部的物流大脑，通过算法理论将现实中错综复杂的物流场景，转化成电脑里精密的数学模型，在各种限制下求得最优解。黄一潇介绍：“现在，刚从岭南南枝头摘下的荔枝，经过预冷保鲜，通过冷链车和飞机无缝衔接的多式联运，可在第二天早上8点之前就送到2500公里外的塞北百姓家中。”

安徽省黄山区邮政分公司汤口

揽投部投递员谢菲俊介绍，他们积极探索“低空经济+邮政服务+文旅融合”模式，用无人机解决人力配送难题，让快递员有更多时间帮助游客运

送行李、寄回遗失物品、打包土特产、寄出黄山风光明信片。2020年，厦门多家快递公司在邮政管理部门和社区党组织的指导下，共同组建“鼓浪屿好小哥”服务队，并在第二年成立了联合党支部。服务队队长肖梅滨说：“在岛上，我们除了送快递，还是导游助手，为游客指路答疑；也是居民身边的公益使者，送老人就医；还是民情前哨，将居民的心声和建议第一时间反馈给社区。”