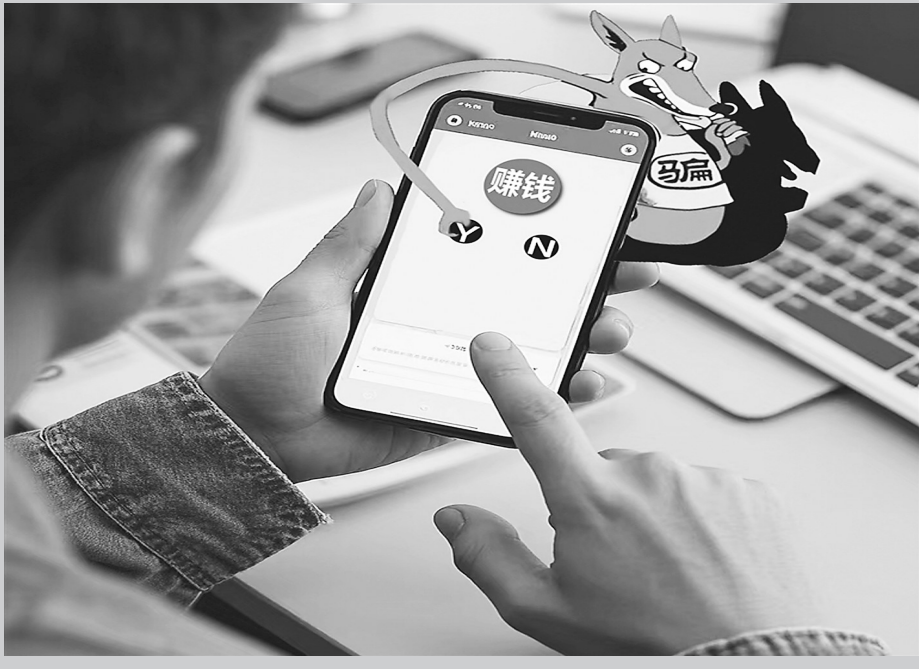


走路赚钱、听小说赚钱、看视频赚钱……近期一些打着“随时随地帮你赚钱”噱头的App不断冒头。这些App大多针对中老年用户群体设置消费陷阱，且形式不断翻新、手段更加隐蔽。不少中老年消费者下载后稀里糊涂订购消费产品，陷入一场精心设计的围猎。为何“赚钱”App能够“大行其道”？



为何“赚钱”App能够“大行其道”

本想“赚钱”却被“坑钱”

“5月4日支付老年大学网校会员888元，掌上老年学堂会员898元。”今年6月，福建的林女士无意间看到母亲手机上有两笔扣款，心生疑惑，其母表示并未上过任何网课。经详细翻查，原来是某赚钱宝App里的弹窗广告，诱导其母支付了这两笔费用。林女士尝试打开该App后发现，跳转第三方平台、网页弹窗接踵而至，一步步都在诱导付款。

除被单次大额扣款外，在此类走路赚钱App中还有广告以“单次小额支付+自动续费”的模式，诱导用户开通运营商的增值业务或者连续会员月卡。

不久前，湖南的一位女士发现母亲手机里有一条中国移动发来的验证码短信，才得知母亲下载了“走路赚开怀”App并点击了广告，无意间订购35元/月的全年流量包，且已扣费。短信显示，该业务由与广州骏伯网络科技有限公司合作的电子渠道办理。

记者调查发现，走路赚钱App存在一条“引君入瓮”的套路链条——先将自家广告投放到短视频、短剧等中老年用户较多的平台中，诱导其下载，用户操作时极有可能被误导点击广告，进而引导其开通对应广告主的付费业务。

记者从小米应用商店下载了一款162万下载量的“走路赚零钱”App，打开后霸屏弹窗不断弹出。无论点击“登录”或“还未登录”，均会跳转至外部链接，或显示“立即领取”视频会员。点击后，“领取”却摇身一变，成了每月25元的会员与话费的产品“订购”，默认自动续费。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江说，中老年人被按钮虚假指示后，极易通过多次点击，订购自动续费产品或者开通运营商的增值服务，被多笔扣款才后知后觉。

中消协今年8月发布的《2025年上

半年全国消协组织受理投诉情况分析》显示，一些不法商家通过发布“走路赚钱”“免费领红包”等宣传语吸引老年人点击，声称用户只需利用零散时间在手机上进行简单操作，即可获取一定回报，使得许多用户纷纷参与其中，而这些不法商家利用免密支付自动扣款收取“会员费”。

陷阱多如牛毛，维权难上加难

记者调查发现，走路赚钱类App之所以能够瞒天过海、大行其道，其背后有多重漏洞：

协议“卸责”，风险“甩锅” 用户协议单方面扩张运营方权利、免除运营方义务。今年7月，四川省消委会对一批被投诉的走路赚钱类App的用户协议进行调查，发现部分App运营方存在侵犯消费者合法权益的情形，如设立只利于自身的格式条款，同时强制用户承担过多责任与风险，导致双方权利义务严重失衡等。调查显示，部分App用户协议规定，对平台展示的广告，运营方既自主决定发布形式，又免除对广告真实性的审核责任，用户因广告受骗的损失“自行承担”。

付费一步到位，退款层层设限 记者调查发现，不少用户都面临退款难。林女士说，当时耐心问了母亲为什么付款，母亲并不了解，然后通过支付宝付款记录才找出了背后真正的收款方。向收款公司客服申请退款时，对方以超过7天为由拒绝，最后她告诉对方已报警才得以索回。

辽宁的一位女士说，母亲曾多次拨打客服电话被挂断，自己也是拨打了6次才接通。走路赚钱平台、支付渠道、收款公司都有“捂紧钱袋子”的理由——平台客服称这是属于第三方的交易，支付渠道认为用户自主输入密码，收款公司甚至扬言“系用户自愿购买”。

侵权产业链化，环环相扣 记者梳理发现，走路赚钱类App强制约定争议

由运营方所在地法院管辖，但实际用户遍布全国，且此类App收款方分散，呈现产业链化的趋势，客观上增加了异地用户的维权成本，加重了消费者责任。如“走路赚开怀”平台归属地广西南宁的12315就回电称，扣款涉及3家公司，关系复杂，建议其走法律诉讼渠道维护权益。

让不法App失去“寄生”的空间

受访专家认为，此类App虚构“走路赚钱”“免费领红包”等信息，往往夸大其词，甚至完全虚假，欺诈对象多为中老年群体，利用后者对智能设备操作不熟悉、风险防范意识较弱的特点实施欺诈，社会影响恶劣。

北京市东元（深圳）律师事务所律师邓永表示，这些信息的发布者往往隐藏在网络背后，难以追踪，给受害者维权带来了极大的困难。

陈音江建议，有关部门应推动建立涉老消费重点监管清单，对直播间虚假宣传、网络诱导点击扣款等加大查处力度；相关直播平台应加强对商家资质和商品的审查，优化广告展示逻辑，避免向老年用户定向推送高风险内容。

受访专家认为，一方面，App应用商店应建立审核机制和动态反馈机制，对多次被投诉的App采取下架、限制上架等措施；另一方面，互联网“大厂”、通信运营商往往是这类App的广告主，“大厂”、通信运营商应主动承担社会责任，改变广告投放和会员订购策略，让不法App失去“寄生”的空间，让消费者消费得明明白白。

此外，邓永等专家建议，社区中心、老年大学等机构要主动开展智能设备使用安全培训，重点讲解“诱导广告识别”“免密支付关闭方法”“异常扣款应对步骤”等知识，提高消费者尤其是老年消费者的风险防范意识。

（来源：《半月谈》）

临期食品到底能不能买

近年来，价格优惠的临期食品受到不少消费者的欢迎。什么是临期食品？商家售卖时该注意什么？消费者又该如何挑选？

临期食品，是指即将到达保质期，且未超过保质期的预包装食品。保质期作为食品在标明的贮存条件下保持品质的期限，当食品超过该期限时，其销售就属违法行为。因此，商家通常会采取打折促销等方式，尽快将临期食品卖掉，以减少经济损失。

消费者对临期食品的态度如何？有的消费者认为，临期食品没过保质期，质量和味道都不错，买回来两三天就能吃完，依然比较安全放心。有的消费者认为，部分食品临期销售的价格在半价以内，性价比高；部分食品则和平时价格差不多，并不实惠。还有的消费者对临期食品心存芥蒂，表示不会购买临期食品。

消费者对临期食品的态度不同，关于临期食品中的“临期”到底指多久目前也没有统一答案。记者梳理发现，多地针对临期食品制定的管理办法或者标准、指引中，对“临期”的具体界定并不相同。

《安徽省临近保质期食品销售质量安全管理办法》将临期界限细化为七个梯度，包括保质期在1年以上的临期为到期前30天、保质期为3天以下的临期由销售经营者自主确定等。

山西《临期食品管理规范》中以“六档+特殊情形”界定，12个月及以上保质期食品临期45天，往下按保质期时长依次对应30天、20天、10天、2天、1天的临期时间，此外，国家允许不标注保质期及保质期7天以下的食品不设临期。

但即便多地将保质期一年及以上食品的临期设定为45天，也与部分消费者印象中的“临期”有些许差别。记者发现，一些消费者认为食品在距离保质期还有两三个月甚至半年的时候，就已经不新鲜了，会在心中将其划为“临期食品”。

商家应如何规范销售临期食品？综合各地的规范文件不难看出，分类管理与明确标识是关键。食品经营者应当加强日常检查以及食品流转管理。对临近保质期的食品要分类管理，作特别标示或者集中陈列出售。此外，“临期食品”标签应醒目，让消费者看得清楚、买得明白。而对于已经过期的食品，应立即下架，及时处理。

消费者如何选购临期食品？中国农业大学食品科学与营养工程学院教授范志红表示，对合格的预包装食品，只要状态、风味正常，没有必要因为快到期就扔掉。购买打折的临期食品，只要能及时吃掉，不在家里放过期，不仅划算，还有助于减少食物浪费。范志红提醒，想要安心食用临期食品，需注意储存条件。比如温度，需要冷藏或冷冻保存的食品，若在销售或运输过程中脱离冷链，或储存温度不达标、环境温度过高，就可能“提前过期”。购买这类临期食品也应谨慎，在购回后立即按照产品要求放入冰箱妥善保存。对于一些原本常温储藏的食品，如果购买后预计无法在短期内吃完，也可以考虑将其放入冰箱冷藏或冷冻，以延缓品质变化，延长可食用时间。

（来源：《经济日报》）

双层不锈钢碗盛热油危险

近日，湖北恩施一女子用双层不锈钢碗盛热油时，碗体突然炸裂，飞溅的热油导致女子身上多处烫伤。

双层不锈钢碗具有易于清洁、隔热防烫等优点，在家庭中很常见。但是，双

层不锈钢碗采用的是空心结构，倒入高温热油后，两层不锈钢之间的气体受热会迅速膨胀，如果碗壁较薄，膨胀力很可能超过碗壁的承受极限，导致碗体炸裂，滚烫的热油随之飞溅，极易造成烫伤。

即便高温热油没有让碗体当场炸裂，也会损伤碗体结构。受损的碗体在后续使用中，则更易破裂，出现热油飞溅的危险。因此，双层不锈钢碗更适合盛放非高温的食材。（来源：《解放日报》）