



消费者掉入“大额返现”“赠品丰富”优惠陷阱 线上线下诱导充值乱象调查

记者近日调查发现，从线下的话费充值、美容美发、餐饮消费，到线上的游戏充值、平台会员、网购返利等，各类诱导充值的营销行为在日常生活中屡见不鲜。一些商家常以“大额返现”“折扣力度大”“赠品丰富”为诱饵，利用信息不对称刻意隐瞒关键条款，使消费者在不知情的情况下掉入优惠陷阱。

优惠缩水限制重重

本以为参加的是“预存 140 元得 280 元”的优惠活动，刘宇在办理套餐后却发现，自己可能落入了一个精心包装的话费陷阱。

“办理后我发现实际情况和营业厅工作人员宣传的不一样。”心生疑虑的刘宇通过运营商官方 APP 核实后才得知真相：该套餐实际只需预存 100 元，就能享受每月减 15 元的优惠（即前述营业厅宣传的每月返 15 元话费）。而某营业厅却将活动包装成“预存 140 元得 280 元”，让她多付了 40 元，才获得本该享有的优质服务。

“那多出来的 40 元既没有变成话费，营业厅也没有任何说明，我都不知道去哪儿了。”刘宇告诉记者，该套餐包含的流量其实较少，吸引力有限，“如果不是被‘高额返利’迷惑，我根本不会办理。”

江苏省的王女士则在鞋店促销中落入“买鞋送鞋”的圈套。店员告诉她，充值 500 元即可免费获赠一双鞋，后续购鞋每双再减 50 元。然而当她再次消费时才发现，所谓“优惠”实为从预存款中扣减，仍需额外支付现金，且预付款不退、仅限店内消费。“相当于被绑定在这家店，得再买 9 双鞋才能用完。”

记者了解到，不少商家在推销预付卡时刻意回避关键条款，如“单次消费最多使用卡内 70% 金额”“卡内余额必须覆盖全部费用方可使用”等，消费者往往在二次消费时才能发现这些隐藏限制。

美容行业是诱导充值乱象的“重灾区”。广东省的季女士就曾遭遇一场精心设计的营销套路。她先是接到常去的美容院打来的“幸运顾客”中奖电话，到店领取小礼品时，被引导参与“点赞开盲盒”线上活动，声称有机会获得高额奖励。

1 个月后，店员以“排名靠前、需到店领奖”为由再次邀约。季女士到店后，被带入小房间接受多人推销。对方称她“排名第七”，并极力劝说其充值冲榜，承诺“充值即可获 10 倍积分，锁定第一名，赢取 4000 元奖金及美容项目”，甚至提出“若充值 10 万元可保第一，钱不够可帮忙凑”。

在持续的话术围攻下，季女士最终充值 1000 元才得以离开。事后她发现，所谓“第七名奖品”并未兑现，店员以“被人超过”为由推脱。她后来还了解到，有顾客被诱导充值数万元，既未获得承诺返利与奖品，预存款也仅能用于后续消费，难以追回。

隐藏条款诱导续费

线上平台的诱导充值同样套路繁多，令消费者防不胜防。

今年 5 月，湖北省的李女士在某网购平台看到“购卡满 800 元可享券后 0.1 元购买睡衣”的活动。尽管她的预算仅为四五百元，但考虑到活动极具吸引力，便决定充值 800 元购买平台购物卡。

购卡后，李女士确实收到了 0.1 元购买睡衣的优惠券，优惠券界面也显示睡衣库存充足。然而，当她准备下单时，却发现该优惠券下没有任何可用商品。“平台客服让我联系店铺，店铺客服却说他们从未参与此项活动。”李女士要求平台要么发货，要么补偿一张等额购物券，但客服始终未予正面回复，问题至今悬而未决。

游戏平台的“充值返现”活动往往设计得更为隐蔽。去年 5 月，新疆的万

先生在短视频平台看到某游戏的直播推广，主播声称“充值 88 元即可每日登录领取红包，金额从 0.1 元到 88 元不等，领满 60 天即可提现”。万先生充值后，坚持每天登录，到了第 60 天准备提现时，系统却提示“奖金不足指定余额”，操作失败。

“直到提现那一刻，规则才完全显现——系统要求奖金累积到一个很高的指定金额才能提现。”万先生事后计算发现，即便他再购买 28 元的“挂机特权”，并保持 24 小时在线，每天领取最高额度的红包，也无法达到游戏的提现门槛，“这根本就是一个精心设计、无法通关的陷阱”。

明确诱导认定标准

“诱导充值”在法律上应怎么界定？其与正常的商品宣传又该如何区分？

北京瀛和律师事务所律师赵燕燕介绍，“诱导充值”并非严格的法律术语，而是对一系列涉嫌违法营销行为的概括性描述。其核心法律性质通常构成欺诈性销售或虚假宣传，直接侵犯了消费者的知情权与公平交易权，违反消费者权益保护法、广告法及反不正当竞争法的相关规定。

赵燕燕强调，区分“诱导充值”与正常宣传的关键在于信息是否真实、全面、透明。正常宣传应清晰展示优惠内容、使用条件与期限，而诱导充值往往通过夸大优惠、隐瞒条款、制造紧迫感等方式误导消费者作出非理性决策。

北京市两高（上海）律师事务所副主任徐吉平指出，诱导消费包含两种典型样态：一是明显违反消费者权益保护法的“消费 / 充值”，事实与宣传不符，相对容易辨别；二是更为隐蔽的“消费 / 充值”。这类宣传表面看与实际情形相符，但会运用“限时”“限量”“绝版”等话术，精准激发消费者内心的欲望与紧迫感，导致其作出非理性的消费

决策。

面对层出不穷的诱导陷阱，消费者应如何维权？

赵燕燕建议，消费者在遭遇诱导充值后，应第一时间保存证据，包括充值记录、宣传页面、聊天记录、通话录音等。随后可先与经营者协商；若协商无果，应及时向消费者协会（12315 平台）或相关行业主管部门投诉，如通信运营商问题可向工信部门反映，预付卡类问题可寻求商务部门介入；涉及金额较大或情节严重的，则可依法向人民法院提起诉讼，并可依据消费者权益保护法第五十五条主张“退一赔三”的惩罚性赔偿。

为了从根本上治理乱象，徐吉平建议：强化监管力度。将监管触角前移至合同签订环节，强制经营者对格式条款履行清晰说明义务。加强监管部门与司法机构的协作，对刻意混淆概念、诱导签单的行为施以严惩，提高违法成本。

完善法律法规。明确“诱导消费 / 充值”行为的法律界定与处罚标准。如《浙江省广告管理条例》已明确网络游戏广告不得含有以随机抽取等偶然方式诱导充值的内容。

加强消费者教育。整合社区、家庭、社会组织等多方力量，对老年人等风险抵御能力较弱的群体进行精准的风险教育和防骗宣传，提供便捷的法律咨询与援助通道。

推动企业自律与行业规范。企业应强化自律意识，严格遵守法律法规与商业道德。行业协会应制定并细化行业准则，加强对成员的引导、约束与监督，推动行业健康发展。

强化社会监督。建立常态化巡查机制，对发现的问题建立监管台账；在消费场所显著位置公示维权渠道；鼓励公众积极监督曝光不法行为，形成全社会共同治理的合力。

（据《法治日报》见习记者 / 于天航 记者 / 张守坤）

“假冒银行卡”骗局勿轻信

如果你突然收到一张印有“某某银行”“消费扶贫爱心卡”标识的银行卡，并且宣传页上明确显示说明“额度有 400 余万元”，你会相信这是真的吗？社会上“假冒银行卡”的骗局层出不穷，它们以“消费扶贫”“养老补贴”等理由为幌子，诱导消费者上当受骗、遭受财产损失。对此，国家金融监督管理总局北京监管局发布风险提示，提醒广大消费者提高警惕，严防此类骗局。

不法分子的诈骗手段不断翻新，迷惑性极强，让不少老年人防不胜防。博通咨询金融行业首席分析师王蓬博表示，近期出现的这些“假冒银行卡”骗局，

主要是通过政策场景包装与高利益诱惑结合进行诈骗。不法分子精准锚定带有民生属性的领域，再通过盗用银行标识、伪造官方客服等手段混淆渠道认知，本质是利用消费者尤其是老年群体对政策福利的信任度，以及信息甄别上的盲区，这也是当前金融诈骗向场景化、伪官方化演变的突出特征。

那么，“假冒银行卡”骗局究竟是如何进行诈骗的？从北京金融监管局发布的提示来看，目前常见的套路主要有 5 类。一是假冒银行制造混淆。盗用正规银行字号及品牌标识，采用相近配色方案，试图以假乱真，并在假银行卡上印制虚假

“官方客服”电话，为后续诈骗创造条件。二是高额补贴利益引诱。邮寄或散发假银行卡，谎称“消费扶贫爱心卡”“养老补贴专用卡”等，宣称持有该卡可领取高额补贴或享受特殊待遇。三是虚假平台制造陷阱。利用虚假 APP、网站或客服电话，展示卡内“高额余额”或谎称寄送“贵重赠品”，引诱消费者上当受骗。四是巧立名目骗取钱财。以激活账户为借口，收取“制卡费”“手续费”“保证金”等，骗取钱财。五是套取客户个人信息。不法分子在行骗过程中大肆套取受害者及家人个人信息，为后续诈骗或进行其他不法活动创造条件。

北京金融监管局特别提醒消费者，面对类似诈骗手段，要认准官方渠道、牢记“天上不会掉馅饼”、坚决不支付不明费用、严防信息泄露、及时核实举报。王蓬博认为，北京金融监管局提出的“一认准、二牢记、三坚决、四严防、五举报”为用户构建了全链路风险防护框架，这既契合金融消费者权益保护预防优先的底层逻辑，也戳中了这类骗局的关键漏洞。

“大家一定要擦亮眼睛，通过银行官方渠道办理业务，对无需审核即可获得高额补贴等说辞保持清醒，坚决拒绝先交不明费用，严防泄露个人信息、点击可疑链接或下载不明 APP，遇可

疑情况立即联系银行官方核实，受骗后保存通话记录、转账凭证等证据并及时报案。”王蓬博表示，尤其要警惕假冒银行标识的虚假卡片及配套诈骗平台，避免因贪图意外之财落入套取钱财或个人信息的陷阱。

广大消费者尤其是老年朋友，一定要谨慎处理陌生人散发的银行卡、陌生来电、不明快递等，收到“补贴”“福利”等不明信息的，要保持清醒、警惕“意外之财”。与此同时，老人的亲朋好友也要多多关心老人，时常提醒老人警惕银行卡诈骗，共同守护老人安享晚年。

（据《经济日报》记者 / 勾明扬）