

# 遏制“幽灵扣款”，守护数字空间老年人权益

本报评论员 吴迪

点击“领红包”，页面将用户引向支付界面，最终完成一笔笔150元至199元的“幽灵扣款”。

什么都没买、什么服务都没开通，钱却被扣了——这类“幽灵扣款”案例中存在不少共同特征，如关键词引流、多次页面跳转、用“领取红包”等表述模糊扣款目的、收款商户名称频繁变换……这一现象背后有着令人不安的主观恶意，即冲着老人来，奔着钱包去。

“幽灵扣款”乱象，其一体现在对老年用户的靶向收割上。有用户在不同IP地址进行测试，发现广告系统经过用户画像累积，精准锁定老年用户，进而持续推送类似广告；其二则是恶意利用小额免密支付下的“安全盲区”。150元至199元的区间恰好处于大部分支付账户的“免密支付”或小额免验额度之内，这一区间的“幽灵扣款”规避了支付平台大额风控机制，提升了异常交易的成功率。

“幽灵扣款”屡屡得手，与广告投放存在防线漏洞相关。当前，相关平台正规渠道不允许投放“没有真实商品或服务交付”的互动类红色广告，然而有的广告代理商却承诺可以投放此类广告，且“支持跳转至第三方商城或自建落地页完成支付”。平台客服认为这

主要是通过技术漏洞、病毒程序或外挂软件强行插入实现的，“无法做到实时100%监控”。时下，互联网上广告链条参与方众多，广告联盟、程序化广告提供商、广告主、广告代理商层层嵌套，形成复杂生态，让一些老年网民在步步惊心的圈套中无力招架。

越来越多类似涉网投诉凸显一个现实：不少老年人触网后，正在从“不会上网”转变为被网络黑灰产重点围猎的目标，这不仅为消费环境安全、个人财产安全、个人信息安全带来威胁，也消耗着近年来为网络适老化、消弭“数字鸿沟”所做的努力。

诸多法律人士从广告法、消费者权益保护法等法律法规角度，指出上述互动类红色广告属于虚假广告宣传，构成消费欺诈。此前，中国法院网发文指出，广告发布平台应提供商家信息或承担连带责任。一些地方的消防组织、市场监管部门在处理此类投诉时也表达了鲜明立场，即老年人基于对“领红包”的误解支付，属于可撤销民事法律行为，并督促平台方加强广告审核，管控违规推广行为。

近日，市场监管总局印发《关于深化互联网广告生态治理工作的通知》和《互联网广告

市场秩序整治重点任务》。前者提出“互联网广告生态治理”概念，部署压实互联网平台企业主体责任、加大重点领域和新业态的广告监管力度等治理任务；后者重点细化了加大对互联网弹窗广告的规范力度等工作，其落地成效值得期待。

从源头上遏制“幽灵扣款”，需要各方多想办法。比如，支付机构不妨建立小额高频异常交易监测模型，对无真实消费场景、跳转外部陌生链接多些监测和防范；改变当下部分平台的低标准事后审核制，对恶意跳转等规避监管的技术手段进行针对性拦截；针对广告链条复杂、责任分散等痛点，探索专项治理+长效机制相结合的治理模式并形成震慑效应。

帮助老年人跨越“数字鸿沟”，不仅是帮助他们学会上网、享受数字便利，更要保障资金安全、呵护消费信心、营造放心的上网环境。数字时代的文明与善意，体现在对每一位网民的权益保障上。让数字空间多一分安全、少一份算计，需要持续整治网络坑老乱象和技术霸凌，这既是守护老年网民幸福感、安全感的民生之举，也是规范互联网生态、净化网络生态的必然要求。

## 融媒作品选粹

### 莫让键盘侠阻挡救灾步伐



日前，湖南石门县遭遇强降雨过程，超10万人受灾。该县龙池河村支书向金元在对着镜头讲述灾情情况时，竟因为戴了一副耳罩遭到网暴。戴耳罩不是罪，偏见才是病。越是在这种时候，越要为一线奋战的基层干部撑腰，决不允许无良声音诋毁他们，从而消减抗洪救灾的力度。真正的担当，从不在妆容里，而在泥泞中的脚步里；不在滤镜下，而在被洪水泡皱的手掌里。（本报记者 张世光）

►扫描二维码，观看工人日报融合报道  
《【鼓楼新语】莫让键盘侠阻挡救灾的步伐》



### 殷玉珍与“赛考斯”线上重逢



近日，全国劳动模范殷玉珍通过网络寻找美国友人“赛考斯”的故事，打动网友。20多年前，赛考斯捐出5000美元，助力殷玉珍在毛乌素沙地种树治沙。如今，5万多棵树木已长成参天大树。时隔多年，两人得以在线上重逢。赛考斯计划7月来华，殷玉珍想带他去看绿洲，并亲手为他做一碗面条、一双绣花鞋垫。（本报记者 王伟伟 陈晓）

►扫描二维码，观看工人日报融合报道  
《殷玉珍用最中国的方式，欢迎远方的朋友》



### 她在森林里按下“慢放键”



安羽是一名森林疗愈师，日常她会带着学员走进森林，通过慢走、五感疗法、冥想等方法，调动人的视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉，进而释放情绪压力。安羽说，目前国内专职的森林疗愈师还很少，适合疗愈的场地也需要专业评估。“我们的祖国地大物博，自然资源丰富，这份职业未来可期。”（本报记者 李宇轩 李玲玉）

►扫描二维码，观看工人日报融合报道  
《3公里走了3小时，她在森林里按下“慢放键” | 三视频·新360行之森林疗愈师》



### 环卫大叔用水管救回两条人命



日前，在凌晨4点的浙江杭州街头，环卫工李树胜正驾驶着洒水车作业。突然，路边一位女子正不断挥手呼喊救命。李树胜立即停车冲向河边，用10多斤重、10米长的橡胶水管当“救命绳”，将落水的两人成功拉上岸。事后，李树胜回应，“其实都是举手之劳，在自己有能力的情况下，能帮就帮。”（本报记者 王佳琪）

►扫描二维码，观看工人日报融合报道  
《凌晨4点环卫大叔用水管救回两条人命，环卫工李树胜回应》



整理 曹玥

## 社评

中国新闻名专栏

让数字空间多一分安全、少一份算计，需要持续整治网络坑老乱象和技术霸凌，这既是守护老年网民幸福感、安全感的民生之举，也是规范互联网生态、净化网络生态的必然要求。

据5月25日央广网报道，近日，在北京工作的张先生反映，今年4月，其71岁的母亲在某平台APP上刷到一个“走路赚钱”的广告，点开后面未显示任何商品信息，而是连续跳转了几个网页，最终弹出一个微信支付界面，老人手指一按钱就“飞”走了。记者调查发现，2025年以来，网上有不少相关投诉：老人

## 默许拾荒者进校园，对“大学之大”的生动诠释

胡欣红

据奔流新闻报道，近日，兰州大学一位硕士生，在论文致谢中特别提及学校默许拾荒老人进校，引发广泛关注。这位同学表示，他想感谢兰州大学保卫部。学校的保安总会默许拾荒老人进校，让他们获得谋生的空间。同时，拾荒老人们并非乱翻垃圾，他经常看到一位拾荒老奶奶拿起垃圾桶旁边的扫帚，将周围地上的垃圾仔仔细细清理干净。

这份跳出感谢师长同窗、聚焦校园微小善意的致谢，没有华丽辞藻，却以朴素的温情，勾勒出大学教育动人的模样。学校的善意、包容与老人的质朴回馈，于无声处塑造着青年的价值观，尽显“大学之大”的真正内涵。

大学之大，从来不止于高楼大厦，更在于其名师荟萃及包罗万象的广阔胸襟，在于能看见平凡个体的人文温度。兰州大学实行预约进校制度，却默许拾荒老人入校谋生，这份“默许”，是学校管理者骨子里的人情味儿。这份“大庇天下寒士俱欢颜”的善意，没有刻意宣扬，却如春风化雨，浸润着校园的每一个角落。

善意从来都是双向的，温暖也总会相互滋养。被默许入校的老人，没有将这份包容视作理所当然，而是以力所能及的劳动默默回馈。翻完废品后，他们会清扫垃圾，将杂物归位，守护校园的美好环境。学校予老人谋生之爱，老人还校园整洁之美，这场发生在象牙塔里的双向奔赴，被莘莘学子看在眼里，不亚于一堂生动的人文教育课。

教育的真谛，不仅在于传授专业知识、科研技能，更在于潜移默化中塑造人格、涵养初心，教会学生何为善良和担当。这位同学在致谢中坦言，这件事是母校教给他的重要一课，让他立志在未来有能力时，也为需要帮助的人伸出援手。桃李不言，下自成蹊。学校里的每一面墙都会说话，每一件小事都藏着教育契机，这种润物细无声的价值引领，可能比书本知识更扎根心底、影响一生。

大学是知识的殿堂，也是人格成长的沃土。发生在兰大校园里的这场双向奔赴，是教育境界的生动写照——它不喧嚣、不张扬，却能滋养心灵、激发善意，让青年学子在成长路上，既懂仰望星空，亦知心怀他人。



## 图说

### 贴心

工作日就医请假难、复诊没时间，是众多学生家庭与职场人群的就医痛点——据《北京日报》报道，北京多家医疗机构精准施策，纷纷开设周末、晚间延时特色门诊，细分推出青少年正畸、心理干预、中医理疗等多种便民诊疗服务。

对于一些日间难以请假的就诊者而言，开设周末门诊和夜间门诊确实很有必要。近年来，一些医院根据不同患者群体的现实需求，探索推出了诸如“治未病门诊”“体重管理门诊”“戒烟门诊”，以及“小哥门诊”这类面向新就业形态劳动者的绿色通道等，深受好评。此外，一些银行、窗口单位等也推出了延时或错峰服务。小调整中有大民生，这些服务回应着群众的迫切需求，值得鼓励。当然，开设相关特色服务有一定的成本与难度，如人员调配如何平衡、节假日系统能否正常接入使用等，因此不能简单要求所有机构单位都如此照做，而是要呼吁学习这种及时回应群众现实关切的理念，进而推动改进工作细节，让服务更上一层楼。

赵春青/图 嘉湖/文

## 小公厕里也有“大文章”

郭元鹏

“树在厕中”！武汉一座公厕因“颜值”火了——据5月26日九派新闻报道，在武汉市武昌区的紫阳公园，一座公厕突然“出圈”了。白色外墙镂空出大树纹理，阳光透过孔洞洒下斑驳光影，两棵水杉直接从小厕内“长”出来。据了解，这座被网友称为“公厕界颜值天花板”的公共设施，在“五一”假期，日均接待近4000人次。

武汉这座公厕的走红，靠的不是社交平台的营销，而是实打实的用心设计。据了解，这座公厕改造前问题不少，不仅厕位配比不均衡，而且外观简陋，与整体园林形象不搭。改造时，为了在完善功能的同时实现景观协调，且不伤害周围的树林，团队决定把两棵水

杉直接纳入公厕内部开放空间，让树在建筑里自然生长。白天阳光一照，树影洒在地上、墙上，风一吹，光影也跟着晃动，如厕倒像是在逛一个小园林。

使用公共厕所，很多人的第一反应就是“赶紧进、赶紧出”，只要干净、能用就行。但现在不一样了，越来越多的城市开始琢磨：厕所能不能好看一点？能不能跟周围的环境搭一点？能不能纳入更多功能？

改变不止发生在武汉。浙江湖州的莲花庄公厕，长着一副江南民居的模样，白墙黛瓦、飞檐翘角、古色古香；嘉兴的“禾城驿·温暖驿”更进一步，人们步入公厕，还能喝水、看书、借伞、给手机充电，夏天有冰饮，冬天供应热水，完全是个小型便民服务站……这些公厕各有各的风格，但内核是一样的：不再把厕所当成一个功能性设施，而是当作城市里一

个温暖的、有人情味的公共空间。

有人说，看一个城市的文明程度，就看它的公厕。这话不夸张。公厕是城市基础设施，也是贴近百姓日常生活的场景之一。过去各地推进的“厕所革命”，解决的是“有没有”的问题，而现在需要关注的问题变成了“好不好用”“美不美观”“贴不贴心”。当然，不是所有厕所都要建成园林或者网红打卡地。关键不是照搬别人的样子，而是要用心去想：这个地方需要什么样的厕所？周围有什么样的环境？老百姓除了“能上厕所”，还有没有别的需求？

城市建设不光是修路架桥，也包括把一座厕所修得让人走进不皱眉，甚至愿意拍张照、发个朋友圈。说到底，厕所虽小，折射的是城市对人的态度。一个愿意在厕所上花心思的城市，大概率在其他民生细节上也不会太差。

## 绿幕抠图伪造“源头实景”，直播造假亟待整治

王志鹏

据5月26日《经济参考报》报道，近年来，一些打着“产地直采”“工厂直发”“超市促销”等宣传语的电商业直播，凭借来自现场的真实感，吸引了不少消费者下单。但记者近日调查发现，在一些直播间，果园丰收、工厂繁忙、工人作业等场景看似真实，实则通过绿幕抠图、AI合成等技术伪造，带货主播则虚假宣传商品是“厂家直发”“产地直销”，诱导消费者下单。

从报道披露的细节不难看出，这些标榜“源头实景”的直播，不过是主播躲在居民楼隔间、民房小工作室里炮制出的“数字戏法”。整

套造假设备成本极低，仅需一部智能手机、一块简易绿幕、几盏补光灯，再搭配普通直播软件，就能实现抠图换背景。此外，一条专为造假者提供配套服务的灰产业链悄然形成，花几块钱就能买到上万套现成的直播背景素材，不少服务商还推出定制化布景一条龙服务。

劣者横行，优者承压，技术造假催生行业恶性竞争，挤压诚信商家的生存空间。对坚守经营底线、深耕实景直播的合规商家而言，开展实景直播意味着高额运营成本：不仅需要团队奔赴产地、工厂搭建专属直播间，还要承担场地租赁、人员外派、交通差旅等多项开支。与此同时，实景直播还受季节、生产周期、天气等客观因素制约，无法实现24小时全天候稳定开播。反观造假商家，既不受地域

限制，也没有客观条件束缚，依托虚拟布景就能全天候抢占平台流量，再凭借低价优势抢夺客源。长此以往，行业可能陷入“劣币驱逐良币”。

更深层次看，这类直播造假正在侵蚀行业赖以生存的信任根基。技术本是优化直播呈现形式、提升带货效率、丰富消费体验的辅助工具，绝非开展商业欺诈的“帮凶”。绿幕搭配AI合成的虚拟场景画面逼真，精准拿捏了消费者“眼见为实”的固有消费思维，极具迷惑性。而当消费者被其误导下单，很容易买到货不对板、名不副实的商品，其知情权和公平交易权受到侵害。

如今，直播电商的用户规模和市场份额不断扩大，已经成长为拉动内需、促进消费的不

可忽视的产业。行业体量越大、受众越广，对其实行规范化治理的必要性与紧迫性也就越强。今年2月1日起施行的《直播电商监督管理办法》规定，直播间运营者设置、展示的账号名称、头像、简介和直播间标题、封面、背景、道具等，应当符合法律、法规、规章的规定，不得含有损害国家利益和社会公共利益、违背公序良俗以及欺骗、误导消费者等内容的信息。

肃清行业的不良风气，需要构建起多方协同的共治格局。监管部门应加大惩处力度，通过罚款、封禁账号、失信公示等方式，抬高违法成本；直播平台可推行虚拟场景强制标注机制，倒逼从业者规范经营，同时依托大数据等技术搭建智能筛查系统，从流量分发端口阻断虚假直播的传播路径；行业协会应发挥纽带作用，完善行业准则与奖惩规范，引导从业者树立诚信为本的经营理念。

数字工具的价值走向，取决于使用者的初心。对直播从业者来讲，虚拟布景完全可以用于丰富直播内容、创新带货模式，而不是用来欺骗消费者、扰乱市场秩序。让消费者“眼见为实”，流量才能红红火火，行业才能长长久久。