

频繁倒卖微信号 每天都换赌博群

——微信红包赌博再现新花样

微信红包本是亲友间娱乐、交流的一种方式,但在一些微信群里,几块钱的红包却代表着数万块钱的输赢。许多人误认为“来钱快”而沉溺其中,实际上这是一个玩家必输的赌局。庄家如何“玩死你”?微信群内为何能堂而皇之地赌博?打一枪换一个地方的“马甲微信号”从何而来?记者就此展开了调查。

花样翻新: 接力、扫雷、猜尾数、拼点数

“一轮赌博大概三四分钟,输赢从几千元到七八万元都有。”

“一个群里有三四十个‘托儿’,赌客也就二十多个。”

“前期投入3万至5万元,占股5%,平均每月‘分红’10多万元。”

……

这是深圳警方近期破获的一起微信红包赌博案中犯罪嫌疑人的供述。目前,该案18名犯罪嫌疑人全部以涉嫌开设赌场罪被逮捕。

2017年以来,仅深圳市检察机关就已批准逮捕利用微信红包、QQ红包开设赌场案件26件、71人,涉案金额最高的达到6000余万元。江苏、湖南、云南、贵州、四川、浙江等地警方均破获过微信红包赌博案。

记者调查发现,2015年至今,微信红包赌博手法不断翻新,从最初的“接力”类,即抢到最小红包者输,继续发红包;到“扫雷”类,即抢到特定尾数者输;再到“猜尾数”,即猜错尾数

者输;直至现在的“拼点数”,即点数小者输……花样越来越多,金额越来越大。

深圳市南山区检察院侦查监督部副部长张茜介绍说,“拼点数”赌局的输赢不取决于红包大小,而在于红包后三位数字相加的数大小。例如12.07元红包,记为2+0+7=9点。庄家和赌客同时抢红包,拼红包点数,大者赢;点数同时还代表输赢倍数。

以赌客在群内发信息“3000”为例,则代表赌客下注3000元。假设参赌者抢到的红包点数为9,且比庄家大,就能赢2.7万元;若比庄家小(假设庄家11点),则输3.3万元。弹指一挥间,就是几万元的输赢。

张茜说:“为了提高效率,一些赌局组织者还引入机器人,自动结算。”有些案件中,赌局组织者还安插作弊器。即便没有人为操作赌局结果,赌局里充斥的众多“托儿”,也使得赌客“十赌九输”。

躲避封群: 倒卖微信号,“日抛”微信群

根据2016年7月实施的《非银行支付机构网络支付业务管理办法》,微信号开通支付功

能需要进行实名认证。未实名认证的微信号,红包功能受限。此外,腾讯也采取了一些技术手段识别异常微信号、群,并进行封号、封群处理。目前,微信安全中心每季度都会发布查封涉赌号群的数据。今年二季度,微信对5万余个涉赌微信账号进行限制功能及限制登录的阶梯式处罚,并对8000余个涉赌微信群进行封群处理。

在实名制和涉赌排查下,赌局组织者屡出应对新招:

——涉赌资金换平台结算。记者调查发现,受制于微信红包金额上限,赌局组织者普遍采取利用银行卡、支付宝等转账充值方式,获取赌博“分值”,以分代钱,赌局结束后将“分值”换算成钱,原路返回。

——微信号群明码标价,批量倒卖。深圳查处的这起微信红包赌博案中,有人专门负责购买用于赌博的微信号和微信“僵尸群”。据负责这一环节的犯罪嫌疑人小翁透露,他每天向赌场股东提供的微信联系人购买微信号和微信群,一个微信号15元至20元,一个微信群230元。买来的微信号提供给“托儿”,用于

哄抬赌局气氛。“被封了多少微信号,我就找联系人买多少个号补上。”小翁说。

——聚赌微信群每日更换。张茜介绍,该团伙中有成员每天要根据赌场管理人员要求的数量购买微信“僵尸群”。为了防止被平台封群,这些充当着“网上赌场”功能的微信群已成“日抛型”。“我们每天都换一个新的微信群。”一名犯罪嫌疑人说。微信“僵尸群”的存在给赌博提供了“土壤”。

号群倒卖“突破”实名认证,监管需要“进化跟上”

“相较于传统开设赌场犯罪,微信红包赌博具有成本低、隐蔽性强、传播速度快等犯罪特征。犯罪分子频繁更换微信号、群,一方面躲开了互联网信息服务提供者的监管,另一方面破坏了实名制,给公检法机关调查取证带来了困难。”张茜说。

这些被倒卖的微信号、群从何而来?

记者调查了解到,这些“僵尸”号、群的存在原因可能有二:一是利用虚拟运营商、境外运营商的手机号注册微信,二是同一

个身份证可认证5个微信支付账号。注册和实名认证环节给倒卖微信号提供了空间。倒卖微信号,还可能涉及侵犯公民个人信息问题。

在司法机关查处的案件中,目前并没有见到“倒号”这个隐藏群体被追责。中国人民大学法学院教授刘俊海建议,明确倒卖微信号、群的违法属性,将此与个人信息泄露关联并加大处罚力度。同时,建立有奖举报制度,发挥网民作用,推动协同共治。

中国人民公安大学网络安全空间安全与法治协同创新中心教授刘为军认为,在现实中,除非有赌客举报,公安机关很难发现微信红包赌博这类线索,主要靠互联网平台对异常行为的监测、识别和预警。刘俊海说:“建立平台、制定规则、认证身份,并从中受益的互联网平台,有责任发挥技术和数据优势,打造守法合规的微信生态环境。”

刘为军建议,网络管理部门和互联网平台需要进一步完善微信号注册规则和流程,避免公民身份被冒用;同时,应对绑定同一身份证的微信号进行信用关联。 / 新华社

顾客排长龙、满屏炫富照、荣誉证书数不清……

朋友圈里“网红”产品背后有哪些真相?

顾客排长龙、满屏炫富照、荣誉证书数不清……近年来,很多年轻人的朋友圈,时常转发一些时尚、流行的“网红”产品。记者调查发现,有些“网红”产品的“爆棚”人气,实际上是通过夸大其词的宣传甚至造假炮制的。

“网红”产品有哪些“气质”

近年来,一些“网红”产品以众人追捧、竞相购买的热销形象引人注目。在全国著名城市商业街,常有一些餐饮或服饰店的门前顾客排成长龙。在网络上,一些产品的消费评价与跟贴动辄成千上万,内容都是交口称赞。“网红”产品有哪些“气质”?

“功能神器”型。颇有名气的微商品牌“尚赫”有一款名为“尚赫辟谷餐”的产品,鼓吹轻松瘦身,并宣称可以治愈牛皮癣等多种顽疾。网上还流行一种所谓的“防晒丸”,声称“当天吃当天见效,防晒持续时间可达6个小时”。

“荣誉等身”型。自称获各种国内、国际大奖,有各种权威机构为其质量“背书”,畅销全国甚至风靡全球。

记者在网上发现一款名为“玛姿宝”的微商产品十分火爆。自称代理商的刘女士向记者

者展示了其中一款减肥产品“玛姿宝0卡能量圈”,称该产品具有“3·15打假保真荣誉证书”,是“打假保真放心消费联盟单位”,获得“中国孕婴童奖”“玛姿宝商业模式论证证书”“移动互联网+新零售示范单位”等多个大奖或证书。

“浮夸炫富”型。通过发布“喜提豪车与新房”类的照片高调炫富,鼓吹只需加盟或代理某“网红”产品即可迅速暴富。

“尚赫”旗下有多款减肥瘦身健康产品,多篇网文大肆宣传一些无学历、无工作经历的“小白”,因代理该品牌而迅速买新房、豪车。

有的“网红”化妆品代理商在微信朋友圈中发布“获得巨奖、豪车”的照片。有印着玛姿宝标志的海报大肆宣传“高利润高回报:10%代理成为千万富翁、50%代理成为百万大咖、80%代理拿到豪车奖励”。

费也贵,具体标准为:消费评价、体验等100字以上,配3张及以上图片的,4级达人50元/条、5级达人60元/条、6级达人80元/条、7级达人120元/条。

此外,线下的排队现象也可能是假的。成都某传媒类大学学生小王已多次充当“排队人头”,他将此戏称为“一支穿云箭,千军万马来相见”。所谓“穿云箭”,指的是QQ“充场群”中的“发活儿消息”,即有专人发布时间、地点、人数、时薪等信息。

记者进入一个名为“兼职共享大平台”的QQ群,群主称记者可自行发帖招人排队,制造销售火爆的场景。雇一个

人一般3小时内100-150元。“现在是夏天,室外排队挺辛苦,你可以出价高一些。”群主说。

套路二:虚构荣誉,自抬身价。经记者求证,玛姿宝品牌所谓“3·15打假保真荣誉证书”“打假保真放心消费联盟单位”,来自一家名为“中国保护消费者基金会”的民间组织下属的“打假工作委员会”。该基金会副秘书长刘丰称,基金会并未授权玛姿宝品牌使用相关标志,且该标志仅代表商户向基金会缴纳了一定金额的质量纠纷赔付保证金,并不具有任何与产品质量相关的证明作用。

此外,针对该品牌自称商

业模式被“国家科技部、商务部与电子商务部”认证通过并颁发证书的说法,科技部与商务部都予以明确否认,并且国家部委序列中也并无电子商务部这一部门。

套路三:合成照片,虚假炫富。记者发现,大量标榜“迅速暴富”网文的主角,常常缺名少姓,无从查考。另外,“喜提车房”系列照片也大多是电脑合成的“赝品”。

记者在网上一发现,有商家专门从事替微商修改合成照片的生意。在一家月成交量过万的店铺,记者花50元轻松制得“喜提豪车”照片。此外,还有店家能制作效果逼真的转账记录。

假“网红”多为三无产品,相关网络监管应加大力度

多位专家表示,由于不是正规厂家生产,缺乏正规的生产流程和检验,不少“网红”产品质量堪忧。

北京营养师协会理事顾中一称:“消费者对那些吹嘘能健身治病的‘网红’绝不可轻信。”例如,“网红”产品“尚赫辟谷餐”鼓吹“清除宿便”“排毒”,其实,由于能量严重摄入不足,“辟谷”很可能导致肌肉分解、基础代谢下降,造成多器官损伤,甚至增加心脑血管疾病的风险。而声称“几丁质”为生命第六要素的

宣传,更是无稽之谈。

中国互联网协会秘书长、北京师范大学法学院副教授吴沈括认为,炮制“网红”产品的多种套路,已明显涉嫌严重违法广告法、反不正当竞争法、产品质量法、食品安全法等多项法律的相关规定,应引起市场监管部门的关注。同时,相关监管部门应加大对互联网平台的监管与追责。

腾讯微信平台相关负责人接受记者采访时表示,对微商的管理高度关注。日常管

理中,对用户举报较多、涉及销售假货、诈骗和商业侵权的个人微信号,均进行封号等处理。他们提醒广大用户,注意辨别朋友圈信息的真实性,保护自身权益不受侵害。

多位专家表示,除了加强立法规范、提升市场监管技术能力、加强处罚力度之外,消费者要保持对“网红”产品的理性态度,特别是对一些直接食用和接触身体的化妆品、服装等,要多方核实信息,避免遭受损失和伤害。 / 新华社

打造“网红”产品套路: 虚构荣誉、合成照片、网络刷“赞”、雇人排队

记者调查发现,事实上,一些所谓“网红”产品,是通过打擦边球的夸大宣传甚至弄虚作假打造的。

套路一:线上刷“赞”,线下雇人。曾专门做“网红”店推手生意的吴先生告诉记者,消费评价大都可以造假,而且

这个造假生意形成了相当规模。

据了解,到各电商平台刷消费体验评价的,分为“素人”和“达人”。前者人微言轻,只能“壮场子”,大概每人每条2-5元不等。后者的评价因“号召力大”,“一句顶一万句”,收