

央视“3·15”晚会曝光黑幕全记录！帮你避开这些陷阱

1 从垃圾里翻新的卫生巾、纸尿裤

按照行业规范,正规的一次性卫生用品厂家对生产线上淘汰的残次品、下脚料等生产垃圾,都要进行切碎处理,才能够流出企业。但山东济宁梁山县的“梁山希希纸制品有限公司”,却以260元到1400元一吨的价格,收购正规企业原本应该销毁的不合格产品,再挑出形状完整,且没有明显污渍和破损的“二等品”。这样在工业垃圾中挑选后翻新的卫生巾,竟然能在市场上倒卖到七八千元一吨!

在记者调查的过程中,有采购商前来采购好之、米菲、Babycare等品牌的婴儿纸尿裤,以及“二等品”的自由点品牌女性安睡裤。

此外,挑选“二等品”剩下的垃圾被打碎后,又被重新分离成为木浆等几种一次性卫生用品的原材料。由此,这些垃圾一部分作为“二等品”,被挑出来流入市场直接销售,剩下无法再挑选利用的部分,被投入机器,生产成回收料,再次流入一次性卫生用品的生产企业。



回应>>

济宁市委、市政府高度重视,立即成立由市场监管、卫生健康、公安等部门组成的联合调查组,第一时间赶赴现场,依法对涉事企业进行查封,控制了企业负责人。

4 一斤变三两的保水虾仁

你从电商平台买过虾仁吗?近期,“3·15”晚会记者接到群众举报,称有部分生产厂家在加工水产品时违规、超量添加保水剂。保水剂即食品水分保持剂,常用复合磷酸盐,能保持虾仁的水分,提升口感和延长保质期,业内称这样的方式为“保水”或“泡药”,但部分企业却用保水剂来“给虾增重”。

记者在走访中了解到,国家对冷冻水产品中磷酸盐的添加量有着极为严格的规定,但多家企业“会根据客户需求,定制不同规格的虾仁”。例如,一家企业的虾仁磷酸盐添加量达到千分之三十,浸泡时间长达十几个小时,保水率高达百分之二十,这会导致虾仁磷酸盐含量严重超标,企业负责人却对此并不在意。在另一家水产企业的生产现场,泡完药的虾仁被迅速送入冰冻环节,工人告诉记者,包冰是为了二次增重,“多少都能包,70%都能包,一斤解冻之后只有三两虾仁。”尽管虾仁加工时添加了保水剂磷酸盐,但成品外包装上并不作标注,成分表仅标明虾仁和和水。有工作人员表示,这样的保水虾仁,他们自己不吃。



回应>>

湛江市市场监管局迅速联合湛江市公安局组成工作专班,会同属地市场监管、公安部门,联合组织执法人员赶赴涉事企业开展检查。

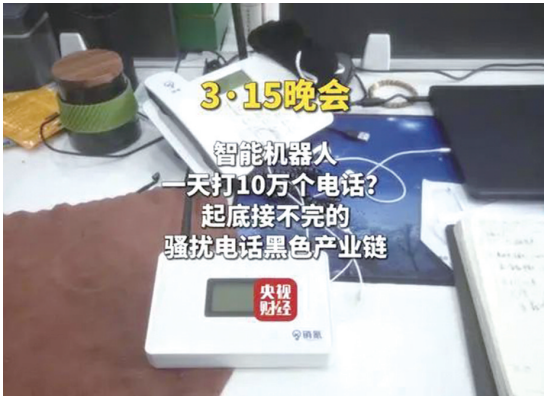
7 AI“骚扰电话”成行业主流

一年多来,互联网上出现了很多所谓“外呼”业务的广告。这些外呼公司的核心业务,就是帮助商家向手机用户拨打自己的营销电话,俗称“电销”。

“3·15”晚会记者调查发现,眼下,使用所谓人工智能机器人拨打营销电话已经成为行业主流。首先是机器人不知疲倦,可以日夜拨打营销电话;其二,智能机器人输出的声音由真人录音制作而成,让接听用户难辨真伪。

在一家名为智优擎的网络科技有限公司里,负责人田经理打开了一套给客户测试运行中的系统后台,一家口腔医院的智能机器人的话术呈现在电脑屏幕上,每句话都设有相应的触发关键词。一旦消费者说了相关的语句,智能机器人会转到对应的回复内容。这些从事外呼业务的公司,都是从虚拟运营商购买的“小号”。这些号码没有实体手机卡,也不需要实名认证。利用获客软件偷取消费者电话号码,虚拟运营商有大量的小号,再加上外呼智能机器人所谓的“加持”,市场上外呼公司的电话销售产业链条,就这样快速形成。

根据《中华人民共和国民法典》,无论是外呼智能机器人,还是真实的电话营销人员,不经消费者同意拨打这类营销电话,都属于违法行为。



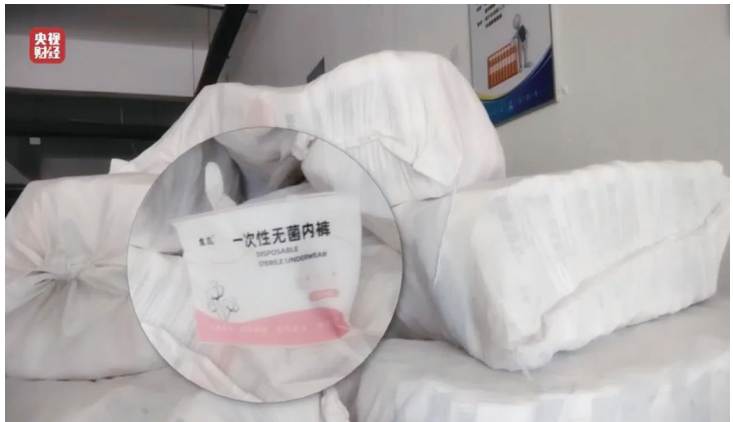
回应>>

工业和信息化部高度重视,连夜组织北京、上海、广东等地通信管理局对涉嫌违法违规主体进行调查处置,责令基础电信运营商立即关停涉事线路、对涉个人数据信息有关情况进行核查。

2 不卫生不杀菌的一次性内裤

“出差旅行新选择”“EO灭菌、不用洗直接穿”“抑菌率高达99%”……一次性内裤,真的方便卫生吗?“3·15”晚会记者在河南商丘了解到,当地有多家服饰加工企业生产的一次性内裤,并不卫生,根本就不会杀菌。

在生产车间,记者看到工人们都是在徒手制作一次性内裤,原材料也随意堆放,布料旁还堆着垃圾杂物,凌乱的编织袋里装满即将销往市场的一次性内裤。工人们还会用喷枪往内裤上喷一种特别的液体——“枪水”。工作人员介绍,这是一种强力速干去污剂,气味不好闻,也不能直接用手触摸。还有公司提供“代加工”服务,曾生产“初医生”一次性内衣、“贝姿妍”一次性内裤和“浪莎”一次性内裤,为了控制成本,部分产品不进行杀菌消毒。



回应>>

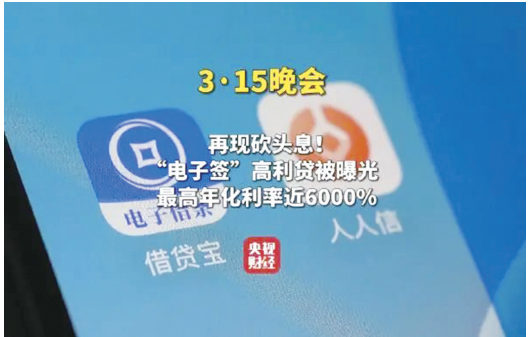
15日晚,商丘市市场监管、卫健等部门成立联合工作组,立即赶赴现场,对涉事企业进行查封,对所有成品、半成品及原材料等作现场封存,下一步将依法依规严肃查处。

5 “电子签”背后是网络高利贷

今年年初,洪先生和王女士急需资金周转,在网络上找到了愿意放款的人。洪先生在借贷宝平台、王女士在人人信平台,按照放款人要求,分别签署了具有法律效力的欠条和借条。洪先生称,自己向放款人借款5000元,实际只收到3500元转账,可平台欠条上的借款金额却登记为5000元,短短7天,就要额外还1500元利息,洪先生这才意识到,自己遭遇了赤裸裸的高利贷和“砍头息”!王女士在人人信平台借了30000元,到账14000元,扣除了16000元,说是利息。用电子签借钱,最终却借出了一个高利贷。

“3·15”晚会记者发现,在借贷宝平台签了正规的电子签协议,打了电子签的欠条,但实际交易的时候,真正的交易却不在平台上进行。多位在借贷宝、人人信这些电子签平台上签条借款的人告诉记者,即便遭遇了放款人的高利贷和暴力催收,由于不清楚其真实身份信息,根本没办法起诉。

人人信的一位产品经理告诉记者,目前他们平台上的放款方,很多都是通过做假账号来规避法律风险的,目的就是让受害人找不到起诉对象。人人信经理暗示记者,去世人的信息,也能用来做账号,“人脸识别是一种高科技技术,不需要人在,也不需要人活着,法院肯定带不走。”



回应>>

针对人人信(天津)科技有限公司等相关企业问题,天津市高度重视,立即成立由市场监管、公安等部门组成的联合调查组,连夜开展调查处置工作。四川锦江区财政局第一时间会同区市场监管局、区公安分局等部门组建工作组,赴借贷宝平台所在公司开展联合调查,已依法责成企业暂停平台运营。

8 “手机抽奖”的疯狂敛财套路

“3·15”晚会记者发现,在电子发票第三方服务平台“诺诺网”开发票,提交发票信息之后,页面会自动跳转至“大转盘”小游戏。点击抽奖,系统随即提示“抽中大奖”,奖品是“200元话费券”。然而记者购买后,并没有任何话费到账,也没有看到200元的话费券。客服表示:“优惠券一共有30张,充200元减10元的券10张,充100元减5元的券20张。”记者发现,需要充值4000元话费才能用完这些话费券,并且最快需要15个月。

经调查,该广告推广由兑捷网络科技有限公司负责。记者奔赴杭州,找到了兑捷科技的主要控股方——兑吧网络科技有限公司。负责人表示,这是他们公司目前获利最高的业务。“投100万元当天回150万元,这几个板块的业务客户,已经接近于疯狂。”话费券使用周期长,多数人领取一两个月后就遗忘。商家正是利用这种遗忘和疏忽,抓住海量“沉默用户”的空子,悄然敛财。

负责人表示,除了开发票,生活中还有很多扫码场景都能植入他们的广告,比如停车场扫码付费,“送你一个视频会员,你点击以后要付19.9元,次月还会扣19.9元,依然赚的是沉默用户的钱。”还有一种白酒推广业务,两箱原价63元/箱的白酒被宣称价值4700多元,最后以398元的价格卖给消费者。诺米网络科技有限公司负责人毫不避讳地承认,200元话费券、自动续费以及白酒推广,这类业务本质上就带着诱导属性,甚至还有欺诈嫌疑,“基本上一天的流水在20亿元左右。”“比方说,‘3·15’晚会一曝光,里面门门道道被人家剖析清楚了,那就不玩了,这个以后还咋跑呀?



回应>>

兑吧集团发布致歉声明称,第一时间启动内部应急响应机制,成立专项小组,配合政府执法部门开展核查处置工作。

3 啄木鸟维修连骗带蒙全是套路

啄木鸟家庭维修是目前国内最大的家电维修平台,公司宣称在国内300多个城市都有业务开展,在线接单维修师傅达10万名之多。“3·15”晚会记者在网络上查询发现,啄木鸟家庭维修平台在某投诉网站上的投诉量超过6000条。

为了解这家公司的内部情况,记者以应聘的方式进入啄木鸟公司。培训经理表示,上门维修人员最重要的任务,就是想尽办法在服务过程中提高收费。如果客户嫌贵,就可以表演一出“双簧戏”给顾客看。

两天的人职培训课程结束后,记者跟着公司安排的黄师傅去给一位客户更换洗衣机的电机。这一单,黄师傅收了客户659元维修费,成本只有购买塑料电机的91元。接下来的几天,记者几乎每次上门维修都能见识到“新套路”:一位客户水龙头没打开,导致洗衣机无法进水,师傅上门打开了洗衣机的水龙头,收费100多元;燃气灶没电,客户更换电池后没拿掉电池帽,师傅给客户更换成本20元左右的点火器,再将电池帽拿掉,收费250多元……

维修师傅告诉记者,公司要求维修人员在服务过程中尽可能提高收费,维修人员经常会因报价过低受到公司上级的批评。而由于维修平台掌握着客源渠道,占绝对的主导地位,没有平台,师傅们几乎无法直接接单。



回应>>

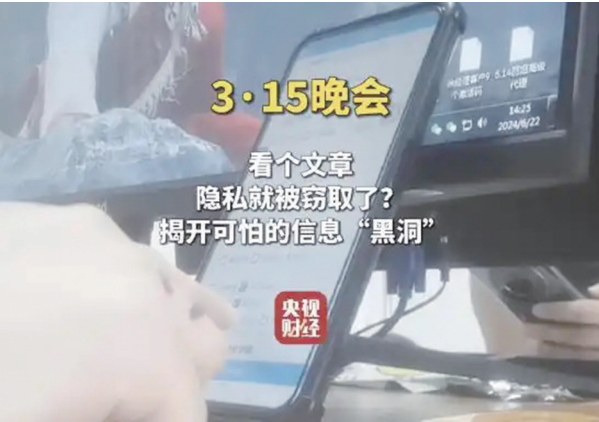
啄木鸟连续发布两次声明,向所有用户和大众表达最诚挚的歉意,将对报道情况进行彻查。承诺每天发布一条整改声明,每天公开一项整改进展,直到所有问题被彻底解决。

6 信息黑洞疯狂窃取个人隐私

近年来,互联网上出现了很多“精准获客”的广告,声称通过这种“大数据获客软件”,商家可以精准获取海量目标人群的消费习惯、手机号码等信息。

根据推销信息,记者找到了一些公司。在云企智能科技有限公司,工作人员说,他们的获客软件能够将商家想要的关键词设为标签,软件会自动在选择的短视频平台上扫描评论区,一旦发现与标签词相关的评论,就会强行抓取这个用户的电话、微信账号等信息。此外,这款获客软件,还能帮助商家监控和偷取自己同行的直播带货数据,去对方的直播间“截流和引流”。

在绿信科技有限公司,技术人员告诉记者,他们的这些软件都是用爬虫技术,偷取消费者个人信息的。在调查过程中,知情人还告诉记者,市场上现在最厉害的“获客”公司,不仅仅是在互联网上偷数据,还能使用手机的三网通信大数据进行获客。在一份宣传资料上记者看到,这家公司将个人用户分为9种类型,个人标签达到3800项,网站2亿多个,互联网品牌6万个,每日处理数据量达到了100亿条。



回应>>

相关监管部门已连夜对涉嫌违法违规主体进行调查处置。3月15日晚,上海市通信管理局向媒体回应,将会依职责,对相应公司采取针对性措施。

9 “非标电缆”厂家实现“造假一条龙”

按照举报人提供的线索,“3·15”晚会记者在2025年1月,来到南宁的科德国际五金市场,这里是华南地区规模较大的五金机电市场之一。记者在市场调查发现,这里一些商家销售的电线电缆产品报价明显偏低,说辞也基本一致,那就是他们售卖的是所谓的“非标线”。简单来说,所谓“非标线”,就是未达到国家检测标准的电线电缆。在这个市场里,销售“非标打折电线”并不是什么秘密。

贵阳的金石五金机电城,是华南地区规模较大的五金交易市场之一,然而,部分商家竟也在售卖同一规格、两种价格的线缆。这些暗地里流通在多个市场里的非标电线电缆,究竟又是谁生产的呢?记者按照销售商家提供的地址,来到了位于安顺市的金明阳电线电缆公司,这家公司对外宣称自己的年销售额过亿。负责公司销售的陈总告诉记者,他们企业能按照客户需求,生产不达标的电线。在多个商家提供的供货名单里,润雄电缆集团有限公司也多次被商家们提及,主管销售的负责人范经理介绍,他们厂生产的“非标线”,不仅外观和国标线一样,还能提供齐全的资质报告,可以实现“造假一条龙”。

据应急管理部统计,在国内重大火灾的案例中,因线缆引发的火灾占50%以上,居各类火灾之首,全国近十年来发生因电缆着火蔓延成灾的重大事故逾百起。



回应>>

广西壮族自治区、崇左市、扶绥县市场监督管理部门成立联合工作组,立即赶往现场,对涉事企业进行调查,对涉事产品及原材料进行现场封存。

据央视

诚信护航
品质保障

315
消费者权益日
CONSUMER RIGHTS DAY

中央广播电视总台第35届“3·15”晚会
聚焦“共铸诚信、提振消费”主题,关注食品安全、公共安全、金融安全、数字经济等领域侵害消费者权益的违法行为。