

疫情防控已至关键阶段,“宅抗疫”“云生活”成为大多数普通人的重要日常。新华社记者调查发现,有一些不法分子炮制多类消费陷阱,借“疫”谋财,严重侵害消费者合法权益。

防疫用品“坑”多多

——“跨界”。日前,北京公安和市场监管部门在一黑窝点内现场查获囤积待售的一次性“三无”口罩9900余只、防护服9400余套、防护镜2900余副,让人意外的是,同时还查获假冒爱马仕、宝格丽、迪奥等名牌化妆品9000余件(套)。记者从执法部门了解到,原来是一个制售假名牌团伙在疫情发生后发现倒卖紧缺防疫物资获利更多,于是转而囤积假防疫用品出售牟利。

——“流窜”。电商平台上存在不法商家企图以频繁“换马甲”方式逃避销售问题口罩的法律责任。日前,阿里巴巴方面告诉记者,通过智能监管机制发现淘宝平台上存在店铺违规上架发布口罩商品,在被风险控制系统拦截后用更换店铺“马甲”的方式逃避监管,继而以个人卖家身份在闲鱼平台违规售卖口罩商品。

此类“陷阱”还可能威胁一线战“疫”人员的安全。记者从北京警方了解到,有人通过微信平台购买2300余套防护服准备捐赠给湖北武汉环境监测机构,经检验这批物资均为“三无”产品。

——“任性”。还有一些商家利欲熏心,对一些商品任性涨价、捏造功能。在北京西城区,有商家两天内9次提高口罩单价,将成本60-80元、原价90元的口罩最终以599元出售。还有药店捏造“官方发布,新型冠状病毒防治方案,中成药推荐使用某胶囊,唯一说明书中表明可抑制冠状病毒SARS药物,药师建议常备2盒”广告,将该药品价格提高七成出售。

“云生活”也需警惕

“云学习”平台上诱导贷款、退费困难等投诉明显增加。记者了解到,有消费者在“学霸君”平台办理在线课程时,该平台员工以“方便中途退款,不办没法上课”为由要求其提供身份证和银行卡照片。后在未告知的情况下擅自给用户办理了银行分期贷款,每月要支付1800多元。

疫情期间,大众上网娱乐需求激增、时间延长。记者发现涉及网游、直播类产品违规诱导消费的投诉也大量增加。一些消费者投诉称有号称“不用充值、送VIP、装备回收”的知名网络游戏其实不持续充值游戏根本无法继续。还有消费者反映,疫情期间,家中低龄未成年人被直播平台“网红”以“打赏后能得到现金红包和手机”忽悠,白白打赏出不少钱,家长们则苦于与平台客服沟通无果。

一些不法分子抓住疫情期间公众经济需求旺盛的心理特点,操弄概念坑害投资者。记者发现,有不法分子宣称所谓冠状病毒加密货币“Coronaviruscoin”等虚拟货币是用于在境外建造口罩、防护服工厂,或用于研究生产冠状病毒疫苗,购买可获得高额回报。已有部分投资者被坑。

甚至还有人瞄上了鉴别力较差的中小學生。记者从警方了解到,多地中小學生在上网时遭遇“某网红生日福利群”为名的“刷单返利”骗局,被教唆用父母手机“刷单返利”赚零花钱,有人损失19万元。

专家:应加强政企联防联控机制

记者注意到,针对疫情防控期间各类消费陷阱,相关政府部门和平台企业共同探索的协同多元共治模式在信息共享、“黑名单”制度建设、打击查处、智能反诈等方面发挥了作用。

目前,北京市市场监督管理局联合多家全国知名电商平台企业,共同发起建立涉疫跨平台联防联控工作机制,共享、共用疫情期间因哄抬价格、虚假宣传、销售假冒伪劣防疫用品等严重违法行为被平台清退的商户信息,联合防范不法商户跨平台从事违法经营活动,做到“一处清退、处处关店”。

腾讯等企业通过反欺诈智能算法受理网民举报。腾讯110平台负责人袁成艳介绍,疫情期间,平台共收到“哄抬物价”举报117744个,打击违规账号37347个;收到“劣质产品”举报776起,打击量50起;阿里则通过随时将平台技术识别出的、消费者举报的相关线索主动推送给执法机关,并积极配合执法部门“围剿”线下假货生产流通源头。

受访专家认为,针对当前侵权假冒行为“线上线下”一体、身份更加隐蔽、手法不断翻新等新特点,应不断提高市场监管和预警防范能力,加强部门间执法协作,健全行政执法与刑事司法衔接机制,堵塞监管漏洞。

有关部门同时提示广大群众,在购买相关防护用品时,应通过正规渠道购买,避免上当受骗;参与投资理财时应牢记“高收益意味着高风险”,拒绝轻信高息诱惑,加强个人信息保护,拒绝泄露个人敏感信息等。

文章来源:正义网