

# “提现”弹窗暗藏玄机： 盲盒“薅羊毛”，抛出一分钱抽奖诱惑

“老人看到一个App弹窗广告，以为输入手机号就可以‘提取现金’，结果支付宝连续支付了两笔扣款，显示购买了‘宏光数码魔盒’商品”。黄先生告诉记者，在既没有下载相关App，也没有收到任何魔盒相关商品的情况下，钱却被套路没了。

随着移动互联网发展，越来越多老年人开始习惯使用智能手机消遣，而各类打着“点击送钱”“点击送手机”等幌子的广告，往往将这一人群推入精心设计的陷阱。

记者梳理近百起投诉案例发现，弹窗广告防不胜防，不少消费者稀里糊涂“中招”，老人完全不记得点了什么，甚至没输密码就被强行扣款。

值得一提的是，不少盲盒App正通过短视频平台引流，并以平台弹窗广告的方式利用老年人理解能力差诱导消费。“0.01元抽奖必中99—34969元”的宣传噱头背后暗藏玄机。



“快乐星球”中“现价0.01元”的盲盒弹窗广告。  
手机截图

## 弹窗引路，一分钱可“盲盒抽奖”

黄先生告诉记者，家中老人“中招”，只因刷手机时点了跳出来的“提取现金”弹窗，便被“宏光数码魔盒”扣钱。

记者搜索黑猫投诉发现，“宏光数码魔盒”指向一个名为“月光魔盒”的App。一年多时间，“月光魔盒”App已屡遭消费者诟病。

目前，黑猫投诉存在2732条关于“月光魔盒”的消费者投诉信息，被吐槽的套路主要是通过刷到广告暗示“送钱”“送手机”“送高价奖品”等。根据描述，一些消费者点击广告下载App后遭受钱财损失，另一些则是在输入手机号后便被直接扣费。

记者随机选取10个投诉案例发现，手机弹出的“红包”成了圈套，7个案例中老人“以为可以领红包赚钱”而点击弹窗。而大多数投诉案例中，消费者被扣费金额在58元至68元间，这一金额也在不少支付系统的“小额免密支付”区间内。

弹窗广告引路，此类App还有着简单却充满诱惑的玩法。记者此前下载“月光魔盒”发现，该App实际上采用“盲盒抽奖”方式运作，即用户可以花钱购买盲盒，而具体会中何种奖品则是随机决定。其首页张贴了一张“首抽0.01元”图片，并配以外星人电脑和LV单肩包等贵重奖品。不过，该图片上以较小字体标注“三抽起

购”。

3月12日，记者尝试联系了投诉量较多的“月光魔盒”，客服电话自动显示为“山东连德实业有限公司”，电话接通后没有任何声音，此后直接发出机器人声音：“请您对我们的服务作出评价”。

企查查显示，该企业处于经营异常状态，且因未履行法定义务已被列为失信被执行人。当天，记者重新下载了“月光魔盒”App，发现其内容已经被清空。

以盲盒形式诱导消费者，并非“月光魔盒”一家。记者以“盲盒”为关键词在黑猫投诉平台上搜索看到，投诉高达38135条，“潮货盲盒”“快乐星球”“叮当魔盒”等均在列。记者体验这三个盲盒抽奖App发现，其玩法虽然各异，但最终都会引导用户点击并跳转至付款选项。

3月11日，记者在“快乐星球”App看到0.01元抽奖弹窗，点击后便跳转到支付198.01元“三连抽”付款页面。此后，无论点击界面关闭还是返回键，这一页面仍会反复弹出。

退出付款页面不易，同样出现在“叮当魔盒”。该App主界面设置了醒目的“立即开箱”选项，用户只要点击就会立即跳出付款界面。记者反复打开退出这一App，在不点击开箱的情况下，仍有一定概率弹出“付款”页面。

## 短视频诱惑老年人， “送手机”只是画饼？

“在家抽盲盒，意外抽中一部手机！”“这款盲盒爆率也太高了吧，超划算，手慢无！”……记者注意到，如今，盲盒广告通过短视频平台“轰炸”消费者。

记者梳理近百起投诉案例发现，不少盲盒App通过短视频平台投送广告引流，而一些用词容易让分辨能力较弱的老人或儿童下载App。记者搜索看到，“叮当魔盒”“惊喜盲盒”的短视频广告中，标榜“随手试试开到全新未拆封苹果手机”“薅羊毛100%必中价值99—34969元”等。

记者注意到，这些广告仅在不起眼的地方以小字或者和背景近似颜色的字体，提示“盲盒具有随机性”。

盲盒中奖率低或者奖品不值钱也是此类消费的一大槽点。记者下载“叮当魔盒”多次翻阅看到，198.01元“三抽起购”“必中无空包”的盲盒说明中表示，盲盒中共有46款商品，其中外星人电脑、苹果手机、华为手机等属于“传说”商品，中奖率为0.012%，而“稀有”和“高级”商品的中奖率则高达44.43%和39.5%，这些商品包括鼠标、水杯、耳机等。

不过，有消费者投诉称，“充值9000元，大额盲盒，大额骗钱”。

3月14日，记者以消费者身份咨询“叮当魔盒”客服人员，对方表示，盲盒页面中有对抽取奖品爆率的说明，如果老人误触了盲盒支付，则需要提供截图给对应客服处理。对于记者反映App中弹窗过多极易误触时，对方表示会将该项意见向“相关专员”反馈。

当天，“快乐星球”App客服人员表示，所有盲盒里商品以及中奖概率都已公布，至于误触问题，平台在用户提交支付订单界面内有提醒：“盲盒一经开启不可退款”。而买家须知中已写明“可以先在平台上查看公示的保底商品和开盲盒规则，再决定是否需要开启盲盒。”

对于记者在调查中遇到“付款页面无法返回问题”，客服表示，经其测试并不会出现这一问题，后续将向技术部升级并争取尽快改进。

今年春节，成都市市场监管局发布春节消费投诉举报情况，网上抽奖、网络销售盲盒消费投诉成为了新热点。而早在2022年8月，四川省保护消费者权益委员会联合重庆市消费者权益保护委员会发布的《盲盒App消费调查报告》称，元气魔盒获得最高奖项的概率仅为0.0007%，也就是说如果要抽中价值5999—18921元的商品，平均要抽15万次，花费1185万元，中奖概率甚至低于彩票。而实际平台在设置概率时是否会根据高价格的商品设定更低的概率，是否会及时补充被抽走的商品，不得而知。

北京市中闻律师事务所合伙人赵虎表示，为盲盒App引流的广告可能涉及虚假广告，或者引人误解的虚假宣传。而该问题在我国《消费者权益保护法》《反不正当竞争法》《广告法》中均有相关规定。“引人误解的虚假宣传至少分两种情况，一种是本身就是假的，另一种是引人误解的宣传，要是解释起来未必完全是假的，但是会引起消费者的误解，无论是本就虚假还是引人误解，都属于虚假宣传，都是我国法律明文规定禁止的。”  
(据《新京报》)