宁波日报 NINGBO DAILY



AI制图：洪朕禹

涉老电诈转向线上 直播间里暗藏钓饵

守护养老钱更需“源头设防”

社会老龄化程度加深，涉老诈骗呈多发态势，各方关注度上升。

前不久，在中国老龄科学研究中心指导下的《银发群体反诈分析报告》发布，显示银发群体正加速融入网络，但他们的养老钱也被不法分子盯上了。

央视《焦点访谈》近日曝光的直播诈骗链，就是一个最新例证——以“免费鉴宝、高价回收”为饵，把老人引入私域直播间行骗。宁波警方也碰到过类似案件：不仅骗走老人养老钱，还诱导老人充当电诈“帮凶”。

国务院办公厅在《关于发展银发经济增进老年人福祉的意见》中提出，要开展老年人识骗防骗宣传教育活动，依法严厉打击各类诈骗犯罪。

近年来，我市始终把涉老诈骗作为治理重点，还从源头发起反诈“群防群治”探索——公安、金融、通信、社区、志愿者等多方联动，把防线往基层末梢推。但要把这张网织密，显然还需要更多社会力量的加入。

记 者 **王晓峰**
通讯员 **鄞公宣 镇公宣 胡颖哲**



公安“手机体检”很受群众欢迎。（王晓峰 摄）

骗完养老钱，还诱老人当“帮凶”

前不久，宁波一名老人被民警找上门。此时他还一脸茫然：“我就是做任务，上面拨下来的慈善款，我取出来，再按‘主任’指示存到指定账户，转给需要救助的人。”

他不知道的是，自己取出的2万元，是外省一起案件里的涉诈资金。他更不知道，自己已经从受害者，变成了电诈取现“车手”。

这是鄞州公安近日披露的一起案件。该名老人下载了一款涉诈投资App，被自称“国家扶贫负责人”的人不断怂恿投资，声称只要投入一定金额、完成指定任务，即可获得上百万元扶贫款。此后，骗子利用App内任务体系，将老人一步步拉入电诈链条。

办案民警披露，此类案件表现出“接力收割”的新特征：第一拨骗子以投资理财名义榨干老人积蓄后，将老人信息转卖给取现团伙；第二拨骗子接力哄骗老人取现、转存并充当电诈“帮凶”，中招者多为60岁至70岁老年人。

《银发群体反诈分析报告》显示，银发群体遭遇的诈骗类型中，中奖与刷单返利类、投资理财类、保健品销售类位居前三，占比分别为37.8%、36.6%、27.6%。上述案件就是典型的投资理财类。值得警惕的是，该案件不仅骗光了老人的钱，还让老人成为电诈链条上的“一环”。

另两类高发骗局，同样在宁波有案例。

保健品销售类，镇海公安曾破获这样一起案件：77岁的刘老太爱看养生直播，被“国医大师”电话问诊，先付1000元“诊金”，再付7.1万元尾款，随后对方失联。所谓“神药”每盒成本不足28元，该案件中宁波有受害者16名，全国涉及上千人。

中奖与刷单返利类，位居银发诈骗类型之首。在涉老领域，这套“花小钱搏大回报”的逻辑，常常披着“古董捡漏”的外衣。镇海60多岁的王先生常看古董拍卖直播，想把手里的藏品卖个好价钱，便留下联系方式。很快有人联系他，对方仅凭照片便声称王先生的藏品估价上百万元，并可帮他拍卖。王先生大喜，欣然付了“送拍费”，最终钱打了水漂。镇海警方成立专案组，于8月10日在外省抓获嫌疑人60名，涉案受害人800余名，涉案资金1500余万元。

三类高发骗局，对应的是老人的养老焦虑、健康焦虑和贪利心理。《银发群体反诈分析报告》显示，63.2%的受骗者感到“后悔、自责”，30.8%“未采取任何措施”，25.4%“不敢告诉家里人”。

直播间引流，算法把老人送进骗局

涉老电诈为什么越来越多？答案藏在一个变化里：骗局的入口，从线下搬到了线上，筛选方式也从“碰运气”变成了“精准投喂”。

过去，电诈的核心难题是筛选——谁有钱、谁好骗、谁容易上钩。在电话和短信时代，这种筛选效率极低，骗子只能碰运气。所以，针对老年人的诈骗更多集中在线下。

现在，上网的老年人越来越多。《银发群体反诈分析报告》显示，经常观看直播的老年人比例接近65%，超75%的老年人有过短视频创作经历。

此时，骗子已不需要再把老年人“拉上线”，而是开始精准打击。因为直播间改变的，是筛选的效率。真人主播实时互动、制造抢购氛围，让“正在发生的事”显得更可信。当主播反复喊“家人们”“限时福利”，从众效应不知不觉就消解了观看者的戒备。

更具迷惑性的是那些连货都不卖的直播间——打“情感咨询”“投资交流”“健康科普”等擦边球，内容挑不出毛病，主播却紧盯评论区。谁在问“怎么加入”、谁在抱怨“身体不好”、谁在倾诉“一个人很孤独”，一目了然。这种“什么都不卖”的直播间，恰恰完成了最精准的用户分拣。

而算法，让这套分拣从“人工盯”升级为“系统推”。老年人对什么感兴趣，平台比谁都清楚：多看几条养生视频，就源源不断推送“国医大师”；多看几条古玩内容，就推“免费鉴宝”；多看几条情感内容，就推深夜聊天直播间。不同兴趣的老年人，被不同的“饵料”引向不同的骗局。

那为什么偏偏是老年人，更容易在这些“饵料”面前停下脚步？《银发群体反诈分析报告》将银发群体被骗的心理机制拆解为四类：健康焦虑、亲情牵挂、信任权威、孤独与情感渴求。这四类软肋，在现实中对应着三种典型的心理入口。

“捡漏”心理背后，是“信任权威”。一条“免费鉴定旧钱币”短视频、一则“古董免费送拍”广告，就能让老人自己走进去。一旦认定自己在“捡漏”，鉴定费就成了“投资成本”，服务费就成了“必要开支”。在“捡漏”的逻辑里，劝阻的人反而成了“不懂行”的人。

“健康焦虑”和“孤独与情感渴求”，对应着养生直播和情感直播。养生直播、免费问诊，精准击中老人对身体衰退的恐惧；深夜情感直播、嘘寒问暖，则填补了他们空巢生活里最缺的那一块：陪伴。

而“接力收割”骗局利用的善良，对应的是“亲情牵挂”。骗子打着“国家扶贫”“慈善任务”的旗号，让老人坚信自己在“做善事”。一个自称“国家扶贫负责人”的人，一套“完成任务就能领百万扶贫款”的说辞，既许诺了养老的经济安全，又借用了老人最难怀疑的身份——自己不是在贪小便宜，而是在为家庭、为国家做一件“稳妥”的好事。

取证难打击难，一起设防很关键

宁波公安对涉老诈骗的打击从未停歇。但骗局的不断升级，让有效打击愈发困难。

跨平台、跨地域打击是当前急需补上的短板。在今年宁波市两会上，有人大代表提交建议，指出不法分子通过私域直播、免费礼品、情感绑架等手段精准围猎老年群体，诈骗活动多在微信群、私域直播间开展，相关记录随时可以被删除，证据极易被销毁。加上这类骗局从接触到发现被骗往往横跨数月，受害人起疑时，诈骗方早已失联。

更棘手的是，不少老人被骗后选择沉默——有人怕麻烦，有人觉得丢人，有人根本不知道找谁。沉默不仅延误止损，也让案件更难被发现、更难追诉。有反诈民警坦言：“这是一场‘打地鼠’式的持久战。”

既然事后打击难度大，不如将防线前移、从源头防范，这也不失为一种破题思路。当然，防线需要个人、平台、社会各司其职、共同前移。

对个人和家庭来说，最简单有效的防护就是：任何要求离开平台、添加个人联系方式交易或领奖的直播，都应视为高风险信号；养成在平台内闭环完成交易的习惯，别在评论区、社交平台暴露手机号、住址、照片、定位。你“晒”得越多，骗子对你的了解就越完整。

针对涉老电诈的共同特征，公安部给出的三条防骗准则值得每个老人记住：不轻信——对自称公检法、社保、客服等人员提出的“转账验资”“关闭扣费”“主动退费”等要求，一律拒绝；不贪利——对“高息零风险理财”“高价保健品、收藏品”“免费义诊”等，一律不碰；不转账——凡要求转账、汇款，或提供银行卡密码、验证码的，一律拒绝。被骗后越快报警越好，保存聊天记录、转账凭证、合同协议。

对平台和监管机构来说，防线也要往前推。平台应建立“跳转私域”的风险预警机制，当一个直播间出现引流率畸高、用户投诉集中等异常特征时，即便内容尚未触碰敏感词红线，也应触发行为层面的风控干预。

平台和监管机构也有顾及不到的时候，这时候就需要社会力量再补上一层。家人多问一句、邻居多看一眼、社区多提醒一次，这些“小事”，往往就能拦住一笔正在转出的养老钱。

但是，仅靠零散的提醒还不够，更需要有组织的反诈力量下沉到基层。

在宁波，今年年初成立的宁波反诈联盟，整合社会各方资源，把反诈触角伸向基层末梢：已常态化开展“浙里反诈·新征程”主题宣讲117场，发放宣传资料50万份；聚焦“一老一小”、企业财务、外来务工人员、留学生等易受骗群体，分类实施精准宣传防范，打造甬城特色反诈品牌……

海曙月湖派出所与宁波老年大学共建的“银枫正红”反诈工作室便是其中一个样本：台上演员平均年龄65岁，用宁波方言编排反诈甬剧小品，把保健品诈骗、投资理财诈骗演给同龄人看。这些从“被宣传对象”转变为“反诈先锋”的老人，正成为社区里最接地气的防骗力量。

骗局在升级，防线也得升级。这场“数字围猎”里，如果我们不团结起来，下一个被盯上的，可能就是我们的父母。



鄞州民辅警在开展反诈宣教活动。（鄞州公安提供）



海曙民辅警在开展反诈宣教活动。（余斌 摄）



镇海民辅警宣传反诈知识。（冯基炜 摄）

新闻多一点

“银发”群体受电诈侵害风险增大

据《银发群体反诈分析报告》，我国50岁至59岁网民群体占比19%，60岁及以上网民群体占比15.4%，两者合计约占总数的三分之一，银发网民规模持续扩大，并加速渗透至社交、购物、视频、支付、娱乐等高频网络场景。

同时，用网时长呈上升态势。据统计，我国网民使用手机上网比例达99.6%，人均每周上网时长为32.5个小时，较2024年12月提升3.8个小时。对银发群体而言，用手机上网是连接外界的桥梁，但同时意味着，潜在的诈骗风险也在向移动端集中。

另外，31.6%的受访者曾“看推荐小视频赚积分或换礼品”，17.0%曾“买过网上推荐的保健品或理财”，12.9%曾“加不认识的人为好友”，8.8%曾“点开陌生人发的链接”，3.5%曾“让别人代操作付款码或验证码”。这些行为在银发群体高频支付、购物的背景下，放大了接触诈骗信息的风险。