

扫快递包裹二维码领百元红包?

——谨防快递包裹成为二维码广告牟利工具

春节临近,网购的年货纷至沓来,然而今年很多消费者在收取快递时发现,包裹上总是贴着印有“扫码领100元现金红包”“随机奖励2箱牛奶”“扫码抽:1个保温杯”等内容的二维码,看上去颇为诱人,这究竟是春节福利还是营销噱头?记者带你揭开背后的秘密。

明着抽红包 背后“套”腰包

距离春节还有不足两周,家住山西省太原市的王女士来到小区内的菜鸟驿站领取快递。与之前不同的是,她注意到自己的快递外包装上总是贴着印有“5.67元红包扫码抽取”“随机奖励2瓶白酒”“扫码抽取3瓶洗衣液”等内容的二维码。

这难道是春节福利?王女士怀着试一试的心态扫开了这些二维码,进去后发现大多是“幸运转盘”“砸金蛋”“刮刮奖”等抽奖环节,而无论自己尝试多少次,从来没有抽中二维码上承诺的奖品,抽到的不是电话卡就是一些来路不明的低价商品。

“信任快递公司才扫码,没想到这不就是‘挂羊头卖狗肉’的套路嘛!”王女士向记者吐槽道。

记者随后扫了快递包裹上一个印有“随机奖励2箱牛奶”的二维码,微信页面同样跳转至“幸运转盘”的抽奖环节,页面正上方醒目处写着“贴冬膘 送大米”,并备注“每日限量2000袋”。而经过记者的多次尝试,抽中的“奖品”均是联通大王卡,且需要填写姓名、联系方式、身份证号等信息才能领取,并在下滑页面的底部才看到月费29元,与在其他渠道办理大王卡价格相同。

春节为啥公历日期总是不一样

1月20日,迎来“大寒”节气,而2月1日,将迎来2022年春节,恰在“大寒”节气内。小寒大寒又一年。“感觉自己还什么都没干,怎么就过年了呢!”翻看日历牌,很多人发出这样的感慨。

2020年的春节是1月25日,2021年的春节是2月12日,2022年的春节是2月1日,春节的公历日期为啥总不一样?天津市天文学会理事、天文学专家修立鹏解释,春节是农历的节日。中国几千年所采取的传统农历实际上为阴阳合历,以一个完整的月相周期定月,以地球绕太阳公转的时间定年。太阳和月亮几乎同时升起的时间为每月的开始,每月的长短根据月相不同,可能为29天或30天,12个月为一年;将太阳年划分为24个节气,第1、3……23等奇数为“节”或“节气”,第2、4……24等偶数为“气”或“中气”。

由于太阳年周期和以月相为周期的12个月天数不一致,所以古人采用设置“闰月”的方法来解决。现行农历置闰的方法大约会在19个农历年中加上7个“闰月”,假使两个农历十一月(冬月)之间间隔11个月,则不置闰;间隔12个月,则将前一个十一月之后第一个没有中气的月份定为上一个月的“闰月”,之后的月份不再置闰。“闰月”所在的年份称为闰年,每个闰年的“闰月”位置都不太一致,比如2014年是闰九月,2017年是闰六月,2020年是闰四月。而这种置闰方法也导致春节来得有时早有时晚。

通常,离“立春”最近的那个朔日(春节)所在的月,为正月。就目前来看,春节在公历1月21日至2月20日之间摇摆,因此,2022年春节只能说是来得比较早。记者翻阅天文年鉴发现,最近这20年的春节里,最早的是2012年,落在公历的1月23日,只比最早春节的公历日期晚了2天。

记者点开该抽奖页面角落处的“规则”看到,这种“幸运转盘”奖品设置有“2袋大米”“1箱牛奶”“5元红包”“随机红包”“幸运福袋”5项。只有在更为隐蔽的下拉式菜单“更多概率说明”中才能看到,牛奶只有1箱,中奖概率为0.001%,2袋大米也只有2份,中奖概率0.002%。

在连续扫了几个不同快递公司包裹上的二维码后记者发现,虽然每次弹出的界面各不相同,但都是打着“抽奖”的名义,诱导消费者办理电话卡、购买商品。

名为抽奖,实为广告营销,“套路”消费者腰包,并有套取个人信息之嫌。有的甚至直接在二维码上标着“扫码领100元现金红包”,打开后则跳转至某App下载。

有人贴码无人认 谁盯上了快递包裹?

究竟是谁在快递包裹上张贴“小广告”?记者走访太原市的几家菜鸟驿站,对方均表示二维码来自打印机系统自带的模板,网点控制不了。一些工作人员还告诉记者不必理睬此类福利,“没听说有人扫出礼品”。记者随后致电几家快递公司的地方分公司客服,对方表示地方公司对此并不知情,需向总部有关部门核实后回复。记者在发稿前仍未收到相关回应。

记者又咨询了多家京东、淘宝店铺客服,同样得到“面单在打印之初便贴上了广告二维码”的回答。当记者带着以上问题联系到一家快递公司的总部时,对方否认是自己所为,并表示此类二维码是电商平台发货打印系统中自带的。而当记者以寻求广告合作的名义致电菜鸟合作

伙伴服务热线时,对方则明确表示公司没有投放广告相关业务。

采访中一位从业人员告诉记者,此类广告投放一般由快递公司或菜鸟驿站和广告公司合作完成,这类广告公司在网上比比皆是。记者于是以“快递广告”为关键字进行搜索,果然发现几家排在前列的广告公司均明确标明“快递单打印面单广告”。

一家位于杭州的广告公司表示,在快递面单上贴二维码广告确实属于自身业务范围,并透露与菜鸟总部每天有七八千万单的合作量,“但一般不与单个小区或片区合作,主要是量级太小,产生投诉后也不好处理”。

记者又致电一家位于深圳的广告公司,对方表示可以向所有快递公司的源头大仓投放广告,也可以向指定区域定点投放,但需要先充值1万元。

对于消费者广为吐槽的抽奖形式,该公司工作人员表示“扫码领红包给几毛钱就可以,主要是提高关注度”,也不会审核具体奖品内容;当记者提出是否能够以针对性投放广告为目的收集用户个人信息,对方表示没有问题,并可以帮忙创建公众号以实现引流,以便日后逐一添加广告受众。

专家:亟待完善立法 加强监督管理

对于未经消费者同意强制在包裹上张贴二维码广告的行为,不少人认为自身权益受到侵犯。“快递是我的私人物品,怎么可以在上面随意张贴广告?”王女士说。

太原理工大学法学系主任张振宇表示,如

果购物成功,快递及其包裹的所有权归消费者,快递公司并不具备所有权,未经授权而乱贴广告的行为侵犯了该包裹所有人对包裹外包装的收益权。但他也解释道,对于快递公司等是否能够在包裹上贴广告,我国尚未出台具体法律法规明确规定,目前只有在快递封装用品的国家标准中可以查到“包装袋任何部位不得印有经营性质的广告”。

一些受访法律人士还认为,此类二维码广告涉嫌随意收集个人信息,若将所获信息不分类型、不加区分地用于互联网商业行为,可能会造成个人信息泄露,甚至会导致电信诈骗等案件。

尽管一些业内人士透露目前此类二维码广告的扫码率仅约0.3%,但全国邮政管理工作会议日前发布数据显示,2021年我国快递业务量达1085亿件。在如此巨大的基数下,点击此类广告的总人数依然不可忽视。

中国人民大学法学院教授刘俊海表示,在尚无有关部门注意到此类现象的情况下,可能会滋生一些不法分子窃取个人信息的行为,造成居民信息泄露。因此相关部门应尽快出台有关法律,明确快递外包装是否可以张贴广告以及其他具体要求,并及时补齐监管漏洞。

此外,张振宇还表示,通过诱导的方式吸引消费者扫码抽奖,并把极低的中奖率隐藏在大众很少打开的下拉式菜单中,导致几乎无法抽中包装上承诺的奖品,这已经涉嫌发布虚假广告,侵犯了消费者的合法权益。

张振宇补充道,为有效遏制这种现象,市场监督管理部门应进一步发挥作用,全面、及时、长期地执行监督管理职责,规范快递市场,切实解决“二维码广告虚假抽奖”问题,保护消费者正当权益。

开年LPR再次下调 释放哪些信号?

继上月下调5个基点后,20日出炉的1年期贷款市场报价利率(LPR)再次下调。同时,5年期以上LPR也在经历20期“按兵不动”后有所下调。这释放出哪些信号?

当日,中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布,1年期LPR为3.7%,5年期以上LPR为4.6%,分别较上一期下调10个和5个基点。

自2020年4月20日创下改革以来单月最大降幅后,LPR一直“按兵不动”,近期却连续两个月进行调整。1年期LPR降幅更是从上一期5个基点的“最小步长”,扩大到此次10个基点。这背后是何原因?

中央经济工作会议要求,2022年经济工作要稳字当头、稳中求进,各地区各部门要担负起稳定宏观经济的责任,各方面要积极推出有利于经济稳定的政策,政策发力适当靠前。

人民银行副行长刘国强在日前国新办举行的发布会上表示,在经济下行压力根本缓解之前,有利于“稳”的政策要多出台,做到“以进促稳”。政策要充分发力,把货币政策工具箱开得再大一些。

“年初下调政策利率,引导LPR报价下降,正是货币政策主动作为、靠前发力的体现。”中国民生银行首席研究员温彬表示,作为LPR报价的基础,1月17日中期借贷便利(MLF)的操作利率较前次下降10个基点至2.85%,带动本月LPR两个品种报价下调。LPR下降会传导至企业的贷款利率,降低信贷融资成本,这传递出人民银行加强预期管理、呵护市场信心的信号。

人民银行货币政策司司长孙国峰表示,通过LPR传导降低企业贷款利率,推动企业综合融资成本稳中有降,有助于激发市场主体融资需求,稳定经济大盘。

值得注意的是,此次LPR再次出现非对称下降,与1年期降幅不同,与个人住房贷款利率挂钩的5年期以上LPR下调了5个基点。

“5年期以上LPR是中长期贷款的定价参考,涉及面相对广泛,调整需要更加审慎。”招联

金融首席研究员董希淼表示,一方面,5年期以上LPR下降或引导制造业、按揭贷款等中长期信贷成本下行;另一方面,下调5个基点也充分考虑了促进房地产业良性循环和健康发展的要求。

“我的贷款重新定价日在2月中旬,说不定能赶上这波利率下调。不过,此次下调对我的月供影响并不大。”上海市民于小姐去年2月贷款购置了一套住房,贷款300多万元、期限30年。5年期以上LPR下调后,她连忙算了一下,月供可以少还近100元。

据易居研究院智库中心研究总监严跃进测算,以100万元贷款金额、30年期等额本息还款的按揭贷款为例,此次利率调整后,月供约能减少30元。“对于购房者来说,5个基点的降幅对月供影响有限,但信号作用更大,有助于房地产市场预期稳步改善。”

“LPR是一个宏观变量,其变动不针对具体行业,也就是说对所有行业都有影响。”刘国强表示,通过发挥贷款市场报价利率改革效能,可推动企业综合融资成本稳中有降。2021年全年我国企业贷款利率为4.61%,是改革开放40多年来最低水平。

专家表示,在需求收缩、供给冲击、预期转弱三重压力下,宏观政策要靠前发力,主动出击,有利于经济稳定的政策要积极推进。

去年12月以来,人民银行进一步加大跨周期调节力度,做好跨年度政策衔接,积极运用结构性货币政策工具做好“加法”。降准落地释放长期资金,引导LPR下降,实施两项直达工具的接续转换……这些措施既有助于2021年稳定信贷总量、优化信贷结构,也助力2022年平稳开局。

刘国强表示,2022年,稳健的货币政策灵活适度,人民银行将加大跨周期调节力度,注重政策靠前发力,进一步发挥贷款市场报价利率改革效能,稳定银行负债成本,促进企业综合融资成本稳中有降,推动金融系统向实体经济让利。

本版稿件均据新华社

全省14城市今明天天气

城市	日期	天气现象	气温(℃)
沈阳	今日	晴转多云	-3~-18
	明日	阵雪转多云	-4~-16
沈阳今日空气质量预报			
空气质量指数		110-140	
空气质量级别		轻度污染	
首要污染物		PM2.5	
城市	日期	天气现象	气温(℃)
大连	今日	晴转多云	-1~-7
	明日	阴转多云	0~-5
鞍山	今日	晴转多云	-3~-14
	明日	阵雪转多云	-4~-11
抚顺	今日	多云转阴	-1~-18
	明日	阴转晴	-4~-17
本溪	今日	晴转多云	0~-16
	明日	阵雪转晴	-3~-13
丹东	今日	晴转多云	-1~-12
	明日	多云转晴	0~-10
锦州	今日	晴转多云	-3~-13
	明日	小雪转多云	-3~-10
营口	今日	晴转多云	-3~-16
	明日	小雪转晴	-3~-13
阜新	今日	晴转阵雪	-4~-18
	明日	多云转晴	-4~-16
辽阳	今日	晴转多云	-5~-19
	明日	阵雪转多云	-3~-13
铁岭	今日	晴转多云	-4~-18
	明日	多云	-5~-17
朝阳	今日	多云转小雪	-2~-17
	明日	多云	-2~-15
盘锦	今日	多云转阵雪	-4~-15
	明日	阵雪转晴	-3~-11
葫芦岛	今日	多云转阵雪	-4~-16
	明日	阵雪转多云	-2~-13

