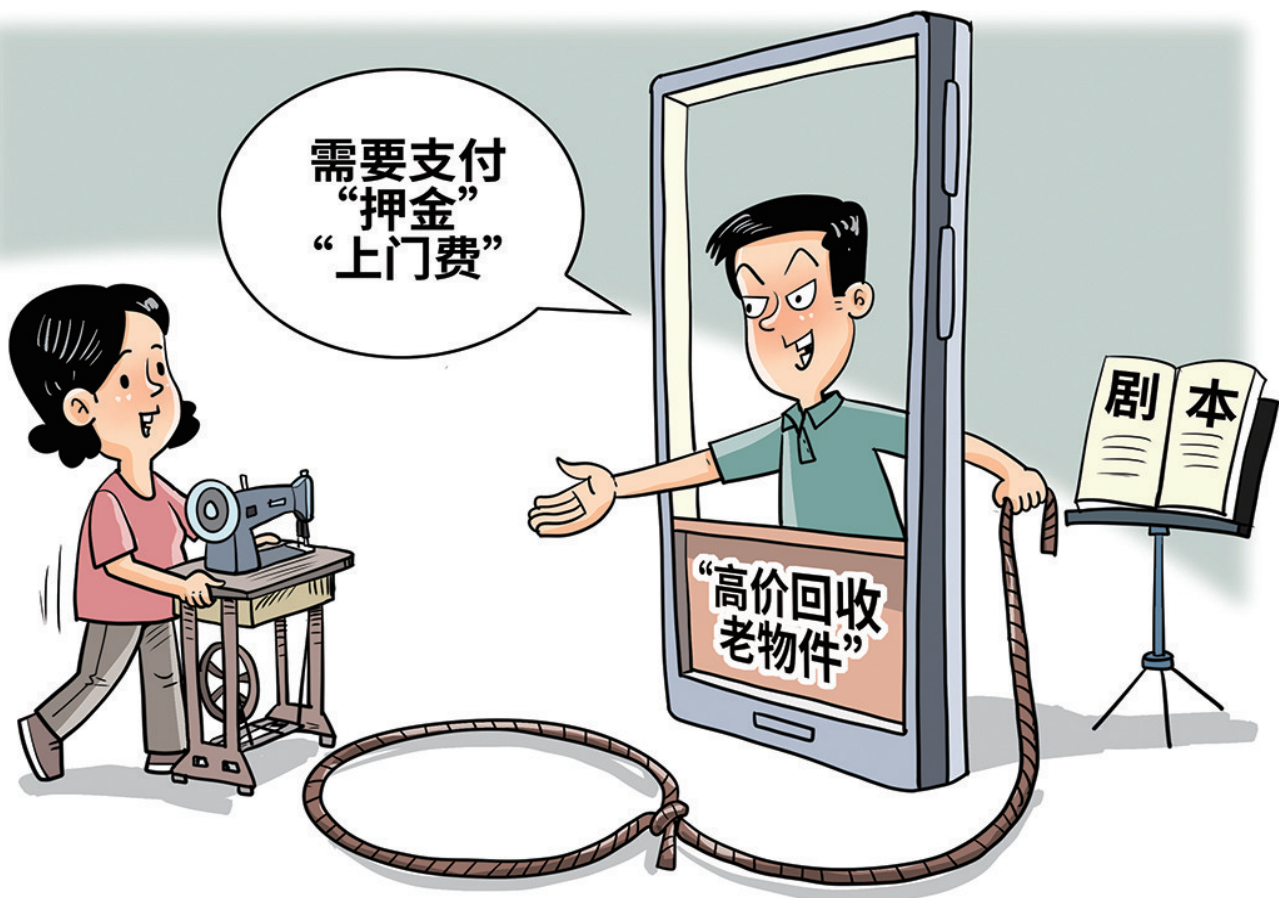


警惕新型“老物件回收”骗局



直播间里，一名女子声称婆婆病重无钱医治，想卖掉传家宝换救命钱，主播说可以高价回收……这一场景，其实是诈骗团伙根据剧本进行的表演。

近期，山东省高青县警方成功打掉一个以“高价回收老物件”为幌子的电信网络诈骗团伙，涉案金额200余万元，270多名中老年人落入精心布置的陷阱。

骗子是如何设局的？如何防范此类诈骗？

“高价回收”只是噱头

泛黄的粮票估价数万元，生锈的自行车号称能卖两三万元……今年3月，高青县的黄女士在家上网时，被一个号称“上门高价回收老物件”的直播间吸引。“主播说是提供便民服务，下乡帮助老百姓回收钱币、老物件、老古董，价格比别人高。”黄女士说。

看了直播后，黄女士渐渐动了心——她家中有一台40余年前买的老式缝纫机，想问问主播能否回收。主播告诉她，可以回收，但上门回收耗时耗力，需要先缴纳1000元押金，“相当于达成一个信任关系”。黄女士交完1000元押金后，主播又称，再支付一笔费用，可视为加急订单，会安排人员更快上门。

在主播不断诱导下，黄女士陆续支付“押金”“上门费”等共计1万余元。然而等了半个多月，始终无人上门，当初承诺的“高价回收”没了下文。意识到被骗后，黄女士报了警。

经侦查，这个诈骗团伙在近一年内已使全国270多名中老年人受骗，涉案金额200余万元。据警方调查，该团伙并未回收过任何老物件，“老物件回收”只是诈骗的噱头。

经深挖扩线，警方捣毁犯罪团伙窝点，抓获11名犯罪嫌疑人。目前，嫌疑人已被采取刑事强制措施，案件仍在进一步侦办中。

雇人演戏 连环下套

诈骗团伙是如何让人甘愿掏钱的？

高青县公安局合成作战大队大队长张天鹏介绍，这个以刘某、王某为首的诈骗团伙此前大多从事直播带货工作，为赚取更多钱财动了歪心思，在出租屋中将直播演成了一部“诈骗连续剧”。他们提前编写剧本、雇佣演员、布置道具，连环下套。

当前主流社交软件监管较为严格，为规避监管，诈骗团伙往往先把受害人从抖音、快手等直播平台和社交软件引流到小众通联软件，在私域直播中进行“洗脑”，实施诈骗行为。

诈骗团伙用道具现金和假金条虚构“实力”。刘某等人租用的城乡接合部出租屋里，堆满了成捆的“现金”和摆放整齐的“金条”“银条”“金碗银碗”。而事实上，现金只有头尾是真币，

所谓的“金碗银碗”也全是廉价瓷制品。

团伙有丰富的“剧本库”，会雇人演苦情戏。一份写有“12.17上麦剧本”的材料显示，该团伙雇佣一名女子，扮演一名被丈夫抛弃、身患糖尿病、还要照顾病重婆婆的“善良儿媳”，在连麦时上演苦情戏，求主播回收老物件，给婆婆治病。据嫌疑人供述，这些配合演戏的“托儿”每天报酬为200元。

有时，团伙还会邀请群众演员煽动情绪，声称外国商人在高价收购老物件。张天鹏介绍，这时主播会顺势表示“咱们老祖宗的物件不能卖给外国人，我们帮您找的都是中国买家”，裹挟观众下单。

为催促观众早下单、多下单，刘某还时常在直播间制造紧张氛围：“现在我手里加急的名单就有几百份，加急排在你前面的有几百个人……这几天我每天都在增加工作小组，速度非常快！”一环套一环的话术，让许多中老年人放下戒备，掏出了养老钱。

一旦有受害者察觉、质疑，团伙就私下寄送廉价玉石，并附上伪造的鉴定证书，许多老人收到后觉得“东西也不便宜”，于是打消了报警的念头。

警惕直播间里的“高价梦”

办案民警表示，此类犯罪专门瞄准部分中老年人群体，利用他们不熟悉新型网络骗局、易轻信“眼见为实”以及贪小便宜的心理，通过公域引流、私域直播、剧本演绎、寄送廉价物品等手段层层设套，隐蔽性强、危害性大。

警方提醒，对要求提前支付押金、保证金、上门费的回收服务，需保持警惕；正规回收服务，一般是上门看货、当面交易、钱货两清，不会让卖方先掏钱。不要轻信直播间的“富豪人设”和离奇剧情。屏幕里的“金条”、巨额转账截图，都可能是道具和合成画面；苦情戏等剧情也可能是剧本，切勿因同情或激动而冲动下单。

受访人士表示，平台需加强对“回收”“鉴宝”类账号的资质审核和内容核查，及时拦截异常支付链接，对利用平台私信引流诈骗的行为进行严厉打击。

同时，子女要多陪伴、多提醒，帮助老人识骗防骗。要常和老人交流反诈知识，协助安装国家反诈中心App并开启预警。老人遇到扫码、转账、提供验证码等操作，可先与子女商议。

此外，要警惕小众通联软件。警方提醒，如遇到陌生人以“高价回收”“投资理财”等名义要求扫码下载不知名聊天软件或点击不明链接，应立即停止操作，切勿因好奇或侥幸心理继续跟进。

最高法发布典型案例 规范平台经营 保护消费者合法权益

最高人民法院8月3日发布5件依法规范平台经营、保护消费者合法权益典型案例，覆盖直播电商、平台依法经营，市场竞争秩序维护，虚拟财产交易等多个场景，为各类经营主体明确行为规则、稳定经营预期提供清晰指引。

实践中，部分直播经营者对商品作出片面化、误导性评价，引发商业诋毁纠纷。在重庆某酒业公司诉某优选（北京）公司商业诋毁纠纷案中，重庆市第一中级人民法院明确直播带货属于经营行为，入驻平台的直播带货方的商业评论可以对同类商品进行评价，但相较于普通公众其负有更高标准的审慎注意义务，即时互动场景下主播的“临场发挥”不构成免责事由；即便主播言论含有部分真实因素，但通过片面陈述、不当关联等误导公众对同类商品产生错误认识的，仍构成商业诋毁。案件厘清了直播营销中正常商业评论与商业诋毁的边界，为直播类企业营销行为提供了明确的行为规范。

平台账号等网络虚拟财产具有商业价值。但虚拟财产交易中，出卖人掌握账号全部运营数据与瑕疵信息，买受人往往处于信息弱势地位，出卖人隐瞒账号处罚、功能受限等问题引发的纠纷频发，买受人难以追究出卖人违约责任成为常见问题。

在汪某诉武汉某公司买卖合同纠纷案中，湖北省武汉市洪山区人民法院明确平台账号转让交易中，出卖人负有如实告知影响账号使用效能与商业价值的重要信息的法定义务；出卖人隐瞒账号无法搜索、无法使用推广功能等重大瑕疵，导致买受人商业运营的合同目的落空的，构成根本违约，买受人有权解除合同并要求返还全部价款。案件有效破解了线上虚拟财产交易中买受人维权难的困境，实现交易双方利益平衡，助力形成与数字经济相适应的法治化交易秩序。

此外，这批案例还明确了电商平台对入驻商户保证金负有必要的监管义务；直播推广方作出的售后兜底、赔付承诺具有法律约束力，应当依法承担相应连带责任等。