

提醒手机积分即将清零，下单却是高仿？

运营商回应：“没有这样的活动”

近日，不少手机用户收到手机短信“积分清零通知”，称自己的积分将于次日全部过期作废，可以点击某网址登录积分中心兑换商品。

不过，当一些用户以“积分+现金”的兑换方式下单成功后发现，“SKIN-Ⅱ 神仙多肽胶原蛋白”套装、“SKSH 面膜”“SIKN 面膜”“SKIN 小灯泡精华”“小棕瓶抗皱精华”……这样的商品格外眼熟，和某些大牌美妆品牌的产品在颜色、造型和名字上都高度相似。

对此，中国联通的客服人员澄清，运营商方面“没有这样的活动”，联通的积分兑换可以在 app 上进行，也可以打 10010 将积分转化，此外没有利用外网的积分兑换方法。

网安专家曲子龙则表示，积分清零兑换商品是比较老套的手段了，不过也要小心，“积分过期清零套路，程度轻一点的是变相卖东西，但如果严重的，则有可能是诈骗。”

收到积分快过期短信：

花 199 元+120000 积分兑换了价值几十元的商品

近日，一位中国联通的手机用户中午 12 点 23 分左右，收到一则短信息，发件内容是“余额失效：您账户内累计赠送 152800 分于明日全部清空，戳某某网站换商品，回复 T 退【产品搭档】”。

点击链接后，页面跳转到一个名为“产品搭档”商城页面。页面上方，标注着“谨防诈骗提醒”6 个打字，并写道：“环球严选在此提醒所有消费者，提高警惕任何形式的诈骗！”这些文字下方，陈列了黄金、手表、护肤品、酒水、纸巾

等产品。

记者注意到，商城中的商品多达数百件，均为“积分+现金”的兑换方式。在正规电商搜索发现，部分商品上述价格除去积分，其定价仍然高于商品售价，部分商品则根本不存在。比如，一款名为“SKIN-Ⅱ 神仙多肽胶原蛋白”护肤套装，其他电商平台只需要 79 元，在产品搭档需要 18800 积分，外加 188 元。

另外，“SKIN-Ⅱ 神仙多肽胶原蛋白”套装、“SKSH 面膜”“SIKN 面膜”“SKIN 小灯泡

精华”“小棕瓶抗皱精华”……这样的商品品牌名称格外眼熟，和某些大牌美妆品牌的产品在颜色、造型和名字上都高度相似。

在网上，有相似经历的人不在少数。有的人下单买到的竟是高仿“小棕瓶”，有的人花费 120000 积分和 199 元兑换到了原价仅几十元的商品，随后果断选择自出邮费申请退货。在黑猫投诉平台，还有人网友以“中国联通的积分商城里面卖假货”为由将中国联通投诉上墙。

中国联通：

没有外网积分兑换活动 积分有效期三年

记者注意到，像这样的消费者，均认为短信来自通信运营商官方，因此才疏忽大意。

经过对比，记者发现，运营商发送的短信与用户收到的非运营商发送的短信，存在差异，其中较为明显的一点是，运营商发送的短信有落款，短信链接中也是运营商官方网站，而涉嫌诱导消费的短信落款写着“产品搭档”，短信链接的网页也很粗糙。

对此，中国联通的客服人员告诉记者，运营商方面“没有这样的活动”。客服人员表示，中国联通的积分有效期是 36 个月（3 年），从用户充值话费一刻算起始时间，所积累的积分可以在中国联通 app 上兑换商品，也可以打 10010 将积分转成用户话费，并没有第三种积分使用方法。

随后，记者查询中国联通

app 积分兑换商城发现，所有产品和“产品搭档”完全不同，且只通过积分兑换。

16 日，中国联通成都分公司查询后发现，上述发送短信的号码并非来自四川，成都方面也从未有过这样在外网进行的积分兑换活动。中国联通成都分公司在此呼吁广大手机用户，不要轻信不明网站链接，背后风险难以预测。

“积分商城”回应：

积分为随机赠送，与联通无关

那么，这个名叫产品搭档的积分商城到底是什么来头？记者以积分兑换的名义打开了短信中的链接。

奇怪的是，该网站无需登录无需注册，尽管记者并未收到相关短信，但在积分中心却收到了 152800 积分，积分下还有个倒计时，显示仅剩 7 个小时 56

分××秒，积分即将到期。再下面，还以滚动条显示哪位用户 1 分钟前兑换了何种商品。

通过网页，记者以消费者的身份找到了产品搭档的客服人员。这位客服人员表示，平台与运营商没有关联，平台的积分是商城随机推送给手机用户的，不同于运营商的积分，且

平台积分的多少也是随机推送的。针对平台商品价格问题，对方表示“不同平台和品牌的出品都是不一样的价格，我们的商品都是严格挑选，一份价格一份品质”。

当记者询问“产品搭档”平台背后的经营公司名称时，对方并没有直接回应。

网安专家：

警惕积分兑换背后的骗局

通过工业和信息化部政务服务平台，网络安全专家、KnowSafe Founder 和网络尖刀安全团队创始人曲子龙帮记者查询到了“产品搭档”的经营者——深圳市珂启思利科技有限公司。

记者注意到，工商资料显示，深圳市珂启思利科技有限公司，曾用名“深圳市三友表业有限公司”，成立于 2009 年，位于广东省深圳市，是一家以从

事计算机、通信和其他电子设备制造业为主的企业。注册资本 100 万人民币，法定代表人张世锋，经营状态为存续，人员规模小于 50 人。

曲子龙告诉记者，除了短信里的兑换网址，该公司还有另一网站也是在从事类似卖货的平台。

“这其实是比较老套的手段了，兑换积分的形式，实际就是卖东西的。”曲子龙提醒，积

分过期清零套路，程度轻一点的是变相卖东西，但如果严重的，则有可能是诈骗。此类“积分兑换”短信诈骗，类似于一种“撒网式”诈骗方式，诈骗分子通过伪装的号码，向受害者发送带有链接的短信，利用群众“贪小便宜”的心理，诱使受害者在钓鱼网站上输入包括身份证、信用卡等一系列个人信息，结合木马软件，进而进行盗刷。

（上观新闻）

专家解读

餐厅使用预制菜 是否应该告知消费者？

开开心心出门吃饭，结果餐厅提供的却不是现做菜品，而是预制菜……你能接受吗？

近年来，因为方便快捷，预制菜逐渐进入大众视野。不过，有关它的争议也不少。比如，餐厅使用了预制菜，是否应该提前告知消费者？预制菜可以进校园吗？预制菜是否有统一标准？一起来看看专家是怎么说的。

餐厅使用预制菜

需要提前告知消费者吗？

针对预制菜有关问题，江苏省消费者权益保护委员会此前曾开展调查。结果显示，53.2%的消费者反对餐厅使用预制菜，表示去餐厅就是想吃新鲜菜品；62.8%的消费者在外就餐过程中遇到过餐厅使用预制菜；78.1%的消费者反映餐厅使用预制菜未做到提前告知。

对此，江苏省消费者权益保护委员会副秘书长居上表示，如果餐厅使用预制菜且并未告知消费者，侵犯了消费者的知情权以及选择权。

居上表示：“如果使用预制菜，餐厅应当告知消费者。首先，告知消费者的方式要完整，可以通过店内公示或电子菜单，服务员在提供服务的过程中也可以主动告知消费者。另外，预制菜的信息也要完整、全面、真实地告知消费者，包括预制菜供应商的情况，预制菜的进货日期、保质期等。”

预制菜进中小学校园

学生和家应有知情权、选择权

近段时间，“预制菜进校园”一事也引发了广泛讨论，多地家长通过问政平台表达了担忧。

江西赣州蓉江新区，多名中小学生家长投诉了有关中央厨房配送和预制菜的相关问题：幼儿园的孩子太小了，送这样的餐不安全，而且听说预制菜对孩子身体不好。

当天，赣州蓉江新区社会事务管理局回复称，根据 9 月 1 日配餐情况，中央厨房确实存在人员运营管理问题，并根据家长建议，经研究决定立即停止对全区幼儿园中央厨房配餐。

事实上，在预制菜进入校园之后，公众最担心的莫过于健康与卫生问题。

居上指出，中小學生也是消費者，享有同等的知情权和选择权。由于中小學生是未成年人，所以他们的法定代理人——家长应该了解和知晓学校提供的菜品情况。如果学校食堂全部采用外供的预制菜，那么家长的知情权和选择权也被剥夺了。学校应当和家委会或者家长进行充分沟通，包括供应商的选择等，保障孩子能够吃到健康、安全的食品。

预制菜产业如何规范发展？

今年，中央一号文件将“培育发展预制菜产业”列入规划。数据显示，去年我国预制菜市场规模为 4196 亿元，预计到 2026 年，我国预制菜市场规模将达到万亿级别。面对如此大规模的市场潜力，各地都在积极推动预制菜产业高质量发展。中国农业大学中国农业产业链研究中心主任吕建军认为，预制菜想要发展好，应当关注几个方面：预制菜的相关产业、相关企业要严格执行相关标准，不断提升自己的市场竞争力，提升品牌力量。学术界、科研界应对预制菜的标准、流程等进行更多科研支持和技术支撑。政府规范预制菜产业发展的同时，也要加强监管。

（央视）