

央视“3·15”晚会曝光

刷视频、看网文、发评论…… 小心！有人在偷你的隐私

信息“黑洞”疯狂窃取个人资料 有平台号称一天处理100亿条数据

信息“黑洞”怎么偷？ 看个文章，你的隐私就被窃取了

近年来，互联网上出现了很多“精准获客”的广告，声称通过这种“大数据获客软件”，商家可以精准获取海量目标人群的消费习惯、手机号码等信息。根据推销信息，记者找到了一些公司。

在云企智能科技有限公司，工作人员说，他们的获客软件能够将商家想要的关键词设为标签，软件会自动在选择短视频平台上扫描评论区，一旦发现与标签词相关的评论，就会强行抓取这个用户的电话、微信账号等信息。

此外，这款获客软件还能帮助商家监控和偷取自己同行的直播带货数据，去对方的直播间“截流和引流”。

在绿信科技有限公司，技术人员告诉记者，他们的这些软件都是用爬虫技术，偷取消费者个人信息的。在宣称“拥有20亿条精准人群画像”的企腾网络技术有限公司，工作人员告诉记者，他们的获客软件名为“火眼云”，已经卖给了很多企业：“像土巴兔之类的，口腔现在有一个拜博，医美的比如说美莱”。

工作人员介绍，“火眼云”还可以偷

取企业公众号的关注用户或微信群成员的手机号码，只要点击阅读过、转发过企业公众号文章的用户手机号码也会被偷取。

在调查过程中，知情人还告诉记者，市场上现在最厉害的“获客”公司，不仅仅是在互联网上偷数据，还能使用手机的三网通信大数据进行获客。

在一份宣传资料上记者看到，这家公司将个人用户分为9种类型，个人标签达到3800项，网站2亿多个，互联网品牌6万个，每日处理数据量达到了100亿条。

启科科技有限公司的工作人员介绍，他们的“三网大数据”，是指三家电信运营商的数据。一番核对后，记者发现启科科技通过运营商大数据偷取到的个人数据信息，都是真实无误的。工作人员告诉记者，他们是通过“精准通客户管理平台”，上面显示的正是某电信运营商后台的实时数据。就这样，通过这款软件，海量用户信息都被这成百上千的数字标签打上了记号，成为待售的商品。



获客软件轻易偷取消费者个人信息。(视频截图)

骚扰电话背后的“黑产业链” 智能机器人一天打10万个电话

这一年多来，互联网上出现了很多所谓“外呼”业务的广告，这些外呼公司的核心业务，就是帮助商家向手机用户拨打自己的营销电话，市场上俗称“电销”。这些外呼公司打着“高效触达用户”“精准拓客”等旗号，招揽生意，甚至还宣称可以通过AI智能机器人拨打营销电话。

按照广告宣传的资料，记者走访了多家外呼公司。目前，一台外呼智能机器人一年的使用成本在一万元左右，平均每天可以拨打上千个电销电话，工作效率远超人工客服。

优音通信有限公司的工作人员称：“今天打10万个电话，10万电话一次打100个，一次打200个，差不多这样去打。”

记者在多家外呼公司了解到，这些从事外呼业务的公司，都是从虚拟运营商购买的“小号”，这些号码没有实体手机卡，也不需要进行实名认证，因此，目前市场上的这些电销行业都是普遍采用虚商手机号来进行外呼业务。

在评论区向陌生人借钱？

起底“电子签”高利贷：到账14000元，利息16000元

眼下，在一些平台热推的短视频评论区里，仔细翻看就会发现，这些留言中都在反复出现一个高频词——“电子签”。“借5000元、借1万元的，很多人还真借到了。”用电子签在陌生人之间借钱的方式，真的靠谱吗？

2025年年初，洪先生和王女士急需资金周转，在网络上找到了愿意放款的人。洪先生在借贷宝平台、王女士在人人信平台，按照放款人要求，分别签署了具有法律效力的欠条和借条。洪先生称，自己向放款人借款5000元，实际只收到3500元转账，可平台欠条上的借款金额却登记为5000元，短短7天，就要额外还1500元利息，洪先生这才意识到，自己遭遇了赤裸裸的高利贷和“砍头息”！

王女士在人人信平台借了30000元，到账14000元，扣除了16000元，说是利息。用电子签借钱，最终却借出了一个高利贷。

记者发现，在借贷宝平台签了正规的电子签协议，打了电子签的欠条，但实际交易的时候，真正的交易却不在平台上进行。多位在借贷宝、人人信这些电子签平台上签条借款的人告诉记者，即便遭遇了放款人的高利贷和暴力催收，由于不清楚其真实身份信息，根本没办法起诉。

人人信的一位产品经理告诉记者，目前他们平台上的放款方，很多都是通过做假账号来规避法律风险的，目的就是让受害人找不到起诉对象。

最新进展

借贷宝道歉：落实整改

15日，借贷宝相关负责人对记者表示：对央视“3·15”晚会报道提及的相关问题，公司高度重视，立即成立整改小组，彻底解决业务、管理上存在的问题，继续主动与警方配合严厉打击不法分子，更好保护用户权益，恳请社会各界监督。公司向所有受影响的用户及公众致以诚挚歉意，并将以最大决心落实整改。

手机抽奖连环套疯狂敛财 “一天流水20亿元”

最近，有关手机抽奖引发消费陷阱的投诉接连不断。记者发现，在电子发票第三方服务平台“诺诺网”开发票，提交发票信息之后，页面会自动跳转至“大转盘”小游戏。点击抽奖，系统随即提示“抽中大奖”，奖品是“200元话费券”。然而记者购买后，并没有任何话费到账，也没有看到200元的话费券。客服表示：“优惠券一共有30张，充200元减10元的券10张，充100元减5元的券20张。”记者发现，需要充值4000元话费才能用完这些话费券，并且最快需要15个月。

经调查，该广告推广由兑捷网络科技有限公司负责。记者奔赴杭州，找到了兑捷科技的主要控股方——兑吧网络科技有限公司。负责人表示，这是他们公司目前获利最高的业务。“投100万元当天回150万元，这几个板块的业务客户，已经接近于疯狂。”话费券使用周期长，多数人领取一两个月后就遗忘。商家正是利用这种遗忘和疏忽，抓住海量“沉默用户”的空子，悄然敛财。除了开发票，生活中还有很多扫码场景都能植入他们的广告，比如停车场扫码付费。此外，还有一种白酒推广业务，两箱原价63元/箱的白酒被宣称价值4700多元，最后以398元的价格卖给消费者。

诺禾网络科技有限公司负责人毫不避讳地承认，200元话费券、自动续费以及白酒推广，这类业务本质上就带着诱导属性，甚至还有欺诈嫌疑，“基本上一天的流水在20亿元左右。”