

新年前后,诈骗“陷阱”增多,不法分子的诈骗手法层出不穷,屡屡有人上当受骗。梳理近期发生的“新骗局”案例,希望大家提高警惕,谨防受骗。

# 骗子招数升级 小心这些陷阱

□ 建 源

## 火眼金睛

新年前后,诈骗“陷阱”增多,不法分子的诈骗手法层出不穷,屡屡有人上当受骗。《检察日报》记者梳理了近期发生的“新骗局”案例,希望大家加强防范,提高警惕,谨防受骗。

### 1. 公司财务人员谨防骗子冒充企业领导诈骗

【案例】  
2018年10月25日,山东菏泽一公司财务人员接到一个匿名手机短信,冒充其公司领导称急需一笔钱,要求受害人向指定账户汇款30万元。受害人一看是公司老板,便按照短信要求汇款,后发现自己被骗。

据办案民警介绍,从作案手法看,犯罪嫌疑人主要通过仿冒或盗用公司老板手机号、QQ号、微信号获取受害人信任,或将财务人员拉入虚假公司内部群,设置仿真聊天情景,继而以“业务转账、支付合同金、办理退款”等理由,要求受害人转账汇款,有针对性地实施精准诈骗,迷惑性、隐蔽性极强且涉案金额相对较大。

【警方提醒】  
各企业要建立健全并严格执行财务管理规章制度,大额转账汇款前必须经过当面或电话核实程序,财务人员汇款之前一定要通过多种方式确认对方身份,谨防上当受骗。  
**2. 警惕玩抖音点赞评论 能赚钱的新骗局**  
【案例】

2018年11月19日,市民侯某从微信朋友圈看到一个“抖音”兼职群,称只要加入该群一天能挣60元,侯某就加入该群。加群后群主通知每天截屏、点赞,发朋友圈可以得到60元的工资,但需要交入职费1388元,如果想做的加群主为好友缴纳入职费。侯某就加了群主为好友,并给群主转去1388元,然后就按照群主的要求截屏、点赞,转发朋友圈。  
当日晚上侯某收到60元的工资。第二天侯某又接着截屏点赞转发朋友圈,并把收到工资的截屏发到朋友圈。到了上午群主发话:“接到公司通知,因抖音业务升级,系统受到影响,任务暂停几天,给大家带来的不便敬请谅解”,然后就没有音信了。侯某再给群主发信息群主就不回了,到

了11月20日凌晨5时群主解散该群,侯某意识到被编。

【警方提醒】  
刷单类诈骗一直是案发率较高的诈骗类型,大家一定要格外警惕,不要相信动动手指就能赚大钱的把戏,尤其注意以下几点:1. 需要预付保证金、先行垫付资金的兼职工作基本都是骗局;2. 对于可以轻易获取高额回报的工作要保持高度的警惕;3. 寻找网上兼职时不要轻易泄露自己的个人信息,也不要轻易点击对方发过来的链接;4. 如果不慎被骗,注意保存证据并及时报警。

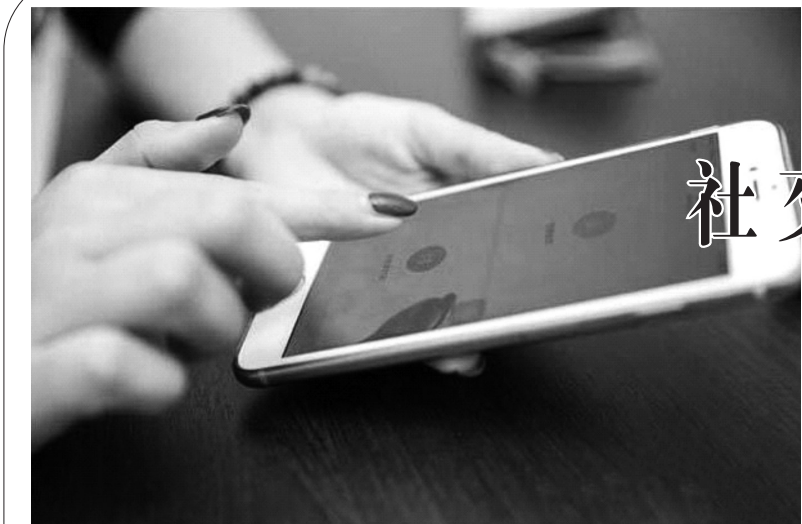
**3. 朋友圈发砍价链接的新骗局**  
【案例】  
北京市民郭先生在朋友圈看到

一条帮忙“砍价”购物的链接,上面写着“找朋友帮忙砍价,最低零元就可以购买苹果X手机。”郭先生当即点了进去,帮朋友点击了“砍价”键,留下姓名和电话后,页面马上显示“你已帮朋友砍了68元!活动时间有限,只要填写信息参与活动,找朋友参与砍价就能零元购手机。”郭先生不假思索地将链接转发到了朋友圈,并给好友发信息要求帮忙“砍价”。

正在忙活的时候,郭先生却收到了一条信息,上面显示他的银行卡被划走了600元。“密码不知道怎么被泄露了,余额一次性被转干净了。好在微信绑定的不是我存钱的卡,不然损失肯定更大。我怀疑就是填写的



个人信息泄露了。”  
【警方提醒】  
微信“帮砍价”活动起初只是用于营销。不少商家通过这种活动吸引大家在朋友圈转发,从而吸引了一大圈粉丝,短时间内获得了大量关注度,实现了不错的营销效果。不过,之后这种成本低、操作简单而且容易上当的活动被不法分子盯上了。他们通过朋友圈“砍价”收集个人信息或骗钱,已经演变成了一种新型的骗局,参与过的用户会收到大量的广告短信和诈骗短信。



北京的王先生最近买了几斤海鲜,和以往到超市购买不同,这次他是和邻居一起在微信群里购买的。原来,前些天他看到小区里一个住户在微信群里发布了一则生鲜团购信息,价格比市面上便宜不少,还保证新鲜。看到很多邻居都报名购买,他也决定买几斤试试。一天后,发起团购的住户就把一箱箱海鲜送到了他家小区门口。之后,王先生和邻居们更喜欢在微信群里团购了,一起买水果、订年货,不仅物美价廉,邻里关系也提升了不少。

这是近年来在中国一些地方火起来的一种零售方式——社交新零售。即借助微信、微博、QQ、直播、短视频等社交工具,以社交化

关系建构零售模式、以集中运营降低成本的新型零售业态。专家表示,零售需借助社交赋能,这是未来趋势,将成为电商、实体零售业发展的突破口。

陈大姐在北京一个社区内开水果店已经十几年了,现在每当有顾客进店,她都主动去加微信,然后把顾客拉入自己建立的微信群。每隔一段时间,她都会在群里开展类似“朋友圈集赞拿特价”“原产地水果拼团”等活动,或者在朋友圈分享一些自己美容养颜的“食补攻略”。

经过努力,她家的水果销量翻了好几番,附近小区的住户都成了她的群友和顾客。一家拼团电商委任她为社区“团长”,她发起的团购从水果扩展到了粮油米面等生活

近年来,一种零售方式——社交新零售火起来的。即借助微信、微博、QQ、直播、短视频等社交工具,以社交化关系建构零售模式、以集中运营降低成本的新型零售业态——

# 社交新零售 拼团火起来

□ 萱 萱

必需品。  
这是当下在很多社区十分流行的零售方式。有电商专家表示,不同于分销或者拼团模式发起的微信群,基于社区的微信群在建立之初就相互信任,“抬头不见低头见”的邻里关系,使得推荐人必须对自己推荐的商品负责,因此商品的推荐和分享都会更高效。

正是基于线下真实的社交信任关系、口碑传播的品牌效应以及团购规模化的成本优势,众多新零售电商平台实现了快速扩张。

除了社区拼团,社交零售方式也在不断更新。据统计,目前主要方式包括:以云集、环球捕手、贝店等为代表的平台分销模式;以淘宝特价版、京东拼购、洋码头“砍价团”、苏宁易购拼团等为代表的平台“拼团”模式;以小红书、蘑菇街等为代表的“平台+达人分享”模式;以什么值得买为代表的內容导购类平台;以有赞、点点客、微盟等为代表的服务商类工具模式等。

“社交电商本质是营销方式创

新,实际还是平台和自营的电商模式。”电商分析人士李成东认为,社交电商能够崛起有几个必要条件:一是电商发展进入瓶颈期,运营成本日渐增长;二是移动社交媒体技术驱动,及供应链和支付环节的完善;三是时间碎片化和购物习惯的改变;四是会员制和店主制的用户裂变模式,不仅让流量获取成本低,还解决了用户留存率及复购率的难题。

诚然,商品质量、运送时间、价格等是积累顾客口碑的重要因素,但和传统团购不同,很多社交新零售平台商品送到客户手中至少经历采购、运输到仓库、仓储保鲜、分拣配送等过程,物流链复杂且成本高昂。而推销成本、人力支出等也会造成较高的管理成本。

对传统零售企业来说,向着社交新零售转型也很重要。专家建议,传统零售企业要改变传统思维,正确分析消费者和分销商的真实需求,全面做好赋能支持;其次是建立和完善与整体布局相匹配的运营体系和团队。

## 科技改变生活

## 龙虾腹部膜韧性堪比橡胶轮胎

美中两国科研人员最新发现,龙虾的下腹部有一种软性透明膜,其韧性堪比轮胎或传送带使用的工业橡胶材料,按其原理开发的材料未来有望用于制造柔性防护衣。

《生物材料学报》上的这项研究显示,当龙虾在海底岩体上快速爬行时,这种膜可以保护龙虾不被刮伤,它的弹性使龙虾可以挥动虾尾,它的韧性还让猎食者难以咬断尾巴。

来自美国麻省理工学院和中国四川大学的研究人员通过实验测量发现,这层膜是一种天然水溶胶,这使其具备弹性。

论文作者之一、麻省理工学院机械工程学院助理教授郭明说,按这种膜的原理开发的材料有望用于制造柔性防护衣,尤其可用于关节需要活动的地方,还可以用于制造柔性机器人等。

## 国际空间站将进行X射线通信试验

国际空间站将在今年春天试验一种新型深空通信技术——X射线通信。

美航天局说,X射线的波长比目前用于深空通信的无线电波要短得多,理论上同等发射功率可传送更多数据,在远距离通信时更加节能。

美航天局表示,试验将使用国际空间站上的“调制X射线源”快速发送X射线脉冲,向同样位于国际空间站、相距约50米的“中子星内部成分探测器”单向发送编码数据。

研究人员说,如试验成功,有望在深空任务中实现每秒千比特的超高速数据传输。另外,目前航天器返回大气层进入“黑障区”时会暂时中断与地面的通信联络,而X射线可以穿透“黑障”,有望保障通信畅通。

## 借助太阳风在月球上制造水

美国研究人员借助计算机模拟发现,借助太阳风有望在月球表面制造水,这将为未来建立月球基地提供便利条件。

太阳风是太阳上层大气射出的带电粒子流。美国航天局2月20日发布新闻公报说,研究人员利用计算机程序,模拟了太阳风冲击月表时发生的化学反应。

美国航天局戈达德航天中心等等离子体专家威廉·法雷尔说,这表明“月球上的每块岩石都可能用于制造水,特别是在被太阳风照射后”。

研究显示,不断冲击月表的太阳风能使月壤中硅、铁和氧原子之间的化学键断裂,让氧原子出现不饱和键,得以与氢原子结合。

研究还提示了探月者应去哪里寻找制造水的原料。由于太阳辐射会激发储存在月表的氢原子使其外逸至太空,月球赤道等温暖地区的氢原子较少,相对寒冷的极地附近则存有更多氢原子。

(以上稿件均据新华社)

# 玻利维亚藜麦走上中国餐桌

□ 张国英

珠粒细小,形似小米,有白、黑、红三种颜色的藜麦,带着安第斯山脉的泥土气息丰富了中国百姓的春节餐桌。2018年12月7日首批出口中国的玻利维亚藜麦正好赶上中国农历猪年春节。

玻利维亚是藜麦的主要原产地之一。这种在印加文明时代就成为当地人重要食物的作物含有丰富的蛋白质、氨基酸和矿物质等营养成分。近年来在中国的社交媒体上,藜麦因低热量、高营养而为“减肥达人”所推崇。

玻利维亚全国藜麦生产者协会主席纳尔逊·佩雷斯向新华社记者回忆起去年12月首批出口中国的藜麦装车启运的情景。这一天对玻利维亚藜麦生产者来说是“令人难忘的一天”,因为这是玻利维亚第一次将这种有数千年种植历史的农作物出口到中国。

佩雷斯说,以藜麦为媒,玻利维亚种植者、工人和生产企业通过出口这种高原作物,了解到中国日益开放的巨大

市场。玻利维亚首批向中国出口的藜麦总量为40吨,而玻利维亚截至去年底还有4万吨藜麦存货可以出口,中国的巨大市场让藜麦生产者看到了前所未有的机遇。

玻利维亚总统莫拉莱斯在去年12月藜麦装车启运仪式上表示,感谢中国为推动玻高原藜麦对华出口所作的努力。

据玻利维亚官方提供的信息,玻政府已要求本国相关企业严格遵守中方检验检疫标准,确保对华出口产品质量,展现玻利维亚绿色生态产品的良好形象。

去年11月率团赴上海参加首届中国国际进口博览会的玻利维亚农村发展与土地部长塞萨尔·科卡里科对新华社记者说,在上海他亲眼目睹了玻利维亚藜麦、牛肉等展品广受中国进口商欢迎。

科卡里科表示,继藜麦、咖啡等农产品之后,玻利维亚的大豆、奇亚籽和牛肉等也将登陆中国市场。



## 水仙花飘香南湖

2月20日,观众在展览上拍摄水仙花艺作品。2019年元宵南湖水仙花文化艺术展正在福建省漳州市举行,展出数百件水仙花艺作品。

新华社记者 姜克红 摄

# 意大利商家：让中国游客宾至如归

□ 李 洁

了大量中国游客前往,中国游客在意大利境内的人均消费额也表现突出。

随着中国游客赴意旅游增多,旅游方式也在逐渐发生变化。多名旅游业界人士告诉新华社记者,近几年来中国游客在意大利的消费越来越多元化,跟着大团旅游的游客数量下降,参加自由行、高端私人定制旅游、游学的游客以及商务小团的数量不断增加。

据罗马华人导游郑女士介绍,近几年中国游客到意大利旅行,除“买买买”和游览文化古迹、自然风光外,美食美酒、温泉养生、滑雪、艺术游学之旅等深度和个性化旅游项目越来越多。“不少年轻游客早早做好了旅行攻略,到了意大利便直奔目的地,传统的多地购物观光游览项目已不再符合他们的需求。”

究其原因,一是互联网的发展使食宿和交通信息透明化,各种旅游攻略网站不断翻新,自由行入门技能日渐普及;二是中国游客对精神层面的享受需求日益增加,不再满足于传统的打卡游览模式;三是意大利设计、绘画等领域的艺术游学市场日渐吸引国人关注。

近年来,各种细分旅游项目如特色小镇游、摄影游,还有西西里岛、撒丁岛度假游等渐渐成为国人在意旅行的热门产品。旅游方式和游客类型的改变带动了旅游消费的改变。

记者在罗马市名品扎堆的孔多蒂大街采访时发现,多家奢侈品牌的导购都认为现在中国游客购物更有节制,也更有针对性。他们认为,中国游客并非盲目采购,他们更喜欢买意大利本土最具特色或品质最好的经典款式服装、皮具或配饰。

“有很多中国品牌的款式和品质这些年发展得很不错,中国人在意大利购物更像是寻找锦上添花的物件。”某知名品牌导购对记者说。

分析人士认为,近年来,中国积极推进供给侧结构性改革,不仅推进产品质量提升和产业转型升级,而且推动中国消费品市场的品质革命,也为海外优质品牌提供商机,中国人在海外消费特点的变化正与此息息相关。

## 域外漫步