

# 聽音樂猜歌名真能賺到錢嗎 記者調查“提現軟件圈套”

● 大部分提現軟件都存在虛假宣傳、誇張宣傳的問題，引流盈利才是軟件公司的真正目的，大量用戶根本無法提現，花費大量時間却得不到任何獎勵

● 一些提現軟件在使用過程中還會誘導用戶分享，或通過一些頁面設計“伎倆”，讓用戶無意識地下載插件或跳轉頁面

● 如果提現軟件宣傳的提現條件引發用戶誤解從而引導其下載，而這款軟件在實際使用時卻無法實現提現功能，則可能涉嫌虛假宣傳或者虛假廣告

北京市朝陽區的劉女士是一名家庭主婦，平時經常上網刷短視頻。今年4月，她無意間看到一條“聽歌猜劇，輕鬆賺錢”的短視頻廣告。出于好奇，她下載了這款名為“點點猜歌”的軟件，完成任務後成功提現0.9元，後來她每天花2個小時在軟件中答題，等完成任務準備提現時卻發現，提現要求突然提高至“猜對5000首歌”。

自己是不是被騙了？劉女士在網上提出了疑問，隨後發現很多人都有類似經歷，一些人稱之為“提現軟件圈套”——看似答題越多賺錢越多，但任務難度越做越高，且始終無法提現。

記者近日調查發現，像“點點猜歌”這類號稱“答題賺錢”“猜歌賺錢”的軟件還有不少，它們往往打出“輕輕鬆鬆賺錢”“新人下載即可獲得大額紅包”“不看廣告也能賺到錢”“提現到賬無門檻”等廣告語，吸引人們下載App答題、做任務。不少人花費大量時間在上面，最終根本無法提現或僅能提現幾元錢甚至幾毛錢。一些人大呼：上當。

## 提現功能誇大其詞 引流盈利才是目的

天津的蔡先生和劉女士有一樣的經歷。他告訴記者，下載“點點猜歌”後，其任務顯示“連續登錄10天，每天猜對80題就可以提現300元”，但等滿10天做完任務準備提現時，“點點猜歌”又提出要“猜對5000首歌”才能提現。蔡先生果斷卸載了該軟件。

那麼，“猜對5000首歌”是否就真的可以提現呢？

“根本就不可能提現。”來自北

京大興的肖女士說，她費盡千辛萬苦答題做任務，“點點猜歌”答題的任務越來越難，到第4700個左右的猜歌環節時，開始出現泰語等非中文歌曲，還有不少題目沒有正確答案。完成5200首歌時，軟件顯示已達到猜歌數量上限，但仍無法提現。

肖女士告訴記者，她立即聯系“點點猜歌”軟件的客服。客服表示，該軟件後續版本還在開發中，目前沒有解決辦法。“也就是沒法完成提現，根本就是騙人的，騙取流量，浪費用戶的時間。”

今年國慶假期，記者根據劉女士的指引，在手機應用市場搜索“點點猜歌”軟件，發現該款軟件已經下架。而10月18日記者再次搜索時，發現一款名為“點點猜歌-領現金”的軟件可以下載。劉女士告訴記者，“點點猜歌-領現金”和“點點猜歌”的外觀、圖像都差不多，廣告、玩法也相似。

在“點點猜歌-領現金”的軟件評論中，兩極分化嚴重，有評論說“非常好玩，幾百多塊錢一下子就提現了”“猜歌類遊戲鍛煉大腦，一款超好用的軟件，快來下載吧，益智健腦”，這些評論均打了5星；也有評論說“不行的，建議別下載，永遠祇能提0.3元，根本提不了多的”“太差了，說好5天做好任務就可以領到300塊錢，我做任務做完了沒領到”，這些評論均打了1星。1500多條評論，平均分為2.5分。

實際上，類似的做任務、答題提現軟件還有不少。記者在某短視頻平臺中看到不少“看小說提現”“聽歌提現”的廣告以及博主推薦視頻，大多配文“賺零花錢了，操作簡單，快去試試吧”。

在手機應用市場，記者搜到多款猜歌提現軟件，如“猜歌達人秀”“猜歌大神”等。這些軟件的評分多在1至2分左右，評論區中充斥着“無法提現”“騙子軟件”的差評。

記者調查發現，手機提現軟件主要有兩大類：

第一類是軟件本身為用戶提供實質性服務，提現作為引流的附屬功能，吸引用戶下載使用軟件，這類軟件通常是較為知名公司的產品，可以提現，但是金額較小，與其廣告宣傳并不相符。例如“番茄小說”以提供免費小說閱讀為主要

服務內容，有用戶表示在看了700多個小時後僅提現15元。

“雖然提現的金額與廣告相差甚遠，但是自己使用的初衷是看小說，因此沒有覺得被欺騙，使用體驗還是可以的。”一位用戶說。但也有用戶因提現金額與預期相差較大而感到不滿。

第二類是軟件僅以提現為目的吸引用戶，用戶通過不斷地做任務、遊戲和觀看廣告完成時長來賺取提現金額，積累到應用規定金額時再提現。但用戶普遍反映無法成功提現：完成一項任務後，這類軟件會不斷提高提現要求。

據記者觀察，大部分提現軟件都存在虛假宣傳、誇張宣傳的問題，引流盈利才是軟件公司的真正目的，大量用戶根本無法提現，花費大量時間却得不到任何獎勵。

## 明星代言真偽難辨 虛假宣傳誘導廣告

據了解，一些提現軟件在使用過程中還會誘導用戶分享，或通過一些頁面設計“伎倆”，讓用戶無意識地下載插件或跳轉頁面。

一位使用過多款提現軟件的網友“深藏blue”說，提現軟件在完成任務過程中會充斥大量廣告，且有很多誘導廣告，例如在屏幕上出現虛假的關閉頁面選項，用戶一旦觸碰就會自動下載廣告中的軟件。

“深藏blue”說，其最初相信提現真實性的原因有兩個：一是有的軟件剛開始確實可以提現，比如提現0.3元；二是界面上方會不斷地出現“xxx(用戶呢稱)提現500元成功”的彈幕。“現在想想，這都是軟件企業的套路，其盜用用戶微信頭像做虛假宣傳。”

在“知乎”相關問題下方的評論中，記者發現，有很多用戶都在完成1000至2000首歌曲猜題或一定量的任務後發現不能提現，評論中沒有成功提現較大金額的情況。

記者在調查中注意到，一些提現軟件不乏由明星代言，但代言的真偽有待考證。

天津的王先生告訴記者，他本來是不太相信提現軟件的，“天下哪有這樣的好事”，但看到明星代言後，覺得有一定的可信度。他下載了一個看視頻廣告的提現軟件，

不停地做任務，任務要求也不斷提高，後來要求看9.8萬個視頻廣告才能提現，這讓他幡然醒悟：自己永遠吃不到這份“免費午餐”了。

多位受訪者說，一些不良軟件開發者打着“休閒賺錢”的名義，利用用戶渴望輕鬆賺錢的心理，用誇張的宣傳語或誘導式的廣告引人下載軟件，騙取下載量和流量，希望廣大網友擦亮雙眼，切勿上當受騙。

## 行政部門監管處罰 情節嚴重或構犯罪

8月30日，新浪黑貓消費者服務平臺官方微博“黑貓投訴”發布信息顯示，平臺上與“提現”相關的投訴有近20萬單。

北京韜安律師事務所律師段英子直言：“如果提現軟件宣傳的提現條件引發用戶誤解從而引導其下載，而這款軟件在實際使用時卻無法實現提現功能，則可能涉嫌虛假宣傳或者虛假廣告。”

中國傳媒大學文化產業管理學院法律系主任鄭寧指出，反不正當競爭法規定，經營者不得對其商品的性能、功能、質量、銷售狀況、用戶評價、曾獲榮譽等作虛假或者引人誤解的商業宣傳，欺騙、誤導消費者。經營者不得通過組織虛假交易等方式，幫助其他經營者進行虛假或者引人誤解的商業宣傳。違反者，由監督檢查部門責令停止違法行為，并處罰款，情節嚴重的可以吊銷營業執照。屬於發布虛假廣告的，依照廣告法的規定處罰。

“消費者享有知悉其購買、使用的商品或者接受服務的真實情況的權利。誘導分享、誘導下載以及虛假宣傳等作為商家的營銷手段，如果是隱瞞真實情況，欺騙消費者，或違反消費者權益保護法，消費者權益受損的，可向服務者要求賠償。”鄭寧說。

北京師範大學法學院教授、亞太網絡法律研究中心主任劉德良分析說，從廣告法角度來講，一些提現軟件提供所謂的產品服務是虛假的，違反廣告法規定，構成虛假宣傳，工商主管部門可以對其進行監管，進行相應處罰；從合同法來講，虛假宣傳的內容若構成合同

條款，且商家不以履行合同而以欺詐為目的，則可能構成合同欺詐，消費者既可以主張其承擔違約責任，也可以要求解除除合同，賠償損失；從消費者權益保護法上來講，虛假宣傳欺詐構成侵犯消費者知情權，部分可能構成侵犯消費者的選擇權，消費者可以起訴；從刑法角度來講，若構成合同欺詐，其中不以履行合同為目的，單純誘騙消費者的情況，嚴重者可能構成刑法上的合同詐騙，可追究刑事責任。

針對手機應用市場中一些軟件以“提現”為噱頭，欺騙消費者，為軟件引流的現象，鄭寧分析，主要原因之一是該類違法情形眾多，相關部門執法力度不夠；二是該類違法行為成本低、收益高，利益驅動使得這種現象難以管制杜絕。

採訪中，不少用戶提出疑問：對於這類提現軟件，手機應用市場平臺難道沒有監管責任嗎？

對此，劉德良表示，從法律上來講，通常情況下平臺沒有主動監管的義務，但是針對屢遭投訴的提現軟件，平臺應採取相應措施，查證屬實則可採取要求被投訴軟件下架、限制被投訴軟件進入應用市場等措施。若針對屢遭用戶投訴的軟件，平臺拒不履職，則需承擔相應責任。

同時，劉德良說，從機構監管層面來看，無論是工商監管、廣告執法機關監管還是平臺內部監管，面對提現軟件換“馬甲”反復上架的情況，都存在監管難度較大的問題。若想根除這種現象，刑法介入是有必要的。盡管對於單個用戶來講，提現軟件涉嫌詐騙的金額不多，但涉嫌詐騙的人數眾多，也可能構成合同法上的詐騙。一旦構成詐騙，公安機關介入，將其作為刑事案件處理，追究相關人員的刑事責任，可能是最有震懾作用和最終的手段。

鄭寧提醒，在魚目混珠的手機應用市場中，針對提現軟件虛假宣傳、誘導下載的現象，在有關部門加強規範整治的同時，廣大消費者也應擦亮雙眼。要規避“天上掉餡餅”的心理，面對誘惑冷靜分析，謹防掉入虛假宣傳的陷阱，以免浪費時間為不良軟件貢獻流量。遇到侵權行為時，消費者應該勇敢地通過12315等平臺積極維權。

# 空乘穿裙子的冷，領導祇有“罰站”才能體會嗎？

審時度勢、因時而變，讓戶外工作者和公共服務場所“暖身更暖心”。

近日，海航控股黨委班子從海口飛往北京體驗寒風的報道受到關注。該事件源于一位夜晚路過海航控股北京基地的旅客，他看到在基地門口蹲着等車的乘務員瑟

瑟發抖時，拍下照片發給了海航集團的黨委領導，并提議能否想點辦法，給員工遮風避雨。隨後才有了海航領導班子在室外體驗一綫員工“等車之苦”這一幕。

據了解，當天深夜，北京氣溫接近0攝氏度。企業領導親臨一綫實地體會一綫員工的工作環境，有

助于在後續決策中更好地體會員工心聲、解決員工的難處。不過，在部分網友看來，企業領導倘若有了解員工的真實工作環境，根本不必如此“大動幹戈”。祇要看看近期的天氣預報，調研下員工反映的情況，不難做出及時給員工換裝御寒的決策，從這個角度上看，此

事暴露出的其實是更深層次的問題。

一個簡單的換裝問題，却需要企業領導兜這麼大圈子親臨體驗、現場解決，折射出企業運營管理效率方面的不足。對此，企業要反思的是如何改進意見反饋渠道，及時聽取員工的心聲和建議，健全企業內部的調研議事和決策實施機制，從而更好地保障員工權益，讓企業文化更加人性體貼、企業運行更加順暢高效。

報道中有個耐人尋味的細節，游客向海航黨委反映此事後，海航集團黨委在工作檢查中發現海航系其它航司乘務員已陸續更換冬裝，但海航控股面對今年入秋換季後氣溫下降早的事實，却没有及時應對，既沒有通知乘務員換裝，也沒有其他支持保障，這才導致了令人遺憾的結果。從這個角度上看，海航控股的領導確實應該“罰一罰站”。10月19日，海航控股就乘務員冬裝配備進度作出回應：正在進行冬裝員工意見調研，過渡期建議乘務員自帶衣物。

企業領導經常到基層走訪調研，有助於體察員工心聲，如果領導脫離基層和一綫，不僅難以充分掌握企業運轉狀況，更可能使企業陷入人浮于事、梗阻重重的管理困境。不過，企業的運轉又是個複雜工程，不可能事事都由頂層領導親

力親為。領導想要呵護基層員工，既需要在平常多加了解，也需要在制度層面上把對員工的關切落到實處。

近期，不少地方剛剛入秋，就迎來了一波斷崖式降溫，北方多地面臨歷史同期最低氣溫。中國氣象局氣象分析師胡嘯在新聞中指出：此輪冷空氣具有時間早、強度強、範圍廣的特點，今年可能是一個“拉尼娜”年，因此大概率冬季冷空氣的活動相對會比較頻繁。

冷空氣的到來，往往會影響戶外工作者的正常工作，導致活動不便。面對換季可能提前的徵兆，不光是航空服務業，各行各業都應提前準備，保證工作人員能在工作中正常保暖，同時降低冷空氣意外侵襲可能給外出辦事群眾帶來的不利影響。

比如近期就有不少北京市民反映地鐵車廂太冷的問題，沈陽市人社局在發生阻攔群眾進屋避寒事件後，也迅速責令整改，延長工作時間，更好地服務接待提前到達的辦事群眾。對環衛保潔、執勤民警等需要長期暴露於冷空氣中的工作人員，主管單位不能因循守舊，要及時調整工作規定，適時縮短戶外工作時長、增添防護裝備；公共服務提供者也要關注到外界溫度的變化，做到審時度勢、因時而變，讓公共服務“暖身更暖心”。

