

女子直播唱歌遇“商机”险被骗

私信许诺带货增收,竟是远程“控屏”骗局

本来只是闲暇时直播唱歌放松心情,却意外收到陌生私信搭讪,对方许诺可借助直播带货轻松增收,既能一展歌喉,又能赚取可观收益。这看似天降好运,实则暗藏诈骗陷阱!近日,浦东警方及时劝阻一起“直播带货”类网络诈骗,为市民守住2万余元积蓄。

今年8月27日晚8时许,浦东公安分局大团派出所接到分局反诈中心紧急预警,有辖区居民疑似遭遇网络诈骗。接到预警后,值班民警即刻驱车赶赴现场。途中,民警反复拨打沙女士电话,但始终无法打通。考虑到其手机极有可能已被远程控制,致使电话无法打通,民警一边加大油门,一边询问村干部该居民的具体住址。

抵达居民沙女士家中后,眼前的一幕让民警心头一紧,沙女士正专注盯着手机直播界面,完全沉浸其中。当民警快步上前核查时发现,手机页面已经弹出支付宝验证码,只差最后一步确认,卡内钱款就将被骗子悉数卷走!民警当即让沙女士退出页面、关闭手机,然而无论沙女士如何操作都已无法关闭手机,所有常规操作全部失灵。

千钧一发之际,民警现场指导沙女士紧急取出SIM卡、关闭Wi-Fi网络,直接斩断骗子远程操控的信号,随即强制关机阻断骗子的进一步行动。之后,民警协助沙女士逐一解绑支付宝、微信与银行卡的绑定关联,层层筑牢资金安全屏障,成功保住了卡内积蓄2万余元。

事后,民警了解到,沙女士平日里热爱唱歌直播,闲暇时会在平台分享歌声。没想到,一名陌生网友私信夸赞她唱功出众,大肆鼓吹直播带货利润丰厚、轻松赚钱。禁不住诱惑的沙女士,轻信了对方的虚假说辞,按照对方指引下载了一款“直播带货软件”,并逐一授权。殊不知这正是骗子设下的陷阱,一旦让骗子“控屏”就相当于把各类信息全盘拱手相送,彻底沦为骗子的“提款机”。

得知全过程的沙女士后怕不已,对民警的极速出手连连表示感谢。民警则结合此次案例开展反诈宣讲,同时指导沙女士全方位排查手机与账户安全隐患,杜绝后续被骗风险。

警方提示:凡是陌生人发来消息,以“开通服务不取消会自动扣款”“提供赚钱机会”为理由让你点击陌生人发送的链接、下载非正规应用商店的软件或是引导您对自己的各类账户进行操作的,必是诈骗!如发现类似情况请及时报警求助。

晨报记者 倪冬 吴一凡

正品掺假货,70元进货卖200元

浦东警方查获假冒品牌电子烟7000余盒



AI生成

电子烟在年轻群体中持续“走热”,庞大的市场需求催生了制假售假的犯罪链条。近日,浦东警方循线追踪,成功抓获涉嫌销售假冒注册商标商品罪的程某某、黄某等4名犯罪嫌疑人,当场查获7000余盒假冒知名品牌电子烟,涉案金额高达122万余元。

2025年9月,浦东新区烟草局在龙阳路一家专门售卖某品牌电子烟的商铺内抽检时,发现假冒产品,随即对其开展行政处罚,责令暂停烟草专卖零售业务,进行为期60日的整顿。然而,2026年1月,烟草局再次前往该店铺抽检,发现其仍在销售假冒电子烟且存货较

多,判断背后可能藏有专门仓库,立即将情况通报浦东公安分局经侦支队。

经侦支队成立专案组展开调查,确认该店铺由程某某负责经营,其私人仓库内储存大量假冒电子烟,专门用于在店内与真货混合销售。2026年1月13日,专案组精准出击,将程某某及仓库工作人员赵某、庞某某抓获归案,当场查获假冒品牌电子烟7000余盒。经鉴定,这批假货成分与正品不同,口感差异明显,其中可能添加了化学香精或其他元素,对年轻人吸引力更大,危害性也更大。

到案后,程某某如实供述犯罪事实。他从2019年开始贩卖电子烟,名下共有6家店铺。生意走上正轨后,程某某觉得从品牌方采购后售卖利润空间有限,便动起了歪脑筋。2025年9月,他从朋友处得知黄某有低价售卖该品牌电子烟的渠道,仅需70多元一盒。程某某尝试后明知这些便宜的电子烟是私人小作坊制作的假冒产品,但为追求更高利润,仍大量购进并混在正品中,以200余元一盒的价格售卖。仅仓库内查获的库存,案值就高达122万余元。警方随后循线深挖,将上游供货人黄某一并抓捕归案。

目前,程某某、黄某因涉嫌销售假冒注册商标的商品罪已被浦东检察院批准逮捕,赵某、庞某某已被依法采取刑事强制措施,案件正在进一步办理中。

晨报记者 陈泉

从一张卡到一种生活方式

建行信用卡打造青年金融服务生态

精准服务与多元需求“同频共振”

从校园到职场再到家庭,青年成长的每一个节点的消费需求、资金规划、偏好取向具有显著差异。建行信用卡深度把握这一差异化诉求,分层分类精准供给,为不同人生阶段提供贴心的金融服务,切实满足多样个性的金融诉求。

面向在校学生,针对开学数码采购需求,建行信用卡联合品牌厂商、电商平台推出数码产品以旧换新服务,落地多重优惠,切实减轻求学消费负担。近期,建行还新推出名校卡专属的消费赠券活动,优惠券可用于购买主流AI大模型资源包,覆盖50多所著名高校,助力青年学子提升科研学习效率、拥抱人工智能浪潮。此外,针对留学青年群体,建行信用卡还推出了缴费、租房、商超、餐饮等返现活动,并不断升级“玩转世界”综合服务专区,整合出行前、在途中、返程后各环节用卡指引,助力青年学子轻装远行。

面向职场一族,聚焦线上购物、下午茶外卖等高频消费,建行信用卡深化与支付宝、美团、京东、抖音等平台合作,将金融服务自然融入青年的烟火日常,收获了积极回响。据了解,建行美团联名信用卡中,青年群体占比显著高于其它产品,充分体现出产品贴合生活需求,赢得认同信赖,实现了金融服务供给与用户需求的同频共鸣。

面向步入家庭的青年,围绕家装家电焕新等大宗消费,建行信用卡充分发挥装修分期产品优势,为全屋整装、局部装修、精装软装、定制家居等各类装修需求提供金融支持。同时,结合婚庆、育儿等需求,建行信用卡分期通产品有效缓解青年成家阶段的资金周转

“逛书展看书买书,还能享受建行信用卡的专属优惠和定制文创,金融融入书香,这样的体验特别有意思!”在近期落下帷幕的2026上海书展,不少青年读者体验建行信用卡惠民活动后这样评价。

进入九月,开学季如期而至,青年群体的生活消费场景全面铺开:新生采购数码设备、文博爱好者逛展观展、二次元爱好者奔赴兴趣活动、都市上班族高频咖啡外卖、步入社会的青年筹备家装家电……建行信用卡将金融服务融入青年从校园、职场到家庭的各成长阶段,在阅读、文旅、演艺、日常消费等各类场景中 and 年轻人建立情感联结,从一张卡,到一种生活方式,以金融助力青年消费市场稳健释放活力。

压力。在亲子旅游方面,建行信用卡“惠游中华”联动迪士尼、乐高、长隆等知名主题乐园推出门票、餐饮、园区消费惠民活动,在携程、去哪儿等平台提供机票酒店预订优惠,在上海、广东、新疆、贵州等热门旅游目的地推出“一城一韵”特惠服务……一系列精准供给的惠民活动,既降低了消费门槛,也让普惠金融服务可感可及,赢得了广泛青睐。以主题乐园活动为例,活动累计订单量近10万笔,促进服务消费提质扩容、释放内需潜力的成效充分显现。

跨界破圈与兴趣生态“双向奔赴”

Z世代的兴趣导向圈层消费正快速崛起,二次元、文博、演艺赛事、潮玩等体验式消费成为市场新增长板块。《扩大消费“十五五”规划》提出,“以消费体验为重点,培育消费新业态新模式新场景。推动零售、文化、旅游、健康、体育等消费业态深化技术应用、强化创意引领,提升和拓展消费体验。”这一部署为金融创新指明了清晰方向。

建行信用卡敏锐把握体验式消费浪潮,以特色产品、丰富场景为载体,打通金融与青

年精神文化生活的连接通道。龙卡bilibili信用卡从小电视标准版、锦绣山河国风版,到太空探索宇航员版、2233星月版,持续迭代优化的金融服务,收获了百万级“粉丝”。今年7月,建行信用卡以“曜星璨月·江南画卷”为主题亮相Bilibili World 2026,在这场青年文化盛会,打造沉浸式国风展台,融合票根兑礼、现场支付礼遇等互动体验,将金融服务自然嵌入青年文化场景,精准触达Z世代核心圈层。

在影视文旅赛道,龙标电影信用卡以“电影票买一赠一”的核心福利,以及“首刷即享+持续回馈+积分抵现”的循环激励体系,对青年电影爱好者产生持久吸引力。据了解,龙标电影信用卡发卡量达20万张,主力群体集中在25~45岁青年、中青年。同时,依托“金融+电影+文旅”模式,建行信用卡紧扣“跟着电影去旅游”“跟着电影品美食”“跟着电影逛市集”等主题,积极对接各地电影文旅主管部门,以一张电影票有效撬动“食宿行游购”链式消费,让青年在热爱中感受金融陪伴。

从一场青年文化盛會到一张电影票,金

融与青年兴趣圈层的“双向奔赴”,正是《扩大消费“十五五”规划》“培育消费新业态新模式新场景”要求的生动落地。金融活水顺着青年兴趣脉络精准滴灌,既拓展了金融服务的边界,也为培育新型消费群体、激发体验式消费潜能积累了有益经验。

矩阵传播与宣教护航“协同发力”

线上种草、社交分享已成为青年获取消费信息的主要途径,轻量化、数字化触达是贴近青年、提升普惠效能的重要路径。建行信用卡充分结合青年偏好快节奏、强互动、视觉化的行为习惯,搭建微信号、视频号、小程序等立体化传播及服务矩阵,特别针对年轻人习惯“搜索+种草”的资讯获取方式,在小红书等平台以更生活化的软性内容,传递金融服务。

在做好青年群体金融服务供给的同时,必须引导青年建立理性消费认知,线上线下同步筑牢消费者权益保护防线,既守护好青年的“钱袋子”,也为消费市场行稳致远筑牢根基。在线上,建行信用卡以短视频、长图漫画等生动活泼的形式,开展差异化金融知识普及。对在校学生,重点科普校园贷风险、刷单诈骗防范、个人信息保护等实用知识;面向职场新人,侧重征信维护、理性消费理念、求职风险识别等案例提示。在线下,扎实开展“五进”宣传,开展面对面金融知识普及活动,结合真实案例拆解电信诈骗、非理性透支、信息泄露等风险,护航青年群体树立理性消费观念。

建行信用卡将持续聚焦青年群体多元需求,不断丰富金融产品供给,完善消费场景生态,提升数字化服务能力,以更有温度、更加优质的金融服务,赋能青年奔赴品质美好生活。