

植软件收集数据,被遥控用于诈骗 老人机背后的秘密



68元钱一台的功能手机。

手机清理软件入侵老年人手机,读取老年人隐私信息的事件被曝光后,引起关注。

记者探访深圳华强北电子市场发现,随着2G用户越来越少,老年手机市场已经由功能手机(俗称“棒棒机”)向智能手机发展。针对老年群体设计的声音大、屏幕大、电池使用时间长、价格低廉的智能手机正逐步替代功能机,走进更多老年人的生活。许多商家瞄准这一市场,在老年手机里植入各种商业软件或监测软件,收集老年人的数据或直接控制老年手机进行诈骗。

记者注意到,与清理垃圾诱导老年人安装各种软件,盗取老年人信息相比,在智能手机出厂环节植入软件的手段更为直接,这些软件植入手机以后删不掉,其潜在的风险也更大,而老年人是这一类手机的主要消费群体,可以说一个针对老年智能手机的灰色地带正在形成。

定制老年机 可任意“植入”APP

深圳华强北电子市场一名老板自信地告诉记者,在这里任何品牌档次的手机都能够买到,还可以按照要求进行定制。不仅有大量以老年人为主要消费群体的功能机,一些商家还推出了适合老年人使用的智能手机。

这一类智能手机的共同点是屏幕大、声音大、电池超长待机,内存小,装载微信、视频等少量软件,价格在1000元以下,最便宜的批发价只需要两三百元钱一部。

一些商家公开表示,企业可以定制这些手机,作为商业促销活动中的赠送礼品,厂家可以在所有手机里帮忙植入企业产品

有关的APP,并留管理“后门”。包括品牌手机,他们也可以帮忙破解系统,预先将软件装进手机,“用户想删都删不掉”。

一位通讯行业从业人员称,“破解系统”、植入APP,这实际上就是一个“管理提级”的技术,并不难,只要是正规操作,合法使用,并不违法。但这种技术又的确可以被犯罪份子所利用,关键在于定制者的真正目的。“即使正规系统软件,获得授权之后,都可以进行实时监听,并收集后台数据。”他说。

目前符合老年人要求的智能手机,基本都是造价低廉,品牌众多,这无疑给一些不法分子提供了机会。

手机发诈骗短信 老人却一无所知

与诱导用户下载软件入侵手机相比,直接在手机生产、组装过程中就植入木马程序,目标更直接,手机被控制用于违法犯罪活动的可能性更高。

记者注意到,四川省攀枝花市曾破获了一起通过在老年手

机里植入木马程序进行诈骗的案件,犯罪团伙注册的“科技公司”就在深圳华强北。据办案民警介绍,警方在调查阶段对华强北电子市场进行探访,虽然这种情况目前来看还是个案,但是当地许多商家对这种诈骗手段和方式都比较清楚。

据警方介绍,成都一位市民收到一条短信后被诈骗资金6400余元。诈骗短信来自一个攀枝花地区的手机号。攀枝花市公安局东分局接到线索之后,经调查确认:号主是一位使用功能手机的75岁退休老人,但老人根本不会发短信,发送这些短信的另有他人。

警方调查发现,这位老人的手机被植入了木马程序,有人利用外部服务器控制手机向外发送诈骗短信。三个多月时间里,老人的手机已经向200多个手机号发送短信380余条,还有大量2G上网流量记录。但老人对此一无所知。

而老人使用的这部手机,出自深圳市华强北一家生产手机的公司,这些年以来,该公司将大量植入木马控制程序的老年手机投向市场。这样的手机一旦

插卡启用,便会自动与后台服务器联网,公司通过这种方式对手机进行远程控制。

木马程序写入芯片 销售商也不知情

据攀枝花市公安局东分局办案民警介绍,整个黑产业链条中,核心是编程序,由编程序的公司负责将木马放入程序进行兼容,生成一个压缩包,然后写入自己采购的芯片上,通过代工厂贴成主板,再分别由其他代工企业完成组装。整个链条中,只有写程序的公司和贴片厂知情,通过一些正常的销售渠道销售时,销售商也不知情。

不过,这些年此类违法犯罪活动也在逐渐被“淘汰”。据警方介绍,电信对SP商管理很严,业务开始被严格限制,因此,这类违法犯罪行为也受到了限制。被警方捣毁之前,该犯罪团伙正在想办法利用一些杂牌或改装智能手机将犯罪手段“升级换代”。

电信分析师付亮认为,有些商家单纯是为了忽悠买产品,骗点钱。但如果安装假冒APP,可能就是直接窃取财物了。

APP收集无关信息 构成违法

针对老年手机市场存在的各种问题和风险,网络安全专业人士曲宇龙说,有一群专门薅羊毛获利的人,需要特定的真实用户手机号来洗数据,这些人刚开始都是自己养号做“猫池”(可同时支持多个手机号通话,并支持群发短信、远程控制、卡机分离等功能的设备)收发短信,后来国家越来越重视打击网络犯罪

(诈骗、传销、薅羊毛),要求运营商手机卡必须实名认证,导致维护手机号的成本变得极高,同时很容易被识别出不是真实用户。因此,老人机成为一些黑产业链的选择。

由于龙说,不法分子通过特定技术手段对老人机进行特定的短信拦截,电话拦截,在后台操作数据,就可以满足原本用“猫池”才可以完成的场景,且老年人这个用户群体对手机的熟悉度极低,基本不会发现手机有问题。

据他介绍,目前污染老年机的技术一般分为三种情况:一是从系统和硬件层面来改,留后门去拦截短信和电话,这种方式要自己能改硬件和系统才能完成,一般都是非智能的老人机为主。智能机也可能存在改造,在系统和硬件上操作,除非专业的技术人员拆机分析,否则很难发现问题,隐蔽性最高。

一些低端智能老人机,里面有安卓系统,只需要在出厂的时候通过root权限,预装一个APP,默认把通讯录、短信、电话、相册、位置等需要的权限全打开,就可以把手机变成一个远程的“肉鸡”,这种操作技术上基本就没啥门槛,通过各种渠道低价把手机卖出去即可。

比较传统的黑产业链条就是通过木马病毒的传播渠道,去诱导传播下载应用。品牌手机大厂会禁止不明源下载,但是低端山寨机大部分不会做这些事情,这就给不法分子留了很大的空间。

最高人民法院副院长贺小荣曾对媒体表示,APP运营商在提供某APP下载服务时,依法不得收集与该应用软件无关的个人信息,否则便构成违法。

据澎湃新闻

炒作营销下“杂草”野蛮生长 虚假的“种草笔记”

跟着“种草笔记”买买买,到手后却发现不是那么回事;按照博主推荐,满怀憧憬前往被“种草”的远方,结果却遭遇强烈的“卖家秀”和“买家秀”对比……虚假种草等行为不光误导人们的消费决策,损害消费者的合法权益,还透支了“种草”经济的信任根基。

网络流行语“种草”,指在网络上分享好物,让他人产生消费欲望的行为。

时下,“种草”正在影响越来越多人的消费习惯。一项调查显示,78.2%的受访者有被网络“种草”坑过的经历。

近期,相关部门不断加强对“种草”行为的监管,网络平台也频频出手治理自身内容问题,专家们则呼吁完善相关法律。多管齐下,“种草”能否厘清边界,更加规范有序?

“种草”为何吸引人

“00”后邓雪儿在北京朝阳区一家上海大众4S店做销售,她说,自己是典型的手手机依赖症,“没事儿就爱刷刷手机,看到

别人晒的好吃的、好玩的就会收藏起来,找机会去“拔草”。”她说,和明星们“高高在上”的代言相比,“素人们”的分享有时更容易让人有代入感,产生消费的冲动。

在网络时代成长的年轻消费者为何喜欢跟着网络平台的推荐去打卡?原因在于,博主们以普通人视角发出的“笔记”,相较正式的官方平台,往往更丰富、有趣、吸睛。图片、视频作为这类“笔记”的核心内容,比文字更直观,容易让人“心痒痒”。

在复旦大学管理学院市场营销学系任教的邹德强表示,“种草”经济的背后,是人们做出消费决策时收集信息方式的改变,“原先人们了解产品信息主要依靠去实体店感受,或是投放在公共媒体上的广告。随着社交媒体的发展,普通人开始在网络发声,这种‘公平’的信息来源更易于理解,消费者也更愿意受到这类信息的影响。”

虚假“种草”藏猫腻

不过,平台在成为消费决策

重要入口的同时,“杂草”也开始野蛮生长,虚假营销等行为随之诞生。

在网络上搜索“种草”,其中不乏消费者的吐槽。去年国庆长假期间,很多人按照博主的推荐,去到被多家平台炒热的“粉红沙滩”,发现其真实颜色与宣传图片反差极大,于是吐槽:“不用滤镜就是猪肝色,照片起码叠了三层层滤镜。”还有的消费者跟风买了博主推荐的美妆产品,试用后无奈地调侃道:“效果和博主说的不是一模一样吧,简直是毫无关系。”

“种草笔记”聚集的巨大流量,让有的人动起了歪脑筋,借“种草”之名,行虚假营销之实。有的品牌商甚至通过中介机构,以产品置换或现金奖励的方式寻找普通“素人”,在平台铺设虚假营销内容,一条虚假营销的灰色产业链就此形成。

人们之所以愿意把社交平台上的信息作为消费参考,在某种程度上是因为信赖普通人的客观评价,而这恰恰是这类网络平台发展的根基。根基不能动摇。近来,多家

头部平台纷纷加大对自身内容的治理力度。去年年底到今年年初,小红书连续开展虚假内容治理,一些涉嫌虚假营销的消费品牌、线下机构和商户被封禁。

“种草”经济背后的乱象也引起了有关部门的高度重视。不久前,国家网信办发布2022年“清朗”系列专项行动十大重点任务,将规范探店“种草”行为纳入其中。而国家市场监督管理总局发布的《互联网广告管理办法(公开征求意见稿)》也明确指出,互联网广告应当具有可识别性,能够使消费者辨明其为广告。平台应当完善内容筛查机制,严厉处置虚假“种草”账号。

引导规范发展

“‘种草’经济在很多方面带来了积极效应。”北京德恒律师事务所合伙人、网络与数据研究中心主任张韬律师表示,“种草”行为本身促进了市场的良性竞争,消费者通过社交平台发布对商品的真实感受,作为他人消费的参考,如果商品出现质量或宣传不实等问题被消费者曝光,将

影响品牌的口碑和销量,这将有效形成消费者监督的氛围。他认为,眼下最重要的是多管齐下引导“种草”经济的规范发展。

邹德强表示,一些网络平台对虚假“种草”等行为的监管存在权责不对等问题,相关部门从监管角度,可以通过调整激励机制等方式约束平台行为。“平台可以从算法等人手尝试解决虚假营销的问题。”除此以外,他建议建立客观的第三方评价机制。

“不少违法违规行为实际上是通过‘种草’规避《广告法》有关规定和要求。”张韬说,有的“种草”其实是营销,即通过在大众人群中渗透,不断在目标人群中蔓延,继而逐步扩大影响力的广告营销方式。对此,他建议,对广告营销行为的界定范围可适当扩大,“种草”行为在涉及商业合作时,有付费形式的一般可以界定为广告营销行为。“我们需要进一步完善相关的法律法规,厘清纯粹分享和广告营销的边界,以更好地规范商家、平台和广告博主的行为,维护消费者的合法权益。”

据《经济日报》