

香港文匯報訊（記者 王珏 北京報道）在網上，你看個美容健身的帖子，馬上就能收到醫美機構的電話；在評論區問個裝修信息和意見，一眾裝修公司的推銷電話短信開始轟炸……15日晚播出的央視「3·15」晚會揭露了互聯網「精準獲客」的信息黑洞，一些不法公司通過技術手段，從各大互聯網平台、手機客戶端上悄悄地竊取用戶手機號、微信號、消費習慣、生活軌跡等隱私，並將這些精準的個人信息數據在市場上銷售，甚至監控同行直播間數據實施截流、引流，從而牟取巨額利益。



●涉事企業企騰網絡的獲客軟件「火眼雲」，已經賣給了很多企業。網上圖片

近年來，互聯網上出現了很多「精準獲客」的廣告，聲稱通過這種「大數據獲客軟件」，商家可以精準獲取海量目標人群群的消費習慣、手機號碼等信息。根據推銷信息，央視記者找到了一些公司。在雲企智能科技有限公司，工作人員說，他們的獲客軟件能夠將商家想要的關鍵詞設為標籤，軟件會自動在選擇的短視頻平台上掃描評論區，一旦發現與標籤詞相關的評論，就會強行抓取這個用戶的電話、微信賬號等信息。此外，這款獲客軟件還能幫助商家監控和偷取自己同行的直播帶貨數據，去對方的直播間「截流和引流」。在線信科技有限公司，技術人員告訴記者，他們的這些軟件都是用爬蟲技術（指一種用於自動從互聯網上收集信息的計算機程序），偷取消費者個人信息的。

### 工作人員透露軟件賣給多家企業

在宣稱「擁有20億條精準人群畫像」的企騰網絡技術有限公司，工作人員告訴記者，他們的獲客軟件名為「火眼雲」，已經賣給了很多企業，「（賣給了）像土巴兔之類的企業，口腔（機構）現在有一個拜博，醫美（機構）比如說美萊」。此外，工作人員介紹，「火眼雲」還可以偷取企業公眾號的關注用戶或微信群成員的手機號碼，只要點擊閱讀過、轉發過企業公眾號文章的用戶手機號碼也會被偷取。

### 偷取三大電信運營商後台實時數據

在調查過程中，知情人還告訴記者，市場上現在最厲害的「獲客」公司，不僅僅是在互聯網上偷數據，還能使用手機的三網通信大數據進行獲客。在一份宣傳資料上記者看到，這家公司將個人用戶分為九種類型，個人標籤達到3,800項，網站兩億多個，互聯網品牌六萬個，每日處理數據量達到了100億條。

啟科科技的工作人員介紹，他們的「三網大數據」，是指三家電信運營商（中國電信、中國移動、中國聯通）的數據。一番核對後，記者發現啟科科技通過運營商大數據偷取到的個人數據信息，都是真實無誤的。工作人員告訴記者，他們是通過「精準通客戶管理平台」，上面顯示的正是某電信運營商後台的實時數據。就這樣，通過這款軟件，海量用戶信息都被這成百上千的數字標籤打上了記號，成為待售的商品。

據悉，今年的央視「3·15」晚會聚焦「共鑄誠信 提振消費」主題，曝光了食品安全、公共安全、金融安全、數字經濟等領域侵害消費者權益的違法行為。自1991年起，央視聯合國家政府部門為維護消費者權益，在每年3月15日晚共同主辦公益晚會，點名違法企業，曝光行業亂象，已成為喚醒消費者權益意識、規範市場秩序、傳播國家法規政策的強大平台。

# 央視「3·15」晚會揭互聯網「精準獲客」行業亂象 獲客軟件竊個人信息 百億條隱私每日待售



▲近年，在互聯網平台上出現了很多「精準獲客」的商業廣告。商家聲稱他們研發了一款全新的大數據獲客軟件，可以為商家精準獲取目標人群群的消費習慣、手機號碼等聯繫方式，方便商家撥打電話推廣自己的業務和產品。圖為在微信朋友圈和群聊中出現的該軟件廣告。網上圖片

### 2024年十大消費維權熱點

- 「職業閉店人」坑害消費者
- 演唱會遭遇「柱子票」
- 自動續費服務暗藏玄機
- 平台大數據「殺熟」
- 羽絨製品「以絲代絨」
- 衛生巾尺寸標準「就低不就高」
- 租賃市場「提燈定損」
- 「吃谷人」上當受騙
- 租客受困「串串房」甲醛超標問題
- 寵物消費「星期寵」維權糾紛頻現

來源：中國消費者協會  
整理：香港文匯報記者 王珏

## 品牌殘次品衛生巾紙尿褲被翻新流入市場

香港文匯報訊（記者 王珏 北京報道）2025年央視「3·15」晚會曝光了翻新衛生巾、紙尿褲的行業亂象。知名母嬰品牌殘次料竟被翻新售賣，涉多家品牌，幾百元（人民幣，下同）一噸的工業垃圾，經挑選翻新後製成新的衛生巾，能倒賣到七八千元一噸，利潤驚人。

據報道，2025年年初，節目組接到消費者的舉報，位於山東濟寧市梁山縣的一家企業在銷售劣質衛生巾、嬰兒紙尿褲，數量巨大。根據舉報線索，央視記者來到梁山縣黑虎廟鎮，找到了這家企業——梁山希希紙製品有限公司。公司的負責人劉某告訴記者，他們企業並不生產紙製品。他們最主要的業務就是廢品回收，即專門從紙尿褲和衛生巾生產廠家購買生產線上不要的殘次品、下腳料等生產垃圾。

除了打成整包的垃圾，還有很多衛生巾、紙尿褲散落在地上，髒亂不堪。幾百平方米的倉庫一大半空間被這些生產垃圾佔用，目測現場至少有上百噸貨。記者從這些生產垃圾中，果然拽出了外觀相對

完好的嬰兒拉拉褲，印花顯示是知名母嬰品牌麥酷酷。拽出的衛生巾上還保留着外包裝，是知名衛生用品品牌自由點。

### 梁山縣市監局：正聯合公安採取行動

劉某說，他以260元到1,400元一噸的價格收購了正規企業原本應該銷毀的不合格產品，再挑出形狀完整，且沒有明顯污漬和破損的「二等品」。這樣在工業垃圾中挑選後翻新的衛生巾，竟然能在市場上倒賣到七八千元一噸，其利潤之高令人驚訝。

按照行業規範，正規的一次性衛生用品廠家對生產線上淘汰的殘次品、下腳料等生產垃圾，都要進行切碎處理，才能夠流出企業。對此，劉某表示，他能做成這種生意，關鍵在於打通了企業內部的關係。他還介紹，衛生巾紙尿褲的生產垃圾，除了一部分作為「二等品」，被挑出來流入市場直接銷售；剩下無法再



●梁山希希紙製品有限公司的工人正在翻新殘次品衛生巾。網上圖片

挑選利用的部分，被投入機器打碎，重新分離成為木漿、吸水高分子樹脂等原材料，被做成一次性衛生用品。

節目播出後，梁山縣市監局表示，已關注到此事，正在聯合公安採取行動。

## 「全國消協智慧315平台」上線 設DeepSeek智能問答

香港文匯報訊（記者 郭瀚林 北京報道）3月15日是國際消費者權益日，由中國消費者協會聯合全國消協組織共同打造的「全國消協智慧315平台」於同日正式上線。消費者可通過網頁或微信、支付寶搜索「消協315」小程序註冊登錄。註冊登錄後，可進入「我要投诉」「我要諮詢」模塊進行在線投訴和諮詢。平台還設置了「消協幫您查」「消協幫您選」等模塊，為消費者提供企業服務聯繫方式、商品比較試驗結果等信息查詢，為消費者提供幫助和指導。

據介紹，這一平台於2024年3月15日起試運行，一年來累計註冊消費者702,786人，入駐經

營者42,913家，共接收消費者在線投訴與諮詢585,387件，其中投訴576,911件，已處理510,126件，為消費者挽回經濟損失4.1億元人民幣。

### 新上線行業公示和指數公示功能

在試運行階段，平台歷經兩個階段的打造。第一階段重點是暢通消費者在線投訴端口，打通在線和解、在線調解流程，讓消費者維權更加便捷高效。同時，還開發了陽光公開、個案公示等功能，讓消費者可以更加透明地了解維權進展。第二階段則重點圍繞智能化與共治化建設，香港文

匯報記者通過測試發現，該平台已經部署了DeepSeek智能問答系統，消費者可以通過智能問答快速獲取維權信息。

此外，行業公示和指數公示是平台本次新上線的功能，通過對經營者在和解階段的處理時效、和解成功率以及調解階段的配合程度、調解成功率等不同維度進行打分，形成投訴處理指數評分、行業排序和經營者畫像，通過指數評分定時更新，使每一單投訴都與經營者的指數評分密切相關，從而倒逼經營者認真對待和妥善處理消費者投訴，也為消費者了解經營者投訴處理情況，有效知情、自主消費提供數據支撐。

## 港資玩具企智能化轉型 布局AI潮品力拓海內外市場

香港文匯報訊（記者 方俊明 廣州報道）目前中國生產製造全球約70%的玩具，而廣東是中國最大的玩具生產和出口基地。廣東省玩具協會會長陳黃漫在廣州接受香港文匯報記者採訪時表示，港資玩具企業在廣東玩具產業中至今仍有非常重要的地位。目前不少港資企業亦加速智能化發展，將傳統的製造模式與新興科技相結合，越來越多的智能玩具引領新潮流。他稱，科技創新不斷賦能「智能製造」產業，今年春節後，受國產AI大模型DeepSeek帶動，市場上更興起AI玩具熱潮；而《哪吒2》熱播，亦持續推動潮流玩具市場的火熱。

「中國玩具最初是以代工起步，加工貿易曾是中國玩具出口最主要的貿易形式。但隨着玩具企業逐漸重視品牌在海外的影響力，目前中國大多數玩具是以自主品牌出口，『品牌出海』逐漸成為眾多品牌拓展海外市場的新模式。」陳黃漫表示，越來越多的中國玩具品牌在海外開設品牌旗艦店，以及通過參加展覽會、入駐當地零售終端等形式擴大品牌知名度。

### 技術水平領先行業 自主品牌創新

「港資玩具企業近年也加快轉型升級，包括創建自主品牌，在生產環節提升自動

化水平，同時將新科技融入研發。」陳黃漫說，近年不少港資企業開始自主創新開發產品，大力開拓內地市場，像銀輝的遙控玩具、美馳圖的車模在內地市場就很有知名度。同時，包括港資企業在內的中國玩具企業目前已布局AI（人工智能）玩具領域，也已有專門聚焦AI玩具的企業誕生。

AI技術越來越多融入玩具產業發展。譬如，AI技術應用到玩具產品上，能令產品更加豐富多彩；也便利設計師生成創新設計產品，從而提高設計的準確性和效率；還運用到生產技術和管理上，有效提升生產效率。陳黃漫表示，廣東玩具產業鏈之所以成為世界上最完善的玩具製造產業鏈，與在粵的許多生產企業尤其是規模企業廣泛應用智能化生產管理有很大關係。

目前不少港資玩具企業的生產品種、設備和技術水平等領先行業，生產包括電子遙控、語音聲控等技術含量高的玩具。而少年兒童喜愛的玩具像「芭比娃娃」「變形金剛」「奧特曼」等，基本都在廣東的港資企業生產。港企恒邦企業公司吳經理表示，近年加強開拓內地市場，現時自主品牌玩具內銷與外銷市場已各佔一半；設計了新型玩具槍以及各種新潮禮品公仔，備受內地家庭歡迎。

### 成人與兒童潮玩市場規模相媲美

值得關注的是，今年春節以來，隨着《哪吒之魔童鬧海》爆火，相關衍生玩具銷售火爆。「這一現象再次證明了玩具的受眾不只是年輕人，也展現了潮流玩具市場的火熱。」陳黃漫指出，潮玩滿足的是消費者想要擁有喜歡的IP文化的情緒需求，如今已成為玩具市場的重要組成部分，其市場規模逐漸可與兒童玩具市場規模媲美。

數據顯示，中國潮玩經濟去年以來新增註冊企業約1.3萬餘家，預計2026年零售額將突破1,100億元人民幣。陳黃漫透露，廣東省玩具協會已成立潮玩分會，即將於4月7日揭幕的第37屆國際玩具及潮玩（深圳）展覽會也將新增「潮玩館」，集中展示潮流及收藏玩具、毛絨玩具，凸顯潮流元素、創意設計及新品類，屆時有超過10家潮玩參展商將在展會首次發布眾多新品潮玩。

廣州萌趣文化創意有限公司董事長劉子誠告訴香港文匯報記者，該企業瞄準「潮玩」品牌，將產品定位為「大朋友的玩具」，以產品品類創新為核心力爭「出圈」，像靜態場景手辦「微盒」、迷你尺寸多玩法「萌趣豆」、搪膠毛絨、可動潮玩「萌動樂」等，都屬於品類創新。該企業近年加快拓展海外市場，目前海外銷售份額比例佔約30%，力爭明年增至50%左右。



●目前中國生產製造全球約70%的玩具。圖為多樣化與智能化的國產玩具在展示。香港文匯報記者方俊明 攝

### 數據看玩具產業發展與新趨勢

- 中國玩具去年實現出口額398.7億美元，其中廣東佔37%以上。目前中國生產製造全球約70%的玩具，而廣東是中國最大的玩具生產和出口基地。
- 去年中國通過加工貿易實現玩具出口額近34.8億美元，佔總出口額比例僅近8.7%；而以自主品牌為主的一般貿易實現出口額近261.2億美元，佔總出口額的比例逾65.5%。
- 去年全球AI玩具市場規模已達181億美元；預計到2033年，該領域全球市場規模將增長至600億美元，其中亞洲市場佔據主導地位。
- 截至今年2月，中國現存在、存續狀態的潮玩經濟相關企業超4.9萬家，其中去年以來新增註冊企業約1.3萬餘家。預計2022年至2026年間複合年均增長率將達24%，2026年零售額將突破1,100億元人民幣。

整理：香港文匯報記者 方俊明