

看500次视频 才赚到10元钱

“看个视频就能把钱挣了”“走走路就可以领钱了”……在家过上退休生活的肖女士在看短视频时，经常能见到植入这类赚钱App的广告，声称利用零散时间在手机上进行简单操作就可获取一定回报，这一诱惑不禁让她心动。

肖女士在手机上下载了三个极速版App，根据不同平台规定，看视频、走路、做任务等都可以换取金币，进而提现。“一开始以为刷到几千金币挺容易的，后面发现10000个金币才能兑换1元钱。”肖女士统计了一下，每天走一万步才赚到700多个金币，看视频短则十几秒，长则三五分钟，三个软件轮流着看，也至少要看四五分钟才赚到1至2元钱。而且随着提现的金额越来越多，赚钱的门槛也越来越高，相同时段内赚取的金币越来越少，“钱变得越来越难赚”。

记者在互联网搜索关键词“赚钱App”发现，各种广告链接层出不穷。有的App为了躲避监管，不在正规的应用商店上架，而是选择在网络上发帖，通过链接下载。另外，很多App还设置了看似丰厚的推荐奖励，与看视频、走路、做任务赚钱相比更是轻松不少，一定程度上加速了各式各样的赚钱App进行病毒式的推广。

那么，下载这些极速版App是否真的就能赚钱呢？具体操作上，以某赚钱App为例，广告号称看视频立马提现10元，还能免费抽奖，营造出一种很快就能提现的错觉。但实际上，记者每次观看30秒以上的视频，才获得0.02元，而平台规定提现至少需要10元，意味着至少观看500次才能提现，多数还是广告之类的内容。有的App则需要达到所设定的“等级”“步数”等目标后才能提现，提现道路上设置了重重阻碍。

“收益证明” 其实是诱饵

记者注意到，为强化说服力，广告商利用数字技术制作各类“收益证明”，形成社会认同效应，通过各类“收益截图”和用户提现凭证，制造他人赚钱成功的假象。网络上流传着一些用户晒出的红包到账截图，显示几天就赚了几十元甚至上百元。

然而，这些截图极具误导性，要么是平台精心挑选乃至伪造

随着短视频应用的不断普及，类似“别打工了，下载应用就能赚钱，微信提现到账”的广告铺天盖地。甚至有广告直接打出“看视频赚100元”“走路就能领现金”等口号。这些广告商锁定中老年人、农民工、宝妈等经济基础薄弱、空闲时间较多的人群。对于辛苦劳作却收入微薄的他们来说，如此“美好”的赚钱机会无疑充满诱惑力。

的少数案例，要么压根就是广告演员在表演。这些收益展示更像是捕鱼用的诱饵，让用户误以为唾手可得。

实际上，在这背后其实是广告商引用户“以身入局”的套路。

当用户满怀期待地进入这些极速版App后才发现，起初，新用户往往能得到几元不等的“见面礼”红包，但继续使用一段时间后，金币奖励急速衰减，从每刷一个视频奖励几百金币降到几十、几个。

显然，这种“刷视频赚钱”的模式下，用户付出了大量时间和精力，换来的却只是微乎其微的报酬。所谓看视频拿现金的高额回报，最终大多沦为空头支票。

用户为兑现“大饼” 掉进看广告的无底洞

这种形式无可厚非，但是否真的能够实现广告商宣称的收益？记者尝试后发现，当用户准备提现时，更大的套路才开始显现。

以某短视频平台注意到的短剧广告为例，广告内宣称新用户可领最高39元现金红包，且随时可以提现至个人账户，而在实际体验后发现，无法获得广告内所宣称的收益。仔细看宣传广告的视频，一行灰色不显眼的小字“视频仅为广告创意”。通过类似这样的套路，不少用户被广告商所宣称的高额奖励所吸引，成为虚构的奖励下新增的用户量。

此外，很多广告所宣传的“赚钱方式”设置了苛刻的提现门槛：小额如0.5元、1元可以秒速提现，



红包到账截图要么是平台精心挑选乃至伪造的少数案例，要么就是广告演员在表演。

但一旦金额稍大，系统就频频以各种理由限制。

从诱导下载到使用提现，全流程都布满精心设计的套路：让用户为了兑现最初许下的“大饼”，不断掉进观看广告的无底洞，甚至帮忙推广更多App。

除了获得的回报与付出的时间精力不成正比，使用这种App一不小心还可能带来种种负面效果，甚至个人信息也被泄露。小轩（化名）告诉记者，下载某赚钱App之后，开始频繁接到骚扰电话，内容大多与网贷或“刷单”相关。

记者调查发现，个人信息收集往往出现在金额提现这一步，平台需要绑定个人支付宝、微信账户，还获取用户姓名、手机号码、身份证号码。刚开始注册登录该App时，也会跳出页面提醒，使用过程中将收集用户提供的信息用于保障产品的正常基础运行，只有同意后才能使用。

值得注意的是，这些广告内容本身也充斥着坑骗陷阱和虚假营销。许多广告打着福利旗号，实际引导用户掉入诈骗泥潭。

在黑猫投诉上，一位用户就遇到过这样的骗局：他在网上看到“花49元充200元话费”的广告，便心动付款，填完信息后却被要求下载另一款App才能兑现，却发现是一家贷款平台。也有打车软件声称关注公众号领券，但点进去才发现需要“激活额度”才能拿到16元打车券。这些借贷类广告套路深、迷惑性强，不少年轻用户稀里糊涂就开通了贷款，直到被催还款才如梦初醒。

“极速版”的初衷是为下沉市场用户提供更轻便易用的应用版本。极速版通常保留主应用核心功能，界面简单，安装包体积小且省流量，方便手机配置较低、存储空间有限的人群使用。

然而，随着移动互联网渗透率接近饱和，广告技术正面临更严峻的增长压力。部分企业转向开发针对特定群体的精准投放系统，将尚未完全融入数字时代的中老年群体作为重点对象。

对广告商来说，这些用户不需要高额补贴就能获取，观看广告的耐心也更强，是可以低成本变现的“优质”用户群。

但对用户而言，这些存在于极速版App广告宣传的赚钱方式早已变味，表面上给了用户几块钱红包，实际上通过轰炸式广告赚走了远超百倍的收益，将本应惠民利民的产品变成了逐利剥削的工具。

泰和泰律师事务所杨琦律师表示，广告商通过“夸大提现金额或隐瞒提现条件”等方式逼用户看更多更长时间的广告，用户难以提现或者提现金额微薄。广告商以虚假或引人误解的内容欺骗、误导用户的行为已经涉嫌构成虚假宣传，侵害用户的合法权益，市场监管部门有权依据《中华人民共和国广告法》或《消费者权益保护法》等法律法规责令广告商停止发布广告、消除影响、处以罚款等，情节严重的，责令停业整顿、吊销营业执照等。

如果违法收集用户名、手机号、身份证等

号、银行卡号等个人信息并出售或提供给他，则涉嫌违反《个人信息保护法》《消费者权益保护法》，甚至涉嫌构成侵犯公民个人信息罪。此外，若广告商利用信息网络为实施诈骗等违法犯罪活动发布虚假广告信息，将构成非法利用信息网络罪，面临有期徒刑或者拘役以及并处罚金等处罚。

数字营销技术本身并非问题所在，问题在于如何确保这些强大的技术工具被合理、合法、合乎伦理地应用。期待相关部门与行业组织能够共同推动数字广告技术的健康发展，让先进技术真正服务于创造价值，而非制造“陷阱”。

那么，对于此类骗人的赚钱App，用户应如何预防呢？

网络安全专家表示，用户下载、使用此类赚钱App时，首先要清楚其赚钱原理，其间获取了自身多少权限；其次，衡量投入的时间成本与赚到的钱是否成正比。最后，尤其要警惕从非正规的应用市场，只通过网络链接便可自行下载的App。“如果一个App连正规的渠道都没有的话，有很大的风险，这是一个常识问题。”

为防止掉入消费陷阱，用户首先自身要提高意识，天下没有白吃的午餐。“很多App背后就是一个机构企业，以赚钱为目的，消费者要有正常的商业逻辑去判断。”

本版稿件综合新华网、武汉晚报、封面新闻等

警惕非正规应用市场下载App

网络安全专家提醒用户