

# App“搬砖”赚零钱可能得不偿失 几块钱收益背后暗藏风险

本报记者 楚女

从金融、通讯平台的签到攒积分换红包,到网购、社群平台的推广任务赚赏金,不少老年人用大把时间在各类手机App中“网络搬砖”,在微薄的收益里寻找老有所为的价值感,看似稳赚不赔的指尖劳作背后,涉及网络成瘾、健康受损、个人信息泄露等多重困局,“赚了零钱”的老年群体实则付出了远超收益的代价。

早上7点准时起床完成首轮App签到、上午10点分享广告内容到朋友圈、下午3点转发推广任务、晚上8点蹲守直播间看视频领积分……如今,这种分秒必争的生活日程表,成了不少老年人的每日“必修课”。

## 定闹钟的“打卡族”

“这个金融App每天早上6点就可以点击领积分了;这个网购平台上午10点有签到翻倍活动,不能错过;还有这个通信软件,分享3次内容就能领话费券,晚上9点前必须做完。”家住育才北街的刘女士今年70岁,退休前是某事业单位的文职人员,如今她的手机里存着10多个带有“签到赚积分”“分享赚赏金”功能的App,手机闹钟里设置了8个不同时间段的提醒,专门用来完成各类平台的“每日任务”。

刘女士的“搬砖”生涯始于2023年,在她与邻居组建的老年活动群中,经常有“老姐妹”会转发各类手机App的签到攻略、任务链接和收益截图。“开始我只是抱着试试的心态,想着每天动动手指,就能换点话费和买菜钱,也不费什么事。”刘女士告诉记者,最开始她只用3个常用平台签到,后来随着群里的攻略越来越多,她下载的App也越来越多,每天花在任务上的时间也从最初的10多分钟,涨到了现在近2个小时。

而她的收益却和付出的时间不成正比。刘女士算了一笔账:大多数App每天签到只能获得1~5个积分,普遍需要1000积分才能兑换1元现金,单靠签到每天最多只能赚0.5分钱;就算加上看广告、分享内容的任务,每看完一条近30秒的广告只能获得1~2分钱,每天看完20条广告,最多也只能

赚4毛钱;至于转发邀请他人的赏金任务,看似邀请1人能得5~10元,实则要求对方必须是未注册新用户,还要连续登录7天才能拿到全额赏金,难度极大。“最好的一个月,我赚了22块钱,最少的一个月只有7块钱,平均每天不到1块钱。”

即便收益微薄,刘女士却始终乐此不疲。在她看来,这笔钱虽然不多,却是自己“一分一分挣来的”,能让她觉得自己“不是在家吃闲饭,还能创造价值”,现在像刘女士这样的群体正在快速扩大。央视新闻去年发布的2025年《国民视觉健康报告》显示,60岁以上老年人均手机使用时长达4.2小时,较五年前增长300%。

## 得不偿失的“指尖劳作”

“零成本、高满足”的网络“搬砖”行为,暗藏着多重风险,老年人在获得微薄收益和心理满足的同时,付出的却是健康、时间、财产安全等远超收益的沉重代价。

最直观的问题就是手机沉迷对健康的伤害。家住西京街某小区的封先生把指尖“搬砖”做成了“全职工作”。现年57岁的封先生经营着一家不小的社区超市,2024年下半年,他被合作的业务商拉进了一个“推广赚佣金”的微信群,从此便一头扎进了各类推广任务中。

“做买卖的都是互相帮忙,我一开始也只是帮朋友把链接分享到朋友圈,有人注册就能拿赏金,后来发现邀请的人越多,拿的钱越多,于是开始到处找人帮忙注册。”封先生告诉记者,经营超市闲暇时间多,他每天花数个小时研究各个平台的佣金规则,甚至凌晨一两点还在群里交流“拉新攻

## 老年人手机App收益暗藏风险 收益背后的陷阱



略”,常常熬到深夜才睡觉。

2025年10月,封先生的身体出现了血压骤升、记忆力明显下降等脑梗前兆,被家人送进医院住院治疗,接诊大夫在了解情况后明确表示,持续熬夜和长期低头看手机是老年群体患上心脑血管疾病的重要诱因。

记者从网上查询到,国家卫生健康委员会、中国科学院心理研究所等多个权威机构在不同场合都告知过老年群体:各类App的定时签到、随机红包、阶梯式奖励等设计,本质上与行为心理学中的“强化机制”有关,和赌博成瘾的底层逻辑高度相似,即通过不确定的小额奖励,持续刺激大脑的奖赏回路,让用户形成持续依赖。老年人的大脑抑制功能、认知加工能力随着年龄增长有所下降,对这种成瘾性设计的抵御能力更弱,极易形成强迫性行为。

对于在手机App上“搬砖”,更大的危险是个人信息泄露和养老诈骗的陷阱。记者调查发现,绝大多数带有“签到赚积分”“推广赚佣金”功能的手机App,在用户使用前都会要求授权通讯录、位置信息、相册、存储权限,部分App甚至要求用户上传身份证号、绑定银行卡,才能完成提现。老年人的个人信息保护意识普遍薄弱,往往会在不明所以的情况下误操作授权、提交个人信息,导致个人敏感信息被平台收集、泄露,甚至被不法分子倒卖利用。

我市同泉里助老机构负责人王女士建议,老年人的时间和精力,本身就是宝贵的财富,把大量的时间花费在这种极低收益的重复劳动上,本质上是对自身价值的消耗。这些时间如果用来锻炼身体、培养兴趣、陪伴家人,能获得的价值,远比网络“搬砖”所得的这几块钱高得多。

# 遇“霸王条款”消费者维权有法可依

日常生活中,许多消费者都遇到过“一经售出概不退款”“本饭店禁止自带酒水”“一切解释权归本店所有”这类商家贴出的标识。不少消费者误以为这是商家的“合理规矩”,遇到纠纷时觉得商家已给出提示,问题在自己身上。事实上,这些看似常见的消费标识,均属于逃避经营者法定责任的“霸王条款”,《中华人民共和国民法典》《中华人民共和国消费者权益保护法》中有明确规定,此类不公平格式条款不具备法律效力。

消费市场上最常见的标识是“一经售出概不退款”“特价商品概不退换”,这

是商家规避售后责任的典型条款。《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十四条明确规定,经营者提供的商品或服务不符合质量要求的,消费者可依照国家规定退货,或要求经营者履行更换、修理等义务。相关法律的解析细则概括为,无论是正价商品还是促销特价商品,只要存在质量问题,商家都必须依法履行退换、修理义务。仅当商家事先明确告知消费者商品存在特定瑕疵、以处理品形式销售时,才可就已告知的瑕疵部分免除责任,正常促销商品无权拒绝消费者的合法维权诉求。

“本饭店禁止自带酒水”“包间最低消费”等同类条款,属于限制消费者自主选择权的典型霸王条款。《中华人民共和国消费者权益保护法》第九条、第十条分别赋予消费者自主选择商品或服务的权利、公平交易的权利。消费者有权自主决定是否购买商品、接受服务,有权拒绝经营者的强制交易行为,餐饮商设置禁带酒水规则、最低消费门槛,本质是限制消费权利,属于不公平交易条件,依据《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十六条规定,这类条款一律无效。

(焦燃)



建行大同分行

## 国债宣传下基层 优化服务暖民心

为进一步普及国债知识,满足辖区居民稳健理财需求,建行大同分行组织辖内网点深入周边社区、沿街商户、街道广场及便民服务中心等地,开展2026年首期凭证式国债专项宣传活动,将安全可靠的理财服务送到群众家门口。

活动现场,该行员工通过发放宣传折页、介绍基础知识、面对面讲解等方式,向过往居民、商户经营者等详细介绍本次凭证式国债的发行信息,重点讲解国债国家信用、保本保息、收益稳定、流动性较好等核心优势,清晰告知国债发行时间、利率、购买限额、购买渠道等具体内容。

针对群众关心的购买额度、提前兑付规则、利息计算方式等热点问题,该行员工逐一耐心解答,用通俗易懂的语言拆解专业知识,让老年群体等普通客户听得懂、能明白。同时,结合日常金融案例,该行员工同步开展反诈防骗、防范非法集资宣传,提醒群众远离非法金融活动,树立理性投资观念,守护好“钱袋子”。

此次宣传活动覆盖多个便民场景,深入基层、贴近群众,有效提升了凭证式国债的社会知晓度和认可度,获得了辖区居民和商户的一致好评。

(江华 杨雪峰 刘艳武)

建行煤炭支行

## 清朗金融网络 守护安心消费

为深入践行“金融为民”理念,切实提升群众的金融素养与风险防范能力,建行煤炭支行以“3·15”国际消费者权益日为契机,组织“张富清金融服务队”走进合作企业,开展以“清朗金融网络,守护安心消费”为主题的金融消费者权益保护教育宣传活动。

活动现场,宣传人员结合职工工作特点与金融需求,通过摆放主题展板、发放定制宣传折页、现场答疑讲解等形式,围绕存款保险制度、个人信息保护、防范非法集资及电信诈骗、养老金融风险防范等核心内容展开宣讲。针对企业职工常见的资金管理需求,重点解读了“高息”陷阱、虚假贷款中介等诈骗套路,结合真实案例剖析诈骗分子的惯用伎俩,手把手指导职工辨别金融骗局,提醒大家守住“钱袋子”。

同时,宣传人员向企业职工细致讲解了信用修复政策等内容,对职工提出的理财投资、贷款办理等疑问一对一解答,帮助职工清晰掌握金融消费者权益保护知识与维权途径。活动累计发放宣传资料100余份,覆盖职工100余人,有效打通了金融知识宣传的“最后一公里”。

此次走进合作企业开展宣传活动,是建行煤炭支行落实金融消费者权益保护工作的生动实践与具体举措。下一步,该行将持续深化“四个一”活动,常态化开展精准化、差异化的金融宣传,以更有温度、更具实效的金融服务为守护金融消费安全、营造清朗金融环境贡献建行力量。

(培培 杨磊 杨雪峰)