

一个人操控100个账号 把“旅游搭子”骗去新疆

屏幕前面是“搭子”，屏幕后面是“骗子”： 起底“旅游搭子”背后的灰色产业链

深夜落地，约好的“旅游搭子”却人间蒸发，这类糟心事正频频发生在新疆、西藏等长途旅游线路路上。记者调查发现，随着年轻人热衷找搭子结伴出游，一条分工明确的灰色产业链悄然成型：有人同时操控上百个社交账号，伪装成志同道合的旅伴，把单独出行的游客一步步引入精心设计的包车、跟团陷阱。游客一旦交钱，承诺便接连落空，维权更是举步维艰。披着“搭子”外衣的揽客套路，如何从引流、成交到甩锅环环相扣？又为何屡禁难止？

深夜机场约好的搭子消失了

夜里十二点多，唐宁走出乌鲁木齐天山国际机场，发现旅游搭子消失了。一个多月前，唐宁在小红书上发帖寻找旅游搭子，然而，本该在机场集合的搭子，早已发来消息：“我晚到了几分钟，没赶上飞机，已经改签到明晚了。”唐宁和提前订好行程的旅行团司机见上面，才得知自己要被临时插进另一个团，第二天就得出发。她赶紧发消息询问搭子怎么安排，却迟迟等不到对方的回复。她试探着问司机，如果不进这个团能不能取消行程，司机却告诉她，取消就得赔偿3000元团费。

直到这时，唐宁才反应过来，这个在网上陪着自己聊了一个半月的搭子，很可能是个骗子。“以前我找过不少同城搭子，相处还都挺愉快的，这次长途旅游让我开始害怕搭子了。”唐宁第二天便返程，放弃了新疆之行。

据中国青年报社社会调查中心联合问卷网对1335名受访者进行的一项调查，72.6%的受访青年表示自己生活里有搭子，68.9%的青年认为找搭子是踏出社交舒适圈、寻求新型社交模式的勇敢一步。演员史元庭因在泰山陪爬走红，他告诉记者，在陪爬过程中发现大多数游客本身压力较大，社交圈比较单一，想要通过找搭子出解压，期待更轻松有质量的互动。

然而，因为找旅游搭子被骗定金、被“放鸽子”的案例也有很多。张凯在新疆从事旅游行业多年，半年来在短视频账号陆续发布了一百多条视频，发得最多的就是揭露旅游搭子骗局的内容。他告诉记者，前后有二十多个人向他讲过自己遭遇旅游搭子骗局的经历。“这些游客落地新疆后，之前联系的搭子说辞如出一辙，有好几个都说自己摔了一跤，还拿出带血的图片当佐证。”张凯说，这些游客其实早早就被忽悠交了团费，最后只能临时一个人继续行程，“大部分游客只能忍气吞声，临时想改团也没办法改”。

长途线路成了骗局重灾区

张凯口中那些被骗的游客，目的地几乎都指向同一条路径——动辄超过2000公里的长途旅行线路。青甘大环线、新疆、西藏，正是旅游搭子骗局密度最高的地区。在新疆做租车生意的张振宇看得清楚：“这几条路线必须包车或者自驾出行，一个人走花费高、难度大，找搭子拼车拼房是刚性需求。”他解释，来新疆的散客大多需要租车，租期基本在7天以上，夏天跑伊犁，冬天涌向阿勒泰。单人长途开车吃不消，很多人就会选择组团，找一名“领队”来开车兼导游。

这种刚需，被一些人做成了精准的营销手段。宁夏麦草国际旅行社负责人陈刚坦言，今年旅游生意不好做，部分无资质中介、小型违规门店为抢流量，借“找搭子”名义违规揽客。正规旅行社的



小红书上的找旅游搭子的帖子(图源:网络)



做法是先搭子群引流，发布“找搭子”信息，把有出行意向的人拉进群，再成交小团、包车或者定制游产品。单独出行的游客同样可以报名，旅行社统一按照年龄、性别和出行时间匹配团员。

问题在于，大量披着“搭子”外衣的账号从一开始就没打算提供匹配服务。一个值得注意的细节是，这些在社交平台上热情寻搭的账号，IP地址往往刻意挂在外地，不在青海、甘肃、新疆本地。“目的就是让游客觉得‘他不是本地人，不可能是托’，降低防备心。”张振宇说。

一人操控百号扮搭子钓鱼

新疆小巴郎旅行社联合创始人小涵早在几年前就发现，社交媒体上不少看起来十分真实的避雷帖、攻略帖，其实大多是引流帖。那些配有精美照片、详细路线的账号，内容可能是同一个人批量制作的。“一家旅行社可以运营上百个账号，有专人负责做内容，有人负责回复私信，还有人负责把客户引流到微信。”

青海领队陈龙表示，这种批量引流的模式，业内早就有专门叫法，叫百推团。“这些账号发布的内容全是模板化的。”一个人就可以管理几十上百个账号，发布的图片大同小异，文案差不多，连头像风格都是统一的。这些账号甚至会统一在找搭子的帖子下面留言“姐妹

我也想去”“时间刚好对得上”，营造出真实火热的结伴氛围，吸引单独出行的游客上钩。

桂林市文化市场综合行政执法支队公开信息指出，这类“百推模式”多以精美的软文、纯玩、超高服务标准为卖点，吸引游客支付定金但不签订合同；游客抵达目的地后，提供接待服务的旅行社未如实告知，书面合同内容与前期宣传承诺不一致，进而引发虚假宣传、合同签订不规范等问题。从单一账号诈骗到多账号矩阵运营，从平台内直接交易到跨平台引流、私域成交，这条灰色产业链每个环节都在走向精细化。

说好航空座椅一上车全变

上个月刚在西藏结束行程的刘欣，此前被短视频平台一位领队账号的内容吸引，带着一家五口报名了小团服务，结果全程体验糟糕，心态彻底崩了。刘欣告诉记者，领队当初作出的多项承诺全都没有兑现：承诺全程使用航空座椅商务车，实际只是普通商务车；实际行程和签约安排完全不符；承诺使用单反或无人机拍摄，全程只有一个小时有拍摄设备。对游客来说，最担心的“货不对板”几乎全部应验。

更让她难以接受的是，领队在旅途中告诉刘欣需要额外支付景点费用，“旅行社给领队的钱很少，已经不够付景点门票了”。刘欣这才意识到，这家旅行社相当于“总包”，而领队是“外包”人员，是旅行社临时雇来的非专业导游。“短视频里的‘领队’实际上只是旅行社的销售人员，并不是我们旅行过程中的领队，只是拍了视频来引流。”刘欣说，“我被领队账号的内容蒙骗了，没想到全是坑。”

文化和旅游部曾明确警示：警惕无旅行社资质者以“旅游搭子”“定制师”名义招徕游客。更大的难题来自维权——游客从公域被引入私域，没有签订正规合同，付款直接转入个人账户，缺乏合同、票据等证据，维权难度极大。刘欣的投诉目前已被西藏文旅部门受理，但旅行社却百般推辞，“让我有任何问题都找司机，试图切割责任”。张凯也提到，不少从业者积攒大量投诉后，每年换一家公司、换一个平台，重新打造人设，让更多消费者蒙受损失。 据中国新闻周刊

热评

别让旅游搭子 游走在灰色地带

旅游搭子骗局的迭代速度，已经远远跑在了监管前面。年轻人渴望在旅途中找到合拍的同伴，这份社交需求本身真诚而热烈，却被一条分工明晰的灰色产业链精准收割。从一个人操控上百个账号扮搭子“钓鱼”，到异地进行引流和签约的身份切割，再到落地后层层转包、承诺缩水、事后换壳重生，每一个环节几乎都留下了推责的退路，却堵死了游客维权的出口。

真正令人担忧的，是这种模式正在被默认为一种“无本生意”。相比传统线下门店揽客，线上百推模式成本更低、隐蔽性更强、追责更难。平台的内容审核更多集中在低俗、违规等显性问题上，对于打着“找搭子”旗号的商业化引流，识别和打击的穿透力明显不足。而一旦交易转入私域，旅游监管部门的传统执法手段便面临“看不见合同、找不到主体、追不到资金”的窘境。

让搭子回归真诚，需要更明确的规则边界。一方面，社交平台应当把“旅游搭子”类目纳入重点监控范畴，对高频发布结伴信息、跨区域引流的账号实施实名核验和资质备案，不能等问题集中爆发再被动处置。另一方面，文旅、市场监管等部门需要建立跨平台的线索移交和联合执法机制，将私域交易中的虚假宣传、合同欺诈等行为纳入有效监管，斩断“换马甲”继续揽客的链条。

对年轻人而言，向往一段说走就走的搭子之旅，并没有什么不对。真正需要走在前面的，是让每一段旅途都有处可查、有人可找、有法可依。当“找搭子”不再需要先赌一把运气，旅途才可能真正回归风景本身。

上游财经-重庆晨报记者 余麟