

从“买夸奖”到“代吃喝” “脑洞大开”的消费能走多远?



新华社 龚雯 吴振东

最近,一种无论你说什么都会被人围起来夸奖一番的“夸夸群”走红网络,有人趁热打铁将其明码标价做成了一门生意。记者发现,不仅“夸奖”可以用钱买,一些网络平台上还有代喝奶茶、代吃火锅等服务在出售。为何会出现这类“脑洞大开”的花式消费,有多少人愿意为之“买单”,未来又能走多远?记者进行了调查。

明码标价的“夸夸群” 你尝鲜了吗?

打开淘宝搜索关键词“夸夸群”,经营此类产品的商家不在少数,产品介绍千篇一律:“一本高材生在线夸人”“送女友、家人、闺蜜超惊喜”……费用一般根据群的人数和夸的时间而定,低至5元、高达100多元。“群友”越多、时间越长,价格也越高。从销量看,有的月销已超千笔、评价过百条。

记者挑选了一款夸人服务送给朋友,

待下单后通过添加客服微信,记者和朋友都被拉入一个微信群。收到提示后,“群友”们就会开启夸夸模式:“小姐姐的头像真好看”“您一进群让我们的群与众不同了”……

从用户评价看,给予“好评”大多是因为:很新奇的一次体验,给人惊喜和快乐。也有不少评论认为夸得有点尴尬,感觉就是拼手速,一下发太多,不走心、没互动等。

华东政法大学副教授马川认为,“夸夸群”的流行与当下年轻人群体的交往需求相关,“很多人在现实生活中难以做到面对面直白夸奖或者鼓励,这种需求可以在互

联网上寻求表达、放大、满足。”

复旦大学心理健康教育中心专职心理咨询师周子涵表示,人们渴望被关注、被肯定的需求,与通过帮助他人实现自身价值的需求,在“夸夸群”里能得到一定满足。

代喝奶茶、代撸猫 这波操作你可见过?

相比传播快乐的“夸夸群”,记者发现最近网上还出现不少“脑洞大开”的服务消费产品,包括代喝奶茶、代吃火锅、代撸猫,产品介绍例如“能拍照拍视频反馈,免去大家排队和长胖烦恼”“你下单,我撸猫给你看,可以发照片和视频”……

以闲鱼APP为例,消费者可以在提供“代喝奶茶”的卖家中选一个,根据金额下单支付后,对方就会去买一杯指定口味的奶茶,然后录一段视频发给消费者。视频包括讲述奶茶的颜色、材料、甜度、香味等,并会显示当日时间,说明是一款“个性化定制”服务,而非拿录制好的“网红”视频进行“一对多”发送。

有网友留言表示,想喝最新口味的奶茶,又怕里面奶油太多会发胖,正好网上有花钱请人代喝的服务,所以下单买来尝尝鲜。

中国贸促会研究院国家贸易研究部主任赵萍说,上述消费尽管比较小众,但是折射出消费的个性化和多样化,这也是未来的趋势。人们得到的是一些精神方面的满

足,更像是花钱买一份“体验报告”。

花式消费能走多远?

业内人士认为,在大众创业、万众创新的年代,互联网等科技革命越来越能激发出人们的灵感,服务创新业态将层出不穷。

“但是个性化和多样化的服务,仍要看成本与收益,这是绕不过的话题。”赵萍说,倘若只是一种消费现象,没有一定量级的市场规模、盈利模式、时间检验,可能还无法马上将其称为一种新兴服务消费。

另外,上海市商业经济学会会长齐晓斋表示,互联网推动了“社交消费”,市场也乐得“投其所好”。上述小众消费现象的背后,除了90后、00后年轻人可能喜欢猎奇新事物以外,也有商家借助新媒体、新平台进行营销传播的考虑。

马川也认为,“社交消费”新鲜、有趣、互动性强,这都是吸引年轻人的地方,但社交话题和热点来得快、去得快,很多时候是游戏、跟风和炒作的产物,很难成为一种稳定的、持续的消费模式。

出于新奇,复旦大学生小许最近为“压力山大”的考研室友购买了一次夸人服务,5分钟夸下来,小许并不太满意,主要是还不怎么了解“客户”需求就泛泛而夸。“舒缓压力的效果有一些,但不会第二次购买了。相比之下,还有更多更有针对性的解压方式。”小许说。

多家店铺被处以大额罚单 社交电商为何频触传销红线?

《工人日报》

日前,广东省广州市市场监督管理局就广州花生日记网络科技有限公司传销(直销)违法行为作出处罚决定:责令其改正传销的违法行为;没收违法所得7306万元,罚款150万元,合计7456万元。

记者注意到,这是迄今为止国内社交电商的最大一笔罚单。此前,社交电商云集微店和达人店也因涉嫌传销并被处以大额罚款。

传销是我国法律明令禁止的行为,但为何发展势头正劲的社交电商频频触碰传销红线呢?记者近日采访了相关专家学者。



记是否构成传销上采用的标准依然是从是否涉嫌拉人头、销售环节的人员提成是否复式计算等方面,可见现有的监管尺度还是按照《禁止传销条例》的规定来认定是否构成传销。

不过,也有专家认为,花生日记经营模式中没有实际受害人,被判定为传销存争议,不利于社交电商的发展。但这无疑提醒广大社交电商平台在商业模式设计时,要从现实层面注意考虑合规。

消费者应当心新的传销骗局

“传销的社会危害性比较大,金额也比较大,特别是涉及金融诈骗、非法集资这些领域,成了一个影响市场秩序和社会稳定的突出问题。”原国家工商总局新闻发言人于法昌曾指出。

国家市场监督管理总局今年2月底公布的数据显示,2018年,全国市场监管系统查处传销、直销案件3500多件,罚没金额9.6亿元。

记者注意到,除了社交电商平台容易涉嫌传销之外,当前有些直销也渐渐变成传销,变成金融诈骗。此外,还有一些新型传销打着“消费返利”“共享经济”“众筹”“献爱心”等旗号欺骗消费者。

对此,中国人民大学法学院教授刘俊海表示,当前网络传销犯罪手法翻新,具有很强的迷惑性、诱惑性,但其拉人头、非法牟利的本质不会变。一方面有关部门应加大对传销违法行为的打击力度,另一方面消费者也要切实增强防范意识,自觉抵制传销,防止落入传销的“坑”。

多家社交电商涉嫌传销被罚

3月20日,记者从国家企业信用信息公示系统上看到,广州市市场监督管理局作出的行政处罚决定书指出,早在2018年9月25日就对花生日记涉嫌传销的违法行为进行立案调查。

经查明,从2017年7月28日至2018年9月25日立案期间,该公司以平台运营商可获取其发展的会员所购买的商品一定比例的佣金为诱饵,发展了多个粉丝数量多、流量大的流量运营公司,作为其分公司(也称之为运营中心),再由这些分公司去管理运营商,运营商负责发展会员,按照层级提取佣金。

期间,当事人通过设定“平台(分公司)-运营商-超级会员-超级会员”的层级式管理架构,采取多层次佣金计提制度和会员升级费用等手段。截至2018年9月25日,花生日记会员总数达2153万余人,会员遍及全国各省市,收取佣金金额达

约4.57亿。

此前,社交电商云集微店和达人店也因涉嫌传销被罚。浙江省工商局网站2017年公布的浙江“红盾网剑”专项执法行动十大案例中,浙江集商优选电子商务有限公司运营的云集微店APP,以“交入门费”“拉人头”和“团队计酬”的行为展开网络传销行为,被认定为网络传销,因违反《禁止传销条例》被工商部门处罚近985万元。

2018年7月6日,杭州市余杭区市场监管局认定达人店(运营公司主体为杭州达辰网络科技有限公司)涉嫌传销,谋取非法利益被罚没超391万元,并被浙江工商、公安两部门通报为“十大网络传销违法犯罪典型案例”。

刑法上的传销与执法层面的传销有区别

那么,一些社交电商平台是怎么走上传销道路的呢?

中国政法大学知识产权中心特约研究员赵占领对记者表示,《禁止传销条例》第二条、第七条等都已经明确了传销的概念和种类。根据该条例之规定,凡是涉及“团队计酬”“入门费”“拉人头”的商业模式都属于传销情形。

“随着线上获客成本不断增加,不少平台将社交化推广作为收割流量的法宝,这种通过会员不断发展下线来引流的机制,本身与传销有一定的相似之处。另外,一些平台自认为已经做了有效的规避措施。但事实上,刑法意义上的传销与市场监管执法层面的传销有一定区别。‘三级传销’其实是刑法意义上判断是否构成组织、领导传销活动罪的一个判断标准,所以很多社交平台采用的割裂层级、变逐级销售为逐级推广的规避措施都是没用的。”北京盈科(杭州)律师事务所方超律师说。

对此,电子商务研究中心特约研究员、浙江圣港律师事务所高级合伙人黄伟律师表示,从本次对花生日记的行政处罚决定书来看,广州市市场监管部门在认定花生日