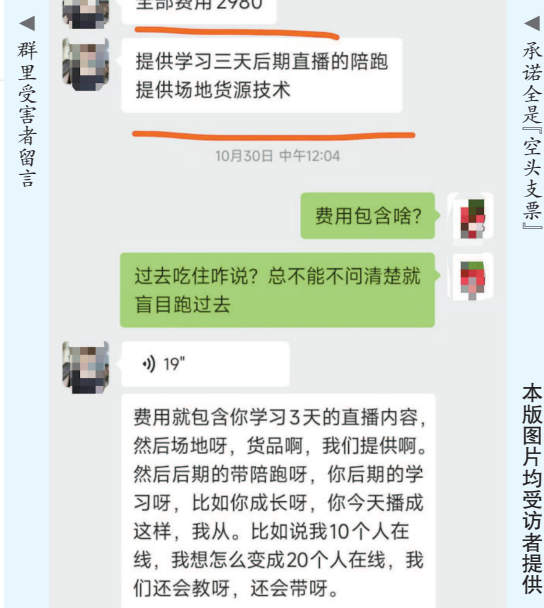
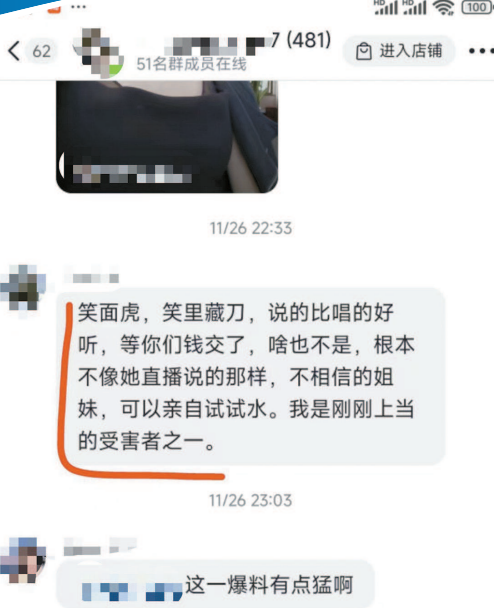


962555

帮忙

能卖的货无吊牌外包装,外表脏



承诺全是「空头支票」 本版图片均受访者提供

短视频平台招聘主播号称日赚斗金

应聘带货被坑数千元培训费

画饼 零成本高回报

“他们宣称有进口童装品牌独家授权货源,货好不愁卖,提供直播技术,急需带货直播加入。”宝妈陈女士告诉记者,自己在知名短视频平台上无意间刷到一名徐姓主播的直播,对方一面展示自己偌大的上海仓库,吹嘘得天花乱坠,一面介绍身后也在开直播的主播们。“这个60岁的阿姨一场直播能卖上百单,每天播两场,每场营业额1.4万元,利润率30%。”镜头前,徐主播指着一名正在打包发货的“高龄”主播举例。一连几天,陈女士听得热血沸腾,随即加入粉丝群,此时群里已经有400多人。

10月底,在徐主播的线上邀约下,陈女士特意从南京赶到上海,前往嘉定区外冈镇汇富路一仓库考察。“现场看着和直播镜头里展示的一模一样,我们完全没有怀疑。”仓库的货架上堆满了各类童装,满地的纸箱里也都放着上档次的衣服,款式齐全,包装完好,让人目不暇接。

“别人都拿不到这些货源,仓

库里的货都能卖,不需要你们前期投资,开播卖出一单算一单。”遇到退货怎么办?“七天无理由,全退回仓库。”随后,她又话锋一转,强调直播还是有门槛。

那么,门槛到底是什么?那就是每位“应聘主播”都要交2980元培训费——学习3天直播内容,后续还有陪跑服务,运营涨粉、拉高流量等。最重要的是,场地和货源都“不用愁”。“所谓的3天教学总共就6小时,只讲一些显而易见的內容,没有任何干货。”

套路 卖越多亏越多

和许多学员一样,陈女士参加直播后才意识到自己被狠狠“坑”了。“实际直播卖货和承诺大相径

庭,越卖越亏,陪跑服务也压根没提供过。”

套路一:货源受限,仓库的好货不给卖,能卖的童装不是款式陈旧、尺码不全,就是没包装、没吊牌,有的表面还脏兮兮。

套路二:想卖好货,必须充钱,起充费5万元和10万元两档,充越多能挑的款越多,折扣也高。

套路三:退货不管,或者按88折售价“贱卖”给仓库。

套路四:水军刷单,在不同学员直播间下单同款衣服三十四件,一旦发货,随即退款。此外,承诺陪跑服务也从来没有提供过。

陈女士向记者举例,一件衣服以40元进价向仓库拿货,对外售

价是59.9元,如果顺利卖出去,扣除4元的快递费,净赚15.9元。但一旦退货,仓库不以原价回收,要么主播自行“买单”,要么折扣价转卖给仓库。也就是说,不但倒贴了快递费,还要被坑退费差价。有一次,陈女士本可以卖出11件衣服,但因尺码不全,最后只卖出一件。她算了下,在仓库播了8天,每天播6小时,最后一分不挣,还倒贴了8000多元。

很多人等反应过来发觉已上当受骗,应当向那名徐姓主播讨说法时,反被倒打一耙“难道你们一点风险都不承担啊?”有些主播不甘心,一狠心加码交钱,谁知越陷越深,只能不停在仓库直播卖货,俨然成了“免费”劳动力。

警惕 一茬茬“割韭菜”

事发后,学员们纷纷去投诉,但整个交易过程,既无正规合同也无正规发票,维权艰难。“仓库是骗子租的,货源也是她从别处拿的,根本不是品牌独家授权。”更让大家气愤的是,在短视频平台,这名徐主播还在以不同小号“招摇撞骗”,每天仍有源源不断的“新面孔”涌进仓库。老学员向记者透露,去年就招了1000多名学员,“韭菜割完一茬又一茬”。

近年来,短视频直播带货火热,很多人跃跃欲试,也纷纷想分一杯羹,直播培训悄然兴起。主播培训热,是馅饼还是陷阱?记者上网搜索发现,类似的投诉不在少数。比如,以“直播带货培训课程”“引流养号”的名义忽悠,收取所谓的培训费,但交钱后往往态度大变,更有甚者直接携款跑路。

业内人士指出,线上带货培训俨然成了新骗局,若不加以辨别陷入其中,不仅求职者“很受伤”,网络秩序还可能被扰乱。面对所谓高收入、高回报,大家务必要“擦亮眼睛”。 本报记者 季晟祯

泡芙变质 退款遥遥无期 媒体介入 款项已经到账



市民刘先生向“新民帮依忙”求助,一个月前,他在LuOne凯德晶萃广场乐乐茶门店购买了一款独立包装的海盐厚乳口味冰泡芙。回家后,他将泡芙放入冰箱冷藏。当他打开食用时发现,泡芙本体发酸、发臭,严重腐败变质。让刘先生郁闷的是,联系门店并达成“线上退款”承诺后,退款却“遥遥无期”。

据刘先生回忆,11月初,他与朋友在徐家汇路268号LuOne凯德晶萃广场乐乐茶门店购物时,随单买了一款海盐厚乳口味冰泡芙。“泡芙独立包装。我瞄了一眼保质期,可以存放180天,于是,我就放心地把它放入冰箱冷藏了。”

12月13日,当他从冰箱内拿出这包泡芙,撕开包装准备享用时,让他意想不到的一幕发生了。“刚打开包装,就闻到一股令人作呕的腐臭味。包装袋里还有析出的酸水,实在是太恶心了!”刘先生观察到,包装上显示的生产日期为10月31日,显然还远没有过180天保质期。他马上致电凯德晶萃

广场乐乐茶门店,店员表示,会由店长来处理此事。“店长接通电话后告诉我,泡芙需放在冷冻室内保存。但是,门店在出售商品时,从没有人告知过我这一点。”刘先生说,双方最终协商一致:由店长添加他的微信,做线上退款处理。可是,两天过去了,门店的承诺成了“空头支票”。“既没有人打我电话,也没有人加我微信。我给门店打电话催促时,对方答应说‘立即处理’,也不了了之,根本是把我晾在一边了。这难道就是大品牌处理消费者投诉的态度?”

记者联系到门店,店长反馈,确实收到过刘先生的投诉,但因为门店“太忙”,没及时处理。“非常抱歉,我们会马上联系当事人。”对方如是说。刘先生表示,食品安全大于天,希望品牌方足够重视消费者的购物体验,履行诺言,从速处理问题。截至发稿,刘先生终于收到了退款。 本报记者 徐驰

小帮呼有应

小帮呼

人行道沦为快递分拣场扰民多年

希望相关部门加强执法力度,还路于民

多位市民向“新民帮依忙”反映,位于静安区句容路海防路口的人行道上,快递公司的包裹常堆积如山,送货的货车和电瓶车违停马路上,给市民出行带来严重不便,希望相关部门加强执法力度,消除道路安全隐患,还路于民。

记者来到现场后看到,市民所指地点位于句容路海防路口的东侧人行道上,此处的2间门面为极免速递和申通快递的分拣站。现场,一辆申通快递厢式货车竟开上了人行道,整个车身横跨在机动车道和人行道上,车厢后门对准店面,相关人员正在装卸快递。此时的人行道一片狼藉,铺满大大小小各类快递包裹。记者目光所及,有近百余只纸板箱和塑料包裹杂乱无序地堆叠着,有些包裹甚至由于人行道上的一座座“快递山”堆放太高而滚落至机动车道上。

沿街小区多位居民表示,这样的情况已存在好几年了,一直

无人来管。市民王先生猜测道:“可能马上要过年了,很多人年货买得多了,快递来不及送,所以堆在这里了。”不过,也有市民表示,快递就不该堆在人行道上。“我们理解快递小哥,但是将快递往人行道上堆的做法,实在不可取。一方面,肯定是占去了人行道;另一方面,快递万一丢了,谁来负责?”

在他们看来,这段人行道平时就过于“饱和”,在刚刚过去的“双十一”和“双十二”电商促销节时,这里更是沦为堆物“重灾区”。居民李女士直言,电商购物节等“高峰期”到来时,人行道上堆积的包裹会让人感到“密集恐惧”。

采访中,记者还发现,此处的海防路是下匝道口,只有一根车道,不少快递公司的送货员分拣快递时,将自己装载货物的电瓶车直接停在马路边,让原本不宽敞的道路更显拥挤。而人行道被这些快递侵

占后,行人只能走在机动车道上,身边不时有车辆呼啸而过,十分危险;有的行人还与电瓶车和汽车一起“抢道”,险象环生。路过的市民纷纷吐槽道:“几乎没有落脚的地方,行人只能被迫‘与车共舞’。”

对此,多位市民建议:快递分拣占用人行道,一方面,希望城管部门予以重视并加强执法;另一方面,企业也应因地制宜,在附近找到网点,而不是采取粗放的“就地分拣”的方式,影响周边居民的生活环境和市民的正常出行。

本报记者 陆常青



本版编辑/唐 戴 视觉设计/竹建英