

拉下线躺着赚钱,中粮搞直销?

每笔订单推荐人提成约10%,官方回应称只是朋友圈促销

近日,一则“中粮购物新模式,扫描二维码后生成海报推广,由朋友扫描关注,然后就能躺着赚钱”的信息在微信朋友圈疯转,文字后显示的二维码是“中粮健康生活”微信公众号。很快,网上有消息辟谣称,公众号并非中粮官方开设,并质疑这样的购物模式是直销。

记者联系中粮集团了解到,该活动属实,但工作人员称这只是一种促销,吸引朋友加关注能得到奖励,朋友去购物还能有提成。

本报记者 王皇

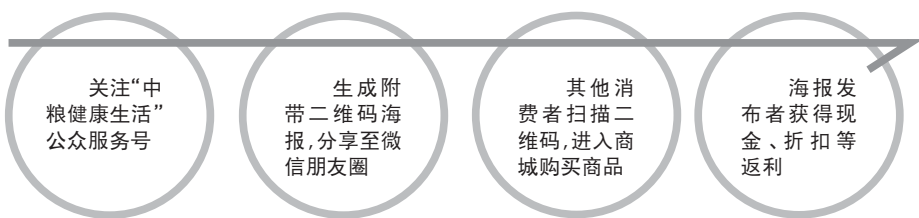


近日,中粮“分销”的推荐奖励海报和鼓动人心的推荐语在朋友圈刷屏。(网页截图)



每成功推荐一个人能获得0.08元“粮票”。(手机截图)

“中粮”分销返利流程



专家观点

“这算是电商销售新模式”

中粮这种新的销售模式到底是互联网销售的新模式,还是打着互联网旗号的直销?

济南市社科院经济研究所所长王征表示,直销也是销售方式的一种。“直销通过口碑相传让中间人获取一部分销售提成,不通过经销商来销售。这种方式能减少中间环节,降低产品价格。但也可能导致中间提成过高,抬高产品本身价格。另外,还可能出现纯拉人虚卖货,通过发展下线来赚钱的传销方

式,所以,国家对其监管比较严格。”

对中粮的销售模式,王征说,判断是否直销还得看公司是否是以销售产品来盈利,产品的售价是否代表了产品真实的价值。目前来看,推荐一个人的奖励0.08元比较少,购物的提成对产品价格影响也比较小。“最终还是需要靠产品和产品的质量来‘吸粉’,产品不行,也不会有人继续购买。”王征说,这算是一个电商销售模式的新尝试,但是到底能起到多大的

效果,还是要由市场来检验。

“这个模式需要有度的把握,需要厂家、有关部门和消费者提高警惕。比如现在只有直接推荐人有购物提成,这就有了限制。但是奖励的比例过高,重奖励轻产品,就是不行,一旦出现那样的情况,就需要相关部门进行有效监管。”王征说,目前互联网更新换代很快,新的模式层出不穷,但仍离不开实体经济,监管也要根据市场需要及时跟进。

本报记者 王皇

扫描就赚钱,两天增300多万会员

近段时间,不少市民被一则奇怪的朋友圈消息刷屏。“加入世界500强,不用投资一分钱。中粮也开始直销了,以后买米、油、酱、醋等生活用品自己都可以享受利润分配了。”文章要求识别二维码后生成海报推广,再由朋友扫描关注,然后就能赚钱。尤其是识别二维码并生成海报,直接就可以得到0.88元红包。

紧接上述鼓动性文字的是,印着中粮标识,带着推荐者头像和二维码的海报。识别二维码之后,则是“中粮健康生活”的微信公众号。

记者根据上述朋友圈消息操作后,很快就出现了带有记者微信头像和二维码的海报,并显示得到0.88元奖励。记者将该海报

分享到朋友圈,一位朋友扫描并加关注,记者又收到一张0.08元的“粮票”。

只需发个朋友圈,有人扫描关注就能挣钱,一位网友发状态说,“发出去一小时,啥也没做就赚了5元,都在心甘情愿给中粮做推广。”

这样的推广方式是否真的那么有效?记者18日中午12点左右加关注时,显示为第400多万会员,而20日上午11点加关注的张先生则成了第700多万会员。这样的微信推广方式,在短短2天时间内,就让该公众号新增了300多万会员。若都以0.88元计算,该公众号截至20日中午,已经发出了至少616万元粮票,这些粮票可以在该公众号的商城内购物。

有网友“辟谣”,中粮称活动属实

上述推荐消息出现后,网上还出现了“辟谣版”消息:上述公众号并非中粮开设,只是借中粮的品牌销售产品,更重要的是通过人拉人的方式来吸粉赚钱。“18日,19日我查我的奖励的时候显示的都是系统在升级,所以我也怀疑。”市民王女士说。

根据该公众号此前的声明,“中粮健康生活”是由中粮集团旗下的中宏生物工程有限责任公司官方运营的微信公众号。19日,记者联系到中粮集团一位工作人员,对方表示,上述公众号的确是中粮旗下子公司开设,推荐奖励活动属实,里面销售的也是中粮的产品。

随后记者联系到中宏生物工程一位工作人员,对于推荐朋友

扫描二维码就能获得奖励的举措,该工作人员称这是公司的优惠活动。“我们只是有这样的生成海报分享的活动来积累口碑,但没有任何更多的介绍。朋友圈里传的购物新模式,颠覆淘宝之类的话,我们从来没有说过,也没有写过。”至于为何会推出这样的新模式,该工作人员表示需由公司其他人员来回答。

值得注意的是,“中粮健康生活”公众号还发布了关于供货和系统升级的声明称,由于用春节长假工厂停产和近期订单数量激增,导致部分产品出现售罄,部分用户无法查询到个人的一些信息,目前正在紧急备货,并升级系统。

推荐人提成有可能提高

令不少网友质疑的除了直接奖励推荐人外,还有该公众号内商城的销售模式——只要会员购物,该会员的推荐人就能分到产品售价的“提成”。

20日,该公众号的客服人员证实,目前的购物活动中,当有人扫描他人发布的海报二维码并在商城下单,二维码所属的推荐人将得到产品售价约10%的返现。该接线人员表示,每种产品的返现力度不一,今后还有可能会提高。

记者在该公众号商场主页看到,目前产品不算多,分为零食、冲饮、保健、粮油等6类,售价从5.5元至上百元不等。“感觉有点像直销。”市民张先生坦言,不过他认为,只要产品保真,最终的售

价不高于市场零售价,就能接受。

针对网友的怀疑,该公众号已发出声明称,从未涉及直销业务和多层次分销业务。那么,售价是否因这样的提成模式而被抬高?20日,记者对比了该公众号商城和中粮集团官方购物网站我买网的产品和售价。

面粉产品中,公众号商城有一款1000克的特制手擀面售价8.50元,比我买网便宜0.30元;一款7片装水漾保湿精油面膜,公众号上售69元,比我买网贵近39元。而另有同品牌的三款精油面膜,公众号售价则比我买网便宜10元。健康类产品中,公众号商城多数产品售价比我买网便宜0.90元。

卖了血友病吧,批评记过扣奖金

百度贴吧被卖事件处理结果:公司三名高管被通报

据中新社2月20日电 2月19日下午,百度公司发送内部邮件,通报了对于此前“血友病吧”事件的处理结果:“公司副总裁、贴吧事业部总经理陆斌斌,公司副总裁、CBG主管EStaff兼贴吧事业部总经理王湛负有同等重要管理责任,被给予了通报批评,记大过处分,并且扣除当年全额奖金。公司总裁、EBG及大市场体系主管EStaff张亚勤,对此事件负有领导责任,决定给予

通报批评,并扣除当年部分奖金。”

2016年1月9日,有网友发帖称,百度贴吧的血友病吧被卖给商业实体,原吧务成员遭撤换。之后,此事迅速发酵并引发广泛关注。对此,百度方面宣布全面停止病种类贴吧的商业合作,未来只对权威公益组织开放。随后,百度方面称,已经推出五个举措,承诺规范管理贴吧。

百度方面称,贴吧事件发生后,公司整改,同时成

立专项小组彻底调查事件原因。过去一段时间,百度CEO李彦宏带领EStaff团队就贴吧事件进行了多次深刻反省和彻底反思,强调公司各级管理者必须视使命和价值观为天条,以此为鉴。

除了管理问责通报处理结果外,邮件中强调,希望本次贴吧事件能让大家吸取教训,引以为戒,“用户体验高于短期利润从来都是我们的信条”。



百度血友病吧目前已进行整改。(网页截图)