

专坑你爸妈!“免费领鸡蛋”暗藏层层骗局!

央视《财经调查》曝光

央视《财经调查》栏目接到消费者反映,市场上有人打着“银发经济”的幌子,专做坑老骗老的勾当。这种骗局隐蔽性极强,消费者想取证举报困难重重。

“香山真选”直播间“非请勿进” 假鞋垫、假大米专坑老年人

李先生向《财经调查》记者介绍了他父母从“私域”直播间买来的产品。除了羊奶粉、土蜂蜜、银耳、板栗、红枣、鱼罐头等食品,也有锅具、首饰等产品,这些产品在主流电商平台上不但搜索不到,实际价格也远远高出同类产品。

家里老人为了领到免费的鸡蛋,扫码进了一个“香山真选线上超市”的微信群。群里每天发布直播链接,收看领取福利券,到店兑换礼品。在直播中,主播会向老人们推荐各种产品。

当李先生想点开以往的链接一探究竟时,发现直播的链接早已失效。

记者了解到,这种“私域”直播,用户必须受邀请才能进入直播间观看,而且直播结束以后没有回看记录,所以直播间到底卖过什么,如何宣传的,事后都难以查证。

这家名为“香山真选”的私域营销机构,在李先生所在的城市有20多家门店,而这些门店基本是以酬宾福利和直播奖励来吸引老年消费者关注。

记者假称合作,进入了直播间。主播不断宣传一款磁悬浮鞋和鞋垫的独家专利及神奇功效。

但记者在对这款鞋垫的专利进行查询时发现,该鞋垫不能起到任何促进体内血液循环的疗效。

根据《广告法》规定,属于虚假广告。

不仅如此,直播间还售卖“一米距离”牌五常大米,主播现场展示扫描产品的溯源网站,实际打开的却并非五常市人民政府指定的五常大米网。

记者将大米买回来进一步验证发现,这家“香山真选”直播间售卖的是假冒五常大米。



会销升级成“私域直播” 居喜惠、康在百年招商见面会上喊出惊人“成绩”

记者联系到了香山真选总部的一位负责人胡经理。胡经理开门见山地告诉记者,他们所谓的“私域直播”,就是将以前的会销搬到了线上。既能躲避监管,又能面向更多的消费者推销更多种类的产品。

胡经理称,他们销售的产品利润非常高。如果加盟线下实体店,只要吸纳的老年人会员足够多,很快就能回本。

记者又来到一家名为“居喜惠”品牌的线下见面会现场,该品牌成立10个月,目前线下实体店有30家左右,还处于起步阶段。企业的招商说明会上,工作人员将这种经营模式描绘为市场前景极为广阔的大生意。

另一家名为“康在百年”的品牌,号称已经在全国开设超3000家门店,在为该公司第二个品牌“季当家”召开招商发布会。一位负责人在台上宣布了全国各地加盟店的销售额排名,排名第一的某市二十四小区店,17天营业额就达到了31.26万元。

一边,是毫不知情的老年人,正在不停地领取免费鸡蛋、挂面、食用油,注册成为一家又一家私域直播的会员,购买着价格虚高、虚假宣传的各种产品。另一边,是私域直播公司不停开发品牌,招商加盟,盯着老年人的钱包进行着一轮又一轮的收割。

警惕网络上的专项“坑老盘”! “御弗堂”公司违法购买老人患病信息精准推销 劝弃疗、促开单,良心何在?

有业内知情人士小张向记者透露,还有一种私域销售骗局,是通过购买广告公司有相关疾病老年人的个人信息进行坑骗。由于这类营销公司购买的患者个人信息十分精准,客服冒充医务人员很容易取得患者信任。很多老人被拉入特定的微信群后,就能看到公司提前录制好的视频课程链接,随后被诱导购买他们的药品和保健品。

记者卧底到一家名叫“御弗堂”的公司,岗位是销售。按照公司的设计,眼下距离央视“3·15”晚会曝光的日期还早,因此会安全很多,所以要抓紧时间挣钱。

记者了解到,一般一个课程项目开始前,都会有3天时间加老人进微信群,也叫“进线”。每位员工每天大概会在自己的企业微信上添加100多位老年人的微信,这些老年人的个人信息都是公司通过各种渠道购买的。为了让这些老人放下防备,公司会专门准备一些赠品送给老人,同时还强调他们从事的是公益活动。

完成三天的进粉后,销售人员就开始给微信群里的老人们发课程链接。课程时长45分钟左右,但为了避免监管的风险,销售人员需要把视频链接设置成24小时有效期,以降低风险。

课后,公司要求销售人员每天督促老人听课,业内术语叫追完播。完播率高,意味着顾客对产品信任度高,开大单

的概率就高。

记者在卧底期间,公司主要销售的产品是一款名为“固本明目颗粒”的眼科类药品,所以公司购买的个人信息都是患有各类眼部疾病的老年人。然而,在推销这款“固本明目颗粒”的视频课程中,涉及的内容远远超过了这种药的作用范围。

按照相关规定,此类药品必须由取得《执业药师资格证》的药师为患者开具,但公司允许销售人员自行组织话术给老年人推荐这款药品。而对于患者究竟患有哪种眼科疾病,销售人员根本不在意,甚至有的销售人员为了卖药,竟然会建议老人停止正在进行治疗。

唐组长向记者展示报单群中的数据,仅6月11日和12日两天,这家公司的固本明目颗粒、熊胆酒、熊胆粉、益寿强身膏、黄氏药酒等产品的销售额就达到352006元。

这类商家发送到群里的视频内容,就是一些所谓专家的健康讲座。这些专家大多被包装为中医世家子弟、御医传人等身份,对外宣称为院长、会长或者主任、教授,名头非常唬人,但记者在互联网搜索平台上进行查询,却无法找到这些专家所任职的机构,反而出现了很多消费者对专家身份质疑的帖子。这些专家的“中医世家子弟”“御医传人”等身份更是无法得到证实。

据央视《财经调查》

