

在微信、QQ群拉人头发展下线获利 部分社交电商触碰传销红线

今年4月,山东烟台市民王爱青被亲戚拉进了多个微信群,通过群内链接购买商品可以返利,但最近微信群管理员开始鼓励大家发展下线。王爱青认为,原本用来购物的微信群开始变了味儿。

近年来,通过微信、QQ群以及相关APP等社交软件购买商品在一些消费者中流行,被称为社交电商模式。但“新华视点”记者调查发现,有的社交电商盈利重点不是实际的商品或服务,而是通过拉人头发展下线、收取人头费等获利,与传销行为相似,遭到消费者、专家等多方质疑,多地监管部门也对一些涉嫌违法行为进行了查处。



社交电商热度攀升
宣称拉下线分享链接
每天能赚三四十元

人头数与用户获利挂钩
开发机器人工具“管理”下线

多地严查社交平台涉传销
专家建议发“黑名单”预警

王爱青最近被微信群管理员频繁通知:“如果进一步发展下线,不仅有金钱奖励,别人购买产品时上线也能得到返利。”

据了解,近两年,在QQ群、微信群等社交平台上,有的群组通过分享商品引导成员购买,并伴有诱人的返利和发展下线的奖励,吸引了不少消费者。记者在社交软件中输入“社交电商”“返利”等关键词,搜出上百个群组。

记者进入一个名为“电商内购返利互助群”的QQ群,群内上百个成员几乎无人购买商品,群主主要鼓励成员发展下线,让下线通过商品链接购买商品,从而获得奖励。链接商品大多为面膜、卫生纸、零食等,价格在10元到50元不等。

有的用户告诉记者,除建社交群组外,还有一些专门用来发展下线的社交电商APP,以夸张的宣传拉拢用户。

记者下载多款APP进行测试,发现大多数APP需要提供邀请人手机号或邀请码才可注册,注册成功后会弹出宣传页面,宣称每天分享链接保底能赚三四十元、邀请好友每次得10元等。不过,当记者尝试邀请了一位好友后却发现,仅获得平台的“金币”,而宣称的现金则需要发展下线并让下线购买商品后才能得到。

在一些消费投诉平台上,不少消费者投诉一些社交电商APP存在虚假宣传、鼓励拉人头等行为。

有消费者投诉一款名为“拼购APP”的应用,称其怂恿会员发展下一级代理,不断拉人头进去充值,充值数目越大佣金越高,认为该APP涉嫌传销和非法集资。

记者在多款社交电商APP中看到,设置会员等级是这类APP的突出特点。在一款APP中,设有合伙人、团长、高级团长等层级,而根据拉人头的数量,平台还为下线设置了从A到H等若干个等级。

例如,该平台中一篇“教学文章”中提到,加入成为团长并发展下线,每月可获得佣金,下线再去发展更多下线,收入提升更明显,“在拥有5级下线后,每个月就能收入33280元”。

一款APP的客服人员告诉记者,人头数与用户获利挂钩是平台的核心玩法,不同层级之间收入差

距很明显。只要发展的下线层级达到3级以上,每个月收益保底3000元。而且还能与众多下线形成团队,获得20%到30%不等的额外团队收益奖金。

一些地方消协提醒,社交电商APP的套路,最开始是销售商品实物或服务,通过发展下线产生的销售业绩作为上线计酬或返利依据。但随着下线越来越多,所谓的收益更多是以拉人头或收取入门费为依据。因此一些人专门以此牟利,打着推广商品获得返利的名义拉拢下线,并开发出机器人工具,实现对下线的“管理”。

记者联系到一款名为“造梦机器人”的程序开发商。对方表示,所开发的程序可以与多个电商平台和社交网络接口进行对接,实现自动上下线佣金绑定,还可自定义佣金比例。在对方给记者展示的收益截图中,大多数人的月预估收入超过一万元,极具诱惑力,而开发这类程序最低只需几百元。

记者发现,针对一些社交电商平台拉人头、收入门费等行为,多地市场监管部门以涉嫌传销进行查处。

2019年3月,社交电商平台“花生日记”因设置会员层级最多达51级,累计收取佣金超过45亿元等涉嫌传销(直销)违法行为,被广州市市场监管局处罚。

2020年3月,广西百色市市场监管局公布消费者维权案例,指出社交电商平台“未来集市”的消费返利是传销新模式。“其要求会员及加入者交纳入门费或者变相交纳入门费,靠发展下线盈利,颇具迷惑性。”

山东临沂市市场监管局工作人员表示,市场监管部门查处的相关案件中,涉案企业利用互联网平台和社交网络发展会员或代理,最终形成多个层级,这种经营行为违反了禁止传销条例第七条的规定,构成组织策划传销行为。

中商产业研究院发布的《2018-2023年中国社交电商行业市场前景及投资

机会研究报告》中指出,预计2020年中国网络零售市场规模为96万亿元,其中社交电商市场规模将达到3万亿元,占网络零售交易规模的三分之一。

专家建议,应加强对社交电商平台的规范,严防传销滋生。山东王宁律师事务所律师马金友说,根据国务院颁布的禁止传销条例,只要有拉人头、交入门费、层级计酬等特点的行为就涉嫌传销。执法部门在发现和查处的同时,应及时发布预警信息,将相关平台列入黑名单。

西南政法大学法学院教授侯国跃表示,监管部门在规范社交电商发展模式的同时,还需借助行业组织的力量,引导平台探索多元化盈利模式,促进平台的可持续发展。

山东省消费者协会副秘书长尹强民说,消费者要加强防范意识,不要轻信平台宣传的高额收益承诺,对拉人头、收益与下线挂钩等情况,更要提高警惕,防止落入传销陷阱。

(新华社济南6月8日电)