

声称以超低折扣可买到名牌产品

# 网购“捡漏群”“羊毛群”靠谱吗？

几十元的运动鞋、几元的微波炉、几毛几分的零食、化妆品，甚至还有0元购，不是山寨货，都是响当当的大牌！近段时间，各大社交网站、App上出现了一大批以超低折扣商品为卖点的“捡漏群”“羊毛群”等。这些真如他们所宣称的那么神奇吗？

## 1

### 折扣“诱人”：各种“捡漏群”新涌现

近日，不少消费者反映在各大社交网站、App上出现了一大批以超低折扣商品为卖点的“捡漏群”“羊毛群”等，群主、主播们无不宣称在群里能买到巨大优惠的名牌产品，比如几十元的运动鞋、几元的微波炉、几毛几分的零食、化妆品，甚至还有0元购物机会。宁夏银川市市民孙朋说：“类似内容看多了，还真蛮动心的。”

打开某知名问答论坛，在产品推荐等类似问题下，可以看到不少“捡漏群”“羊毛群”的回答，这些回答呈现模板化倾向。开头或亮明自己收入不高，通过捡漏买到优质产品，或斥责其他“垃圾”群；文章中会插入多张付款图片作

为背书，末尾则会通过问答形式解答诸如群内为何禁言等问题。

短视频平台上也有类似推介。“进来的兄弟们可以看看我的付款截图啊，你看点进去就是旗舰店，不是假冒产品，想学的扣6，人数够了我就教学”……在某知名短视频平台上，类似直播并不罕见，当人数达到一定热度后，主播们会神秘兮兮地放出二维码截图，“只有5秒，手慢无”。

一些人还被同事、朋友拉进类似“优惠群”里。“工作中认识的一个朋友将我们拉到一个群里，里面每天都会推荐某知名电商平台的产品。”北京市民周鼎说。



新华社漫画

## 2

### 营销返利：想捡个漏不容易

通过多种方式，记者先后跟进了10余个类似“优惠组织”，发现这些群一般呈现两大类形式，一种属于传统意义上的社交软件群，如QQ群、微信群，群里每天会发布多个优惠信息，有些还可以让群主帮助找心仪的优惠产品；另一种则是公众号、企业号或个人好友，通过搜索或互动查找优惠产品。

记者潜伏多个群近两周发现，这些群推介的多是高折扣不知名产品和折扣不高的品牌产品，尚未买到0元购和巨额优惠名牌产品，而对于手机充值卡等“硬通货”，记者咨询得到的答复都是没有优惠。

“买一些小物件时能帮上忙”“有优惠，但都不高”“开始还兴冲冲每天刷，现在没动力了”……孙朋等数十名受访者同样表示很少见到巨额优惠。

“这些优惠券群其实都是营销返利，即顾客购买了使用优惠券的商品后，发送优惠券

者——群主可以获得佣金。”某电商平台营销经理赵学兵说，这是近段时间新兴起的一种网络营销方式，商家主打口碑传播、市场下沉，将营销费用让利给个人，但也不排除先涨价再打折等“假优惠”。

“在相关营销返利平台上，每个人都能找到优惠券，你也可以和他们一样拉个群、创建个公众号，其实就是全民带货。”在赵学兵指引下，记者注册了某知名电商平台返利账号，进入返利营销页面后，顶部有搜索栏可以搜索商品，推介商品下都标注着优惠金额和返利数目，点击商品图片上的“立即推广”按钮后，就会生成推广链接。

网名为“橙子”的优惠券群群主说，他们每天会花费大量时间在多个返利平台寻找合适商品，同时研究平台优惠规则，“很多人没时间也不愿意研究这些，我们就挣个辛苦钱。你们得实惠，我们挣佣金，大家双赢。”

## 3

### 少点套路：网购能否别复杂

对于“捡漏群”“羊毛群”这一网购新生事物，有业内人士表示这是互联网零售的又一发展趋势，有其存在的合理性，但也有消费者表示类似事物让互联网购物越来越复杂，期盼少一些套路，多一些真诚。

“近年来下沉市场、挖掘更多用户资源已成为互联网零售业的发展趋势。这些应运而生的优惠券群其实就相当于短视频主播带货，带货质量肯定有好有坏，顾客是享受便捷优惠还是被宰，关键还要自己甄别。第三方软件也应加强监管，避免有些人借此搞欺诈。”赵学兵等业内人士认为，类似优惠券群只是一种销售形式，没有好坏对错之分。

也有人认为优惠券群等

“全民带货”销售形式应适度。互联网招聘平台工作人员庄盛说：“近年来很多大学生简历会出现类似互联网实习、工作经历。门槛低的‘全民带货’一方面确实提供了就业机会，但也要警惕让年轻人产生赚快钱和远离实体业的想法。”

“大数据杀熟、价格歧视、越来越复杂的玩法……现在互联网购物真是套路满满，让网络购物从使人愉悦变成身心俱疲。”周鼎等消费者则对类似优惠券群不太满意，认为这是近年来互联网零售越来越套路的又一表现，期盼电商平台及相关部门能多一些真诚。“优惠有一说一，不要弄一些玄乎的概率抽奖或绕来绕去。”

据新华社