



■黑商公司大门(贴对联处)

■黑商员工在包上制造瑕疵

■涉事快递员

公诸于世

勾结快递员造假 月流水或超千万 记者卧底“二奢”回收欺诈黑产



为误导卖家,争取鉴定真伪、制造瑕疵的时间,涉事公司与快递员串通“设局”,留假地址、造虚假物流信息,甚至假扮快递员拍开箱视频。记者卧底揭示这一黑色产业链中存在的诸多违法违规行为。目前,市场监督管理局、公安机关、马家堡属地街道已成立联合专班,涉事公司多人接受调查。

“到手刀”是网络二手交易中的一个特定说法,指买家在收到商品后,以各种理由要求卖家降价。日前,记者接到多起投诉案例,称闲鱼平台上出现大量二手奢侈品(以下称“二奢”)商家勾结顺丰快递员采取私拆包裹,损件造假并伪造开箱视频的“到手刀”欺诈行为。为此,今年2月,记者应聘进入北京的二奢交易公司卧底调查。

今年2月,记者应聘进入北京盛宽科技发展有限公司,这是一家二奢回收公司,办公地址在北京丰台区公益西桥地铁站附近的居民区,公司约50人规模。入职首日,公司负责人之一金某即对包括记者在内的十多名新员工传授了“到手刀”的沟通技巧。

金某在培训会上称,员工核心工作是回收二奢包,他强调“高开”策略,报价高出实际回收价上千元以吸引卖家。一名黑商员工告诉记者,

他在上一家回收公司工作时如果卖家不接受砍价,他们会采取极端手段,比如剪掉商品上的标签和流苏作为报复。他说,包被退回时,上面被划个口子或是受到其他损坏都是常有的事。因此,卖家也心存畏惧,往往选择降价,自认倒霉,稀里糊涂地把商品出手。

经过多日卧底,记者观察到,每日上午10时许,黑商的员工会将楼下数十个顺丰快递包裹搬至办公室,而其收货地址均指向隔壁小区一户居民家。

在无快递员在场的情况下,员工私拆包裹统一送至鉴定室。待10点半左右鉴定结果出来,员工便以使用牙签蘸取黑色颜料、涂抹透明胶等方式,故意在包包上制造瑕疵,如开裂、扣裂、掉花、磨白、爆膜等。

为了增强可信度,黑商在办公室内备有一件顺丰快递员外套,将做完瑕疵的包重新

打包拆箱,并向卖家提供一段精心制作的虚假开箱视频,而视频中穿着顺丰快递制服的人员实为黑商员工。

随后员工把经过损坏造假的包瑕疵图发给卖家,并声称“卖家隐瞒了瑕疵”,要求卖家降价几百到几千元不等。由于黑商员工会选择在卖家通常不会注意或较为隐蔽的位置进行损坏造假,大多数卖家会误以为自己的包包确实存在损坏,因此选择降价妥协。

一旦卖家妥协,员工便会将之前制造的瑕疵擦掉,随后再将修复后的包包以高价转售给下一个买家。值得一提的是,涉事顺丰快递员陈某在黑商私拆包裹、损坏造假过程中配合密切,扮演了重要角色。

顺丰快递员陈某能识别收件方的假地址,将包裹送至配送范围外的黑商店。为给黑商留出鉴定和伪造瑕疵时间,首次派送时快递员会故意标记失败。面对卖家查询,黑商与快递员会编造理由拖延,如“收件人要求下午再送”。一旦准备砍价,员工与快递员同步拒收时间,但实际上包裹一直被扣留在商家手中。

黑商员工向记者透露,快递员会与商家勾结,从中获取一两千元的好处费。

根据部分员工的记账记录,记者发现每月大部分员工

入手的包在10个以上,砍价的差额甚至上千,一款LV邮差包砍价成功4500元。经卧底记者粗略计算,涉事黑商日接单量在30到50单,日流水达30万至50万元,月流水或超千万。其中大部分交易都通过了验货宝。作为闲鱼平台推出的一项第三方验货服务,验货宝主要针对电子产品、奢侈品等高价值商品。据2月28日闲鱼公布数据显示,每天通过验货宝成交的商品交易额峰值已近1亿元。

部分卖家原本以为通过验货宝可以避免“到手砍价”的行为,但在这黑商员工看来,他们也有办法“照样刀”。

□罗丹妮 王语玲等 红星新闻 3月13日

法务链接

国常会:推进快递全链条治理

国务院总理李强3月12日主持召开国务院常务会议,审议通过《国务院关于修改〈快递暂行条例〉的决定(草案)》。会议指出,要坚持系统治理、协同治理,夯实快递企业主体责任,对上游生产企业、商家和下游消费者加强引导规范,推进全链条治理。

□王巍 《北京商报》3月13日

情理法理

反诈女警许娜: “对抗电信诈骗是一场与犯罪分子的赛跑”

许娜,现任北京市公安局丰台分局刑侦支队反诈二队中队长,负责分局反诈中心工作。从担任反侦队长的第一天起,许娜便带领团队立足辖区特点,历经实践,总结提炼出了极具特色、满足实战、效能突出、适宜推广的反诈技战法,得到了上级部门的充分认可,并向全国推广。在她的带领下,反诈中心团队先后获得集体二等功、集体三等功各1次。

许娜经常对团队民警们说,打击诈骗违法犯罪是常态,做好事前防范更是基础。要想做好反诈工作,就要有对人民群众的爱心、细心、耐心,这“三心”就是民警对初心和使命的具体体现。

2024年的一天中午,某银行营业所打来报警电话,说有位大妈执意要给一个陌生账户高额转账。许娜放下电话,立即带领民警赶到营业所,仔细询问了大妈后,判定这是电信诈骗。她拉着大妈讲了几个类似的诈骗案例后大妈恍然大悟。

许娜安抚大妈说:“以后接到让自己疑惑的电话,一定要找有关部门核实,最简单的办法就是报警,不论对方说什么,一定要相信民警。”

为了让反诈民警的工作更有效率,许娜在分局党委的支持下,在全市率先建立了覆盖30个派出所的三级反诈分中心,在与辖区300家银行网点建立起“警银”反诈机制的基础上,又与金店建立起“警金”反诈机制,摸索总结出反诈预警机制等十余项机制,逐步织密反诈体系。这套精准预警劝阻工作新模式,为群众止损上亿元。

面对电信网络诈骗犯罪不断更新,许娜始终保持着“学生”的心态,多方面汲取知识;面对诸多难题始终坚韧不拔、不言放弃。她说,对抗电信诈骗,就是一与犯罪分子的赛跑,必须抢在罪得逞前将危险阻截住。

□董振杰 北京政法网 3月13日



图/北京市公安局

讲法问津

你被“AI推荐”忽悠过吗?

如今,“买前问AI”成为不少人的购物习惯。与此同时,一些商家尝试通过“AI搜索结果优化”等服务,提升自身品牌或产品在AI回答中的曝光率,以开辟AI推荐营销阵地。那么,AI回答里如果涉及产品算广告吗?如果AI植入广告元素合规吗?

近日,有网友晒出上海一家拉面餐厅内的广告——DeepSeek对话页面的打印版。广告牌上显示,当询问“上海最好吃的日本拉面”时,AI大模型给出的第一个选项便是该店。不仅有产品描述,还标注了店铺具体地址。

记者注意到,时下“DeepSeek推荐”已成为众多商家的营销利器。从汽车到护肤品,从电子产品到奶制品,大批品牌在宣传文案中打出“DeepSeek推荐”的标签。与此同时,也有不少用户对“AI推荐”生疑。

有网友让AI推荐北京西单附近的餐厅,推荐名单中有几家餐厅并不在西单。还有网友发现,AI推荐的西单大悦城的某餐厅已经变成了一家面馆,另一家被推荐的牛肉面在朝阳红庙。“AI的逻辑思考能力很强,但在信息集纳整理这块儿,还不够准确。”有网友吐槽。

还有用户发帖表示,AI曾推荐他购买一本书,但咨询相关出版社后,却被告知没有这本书的出版信息。

业内人士表示,对AI大模型公司来说,在AI的回答中添加广告在技术上很容易实现。

不过,目前大多数AI大模型公司尚未开展付费营销、推广等服务。但AI有可能会搜索到商家发布的营销、推广内容,这样相关内容就有可能出现在给用户的产品推荐中。

AI大模型公司能够实施付费推广或植入广告吗?“植入广告是AI大模型公司潜在的盈利方式之一。”中关村物联网产业联盟副秘书长袁帅指出,通过在免费或付费服务中嵌入广告,例如在搜索结果中展示推广内容,或在生成内容中引入品牌合作广告,AI大模型公司有望开辟新的收入来源。袁帅认为,这种盈利模式能够为企业额外的资金支持,从而覆盖高昂的研发和运营成本,推动技术的持续进步与创新。

不过,有专家提醒,AI大模型进行付费推广,需要遵守法律法规。中国社会科学院大学互联网法治研究中心主任刘晓春认为,AI付费推广作为一种商业行为,在法律层面对其有一个重要的要求,即透明度。“在AI回答问题的过程中,如果涉及付费推荐,应当向用户明确说明这是商业营销行为;如果属于广告,就应该明确打上广告标签。”

袁帅提醒:“如果广告植入处理不当,可能会损害用户体验,降低用户对AI大模型的信任度和满意度。如果推广内容未经严格筛选或过于突兀,可能会引发用户反感,进而影响企业的品牌形象和长期发展。”

□徐慧瑶 《北京晚报》3月13日

“海底捞”花1000多万买了个教训?

3月12日,在“小便门”事件曝出已近一周后,海底捞宣布将对4109单顾客进行10倍补偿,同时全额退还当日餐费。粗略计算,仅补偿金额一项就将超过千万元,这也是中国餐饮业有史以来赔偿金额最高的一次。

这是一起足以编入市场营销课本的经典案例,不过不是海底捞做得有多好,相反是因为其公关策略之失误——明明是一把牌,却打得稀烂;明明是受害者,却成了众矢之的。

网友更是将此次公关称为“史诗级灾难”,以至于即便给出了天价补偿,也让网友认为海底捞是为了平息舆论的迫不得已。

从受害者到背刺者

在这起事件中,海底捞原本是受害者,并得到了几乎一边倒的同情。3月6日,网传视频显示,一黑裤男子站在桌子上,疑似朝四宫格火锅里撒尿,视频画面里还传出阵阵笑声。这一行为引发了网友们的强烈不满,纷纷在评论区对其进行谴责。

四宫格的火锅以及餐厅的装修风格,让不少网友联想到了海底捞。海底捞也在当日就网传视频表示,已向多地公安机关报案,全力配合相关部门溯源追查,无论是否摆拍,都将依法坚决追究涉事人员的法律责任。

3月8日,上海市公安局黄浦分局通报称,已依法对两名涉

事男子(均为17岁)作出行政拘留处罚。据了解,两男子于2月24日凌晨进入该火锅店(后经证实为海底捞上海外滩店)包间内用餐,醉酒后分别站上餐台向火锅内小便,其中一人还将拍摄的视频发布在网上。

当时社交媒体上的画风,还是海底捞遭受了“无妄之灾”。然而,转折也出现在3月8日。或许是顾虑到两名涉事男子尚未成年,海底捞法务部在转发警情通报的同时,呼吁避免对个人及家庭进行不当传播或攻击,给他们一个接受教训与成长的机会;同时表示针对恶意传播者,保留追究其法律责任的权利。

在啊嘿哒公关的联合创始人姚素馨看来,海底捞犯了公关大忌。她对记者分析道,上述表述会给公众两个感觉,一是背叛。“我明明在替你说话,你却要对我重拳出击,这不就是背刺吗?”有网友这样写道:“对撒尿者唯唯诺诺,对传播者重拳出击,这不是本末倒置吗?”

二是教公众做事,替公众做决定。“对加害者要不要放过,这是网友的自由,更何况其行为相当恶劣,海底捞等于是把自己放在了公众情绪的对立面。”姚素馨进一步表示。

而在最新的一份公告中,海底捞不再提及保护未成年人,仅表示已于3月10日向上海

黄浦区法院提起民事诉讼申请,坚决依法追究两名男子的相关责任。

上千万元的天价补偿

令网友不满的还有一点,就是海底捞迟迟没有表示如何保护自己的消费者。海底捞曾在3月8日强调,当事门店已将门店锅具、餐具(含筷子)全部进行更换,环境卫生按照搬家式清洁消毒。但有不少网友质疑,3月8日之前就餐的消费者怎么办呢?直到3月12日,海底捞终于公布了“补偿方案”。需要注意的是,海底捞自始至终强调的都是“补偿”,而不是“赔偿”。

在这份公告中,海底捞对于反应缓慢向公众致歉并做出解释:由于公司管理层之前根本没有针对这类事件的预案和流程培训,导致门店值班团队未能及时察觉现场异常。

事实上,早在2月28日,海底捞就从网上发现该视频,但依然没有能力判断事故发生的时间和地点,无奈之下只好向简阳等地警方报案,同时对15个国家的1400多家门店进行自查比对。直到3月6日晚,海底捞才最终确定事发门店为上海外滩店,并得到了警方确认。问题是,从3月6日晚就已经确认门店,到12日发布补偿方案,中间过去了整整6天,海底捞为什么不早点公布补偿方案呢?姚素馨分

析,这可能和金额过高有关。

在姚素馨看来,海底捞与其他餐饮品牌有很大的区别,它并不是一家靠产品的公司,它能走到今天靠的是公众的好感度。可以预见的是,补偿方案应该可以让沸腾的舆情逐渐冷却下来,但公众对海底捞的好感度,却仍需要时间修复。

律师如是说

九和律师事务所高级合伙人闫兵表示,海底捞自行制订的补偿措施参考了食品安全法第一百四十八条“赔一罚十”的规定,无论在赔偿标准还是赔偿期限的角度都相当于消费者可以主张赔偿的法定上限。

河南泽槿律师事务所主任付建表示,两名醉酒男子的行为应当向海底捞承担赔偿费用,赔偿范围包括门店替换餐具费用、造成门店客流量减少产生的经济损失、名誉权侵权赔偿等。因两名男子尚不满18周岁属于限制民事行为能力人,限制民事行为能力人造成他人损害的,由其监护人承担侵权责任。有财产的无民事行为能力人、限制民事行为能力人造成他人损害的,从本人财产中支付赔偿费用;不足部分,由监护人赔偿。

□余源、左雨晴 综合自《中国新闻周刊》、中国新闻网、《潇湘晨报》 3月13日、3月12日