

零基础、低成本、月入过万元……“无货源电商”模式再度走红

没有货源就能卖货，“躺赢”式开店靠谱吗？

本报记者 乔然

今年3月份，即将大学毕业的王震在网上刷到了一些关于“无货源电商”的广告：“躺着赚钱，日入400元，无囤货，零风险！”文中还放出了一位宝妈一年赚15万元的截图。王震心动了，交了1元进入了某“无货源电商”微信群。随后发生的事用王震自己的话说是体验了一把被“割韭菜”的感觉。

类似的无货源开网店的广告打着“零基础、低成本、月入过万元”的口号吸引了不少人投资，让他们以为真能如宣传所说“赚大钱”。可是，《工人日报》记者调查发现，无货源网店模式不仅会导致商品质量参差不齐、商标侵权、客户投诉等问题，一些“无货源电商”的课程培训还涉嫌虚假宣传乃至诈骗。

3699元买来网店无人问津

王震回忆，刚进微信群，一位名叫“电商创业的杨老师”的人就加了他的微信，向他介绍起来：“‘无货源电商’，就是指购物平台开店者无需自己囤货、无需拍照美工、无需人脉就可经营的盈利模式。”杨老师解释，该模式的优点在于让成本降到最低，店主只需从大平台上筛选采集当下最热销的爆款商品，经过软件自动处理后，适当加价即可上架。有买家下单再找到相同产品拍单，由有货店铺直接发货给买家。“什么好卖卖什么，没有库存限制，赚的就是差价。”

王震最初心里有些犹豫：“这不就是‘搬砖’嘛，没有任何价格优势。”他把疑问向杨老师说后，对方回答说，该模式最突出的

阅读提示

伴随手机端拼购、短视频电商日渐火热，打着“零基础、低成本、月入过万元”口号的“无货源电商”模式吸引了不少人投资，然而，一些人交了培训费后却直呼被“割韭菜”。记者调查发现，无货源网店模式不仅会导致商品质量参差不齐、商标侵权、客户投诉等问题，一些“无货源电商”的课程培训还涉嫌虚假宣传乃至诈骗。

是技术优势，价格不是影响销量的主要原因，最重要的是运营。杨老师随即给王震发了几张培训学员月入万元以上的聊天记录。在杨老师的“洗脑”下，王震花费3699元报名了其中最便宜的A培训套餐。此外，还有9199元和26999元的B、C培训套餐。杨老师保证“缴费一次，后面不再收取任何费用”。

报名后，杨老师开始指导王震，从开店到选货发单。“又发了教学视频，但大多是网上开店的流程，不花钱看介绍就会。”王震告诉记者，杨老师一周后又让他安装一款刷单软件，并建议花钱购买流量，或者找人代运营。王震指出之前说过一次交费，不再收费。杨老师回答：“那是培训费用，不是一个项目。”

一个月后，没有花钱找人代运营的王震发现店铺几乎无人问津。此时，王震意识到自己可能受骗，提出退费要求，但对方以已经为其开店和上课为由，拒绝退费。

无货源就能“躺赢”赚钱？

记者调查发现，不少人有过此类遭遇，他们大多数是在家的宝妈和一些无固定职业的人，期望利用这个机会轻松“躺赢”。那么，“无货源电商”真的能赚钱吗？

记者采访了在淘宝开服装店已有10年的店主胡胡，她介绍说，“无货源电商”不是近来才兴起的模式，早在2010年左右，随着第一代电商平台在电脑端的发展，该模式就已经存在。当时利用平台刚发展起来的技术漏洞和规则，确实可以获得一定利润。2015年之后，各大平台设立了“千人千面”规则，2019年，又出台规定，严厉打击重复铺货模式，发现不同店铺之间相似度极高的货物，保留信誉度最高的一家，以防止低质的无货源模式无限扩张。

“无货源模式的存在其实就是鼓励人们‘搬砖’、复制，会造成商标侵权、货源质量无法保证等问题。”胡胡表示，自己当年就看到过复制自家图片的店铺，向平台投诉后，该店铺很快被关闭。

伴随手机端拼购、短视频平台日渐火热，“无货源电商”模式再度翻红。负责在某短视频公司电商业务线做运营的王兴表示：“这种模式的实质是开空壳小店，店铺货源本就是从别处搬运，品质无法保证且没有售后服务，还容易引发纠纷，会严重影响平台信誉，因此必须打击。”

而对于“无货源电商”培训，王兴认为这就是一种骗局：“最简单的逻辑，如果‘无货源电

商’如此赚钱，谁会往外说呢？”

涉嫌虚假宣传乃至诈骗

针对“无货源电商”问题，记者采访了北京云嘉律师事务所律师赵占领。他表示，这种模式确实门槛很低，无需存货，只需少量成本。但是，它和所有电商一样，核心是要能够拉到客户，且让消费者认可进而下单购买，这是最困难的，也是能否赚钱的关键。“按照广告所言，只要加入就能月入过万元，完全属于虚假宣传。因为谁都无法保证，这取决于参与者自身的经营能力。”赵占领强调，如果在电商培训中完全靠加盟费销售赚钱，夸大宣传，根本没有实际技术和货物支持，情况严重甚至构成诈骗。

2022年6月，武汉市公安局武汉东湖新技术开发区分局就打掉了一个披着电商公司外衣，以帮助打造运营网络店铺为幌子，实则专门进行电信网络诈骗的犯罪团伙。抓获犯罪嫌疑人98名，涉案金额高达1000余万元。

据了解，该公司承诺在缴纳4000元~9000元不等的费用后，进行无货源网店培训孵化，一个半月即可回本。但最后经民警调查发现，公司没有一个成功案例，许多赚钱截图和聊天记录均是虚假伪造，受害人发现被骗后，客服人员采取拖延、屏蔽、拉黑等方式拒绝退款。

王兴提示说，“无货源电商”实际就是利用人们对于能够轻松赚钱的美好想象让其入坑。有一些低成本商家前期确实靠此谋生，但“无货源”泛滥之后就充斥着虚假与欺骗，因此公众需要提高甄别能力，谨慎投资，谨防上当，一经发现及时拿起法律武器维护自己的合法权益。



柳州螺蛳粉企业备战“双十一”

11月7日，在柳州螺蛳粉生产集聚区广西善元食品有限公司生产车间，工人在包装产品。

为应对即将到来的“双十一”销售高峰，广西柳州市螺蛳粉企业开足马力生产，备足货源。 新华社记者 黄孝邦 摄

进出口总值34.62万亿元

今年前10月我国进出口同比增长9.5%

本报讯（记者北梦原）海关总署11月7日公布的数据显示，今年前10个月，我国进出口总值34.62万亿元，比去年同期增长9.5%。其中，出口19.71万亿元，增长13%；进口14.91万亿元，增长5.2%；贸易顺差4.8万亿元，扩大46.7%。

前10个月，我国一般贸易进出口保持快速增长，进出口达22.09万亿元，增长13.3%，占我国外贸总值的63.8%，比去年同期提升2.1个百分点。其中，出口12.56万亿元，增长18.4%；进口9.53万亿元，增长7.2%。加工贸易进出口7.02万亿元，增长3.2%，占20.3%。其中，出口4.47万亿元，增长5.1%；进口2.55万亿元，与去年同期基本持平。

前10个月，我国对东盟、欧盟和美国等主要贸易伙伴进出口增长。东盟为我国第一大贸易伙伴，我国与东盟贸易总值为5.26万亿元，增长15.8%；欧盟为我国第二大贸易伙伴，我国与欧盟贸易总值为4.68万亿元，增长8.1%；美国为我国第三大贸易伙伴，我国与美国贸易总值为4.21万亿元，增长6.8%。

从贸易主体来看，前10个月，民营企业进出口17.44万亿元，增长14.4%，占我国外贸总值的50.4%，比去年同期提升2.2个百分点。同期，外商投资企业进出口11.56万亿元，增长1.5%，占我国外贸总值的33.4%。国有企业进出口5.55万亿元，增长14.5%，占我国外贸总值的16%。

园林绿化垃圾处理和资源化利用试点工作展开

力争两年左右在部分城市建立处理和利用体系

本报北京11月7日电（记者时娟娜）记者今天从住房和城乡建设部获悉，该部决定开展城市园林绿化垃圾处理和资源化利用试点工作。力争用两年左右时间，在部分城市建立园林绿化垃圾处理和资源化利用体系，形成一批可复制可推广的经验，推进城市园林绿化高质量发展。

据了解，近年来，我国园林绿化垃圾处理和资源化利用工作取得积极进展，但总体上尚处于起步阶段。部分城市尤其是超大城市、大城市的园林绿化垃圾产生量逐年增长，存在收集系统不健全、专用运输车辆不足、处理和资源化利用设施选址困难、资源化产品出路不畅、缺乏有效的部门协调机制等问题，亟待建立完善的园林绿化垃圾处理和资源化利用体系。试点工作要求全面了解城市园林绿化垃圾现状，编制园林绿化垃圾收集运输和处理设施作为城市基础设施的重要组成部分。因地制宜选择生物处理、有机覆盖物加工、生物质燃料制备，或其他适宜本地实际情况的处理技术和模式，提升设施建设运行水平。

要求同时明确推动园林绿化垃圾源头减量和资源化利用。园林绿化垃圾主要指园林绿化建设管养过程中产生的乔木、灌木、花草修剪物，以及植物自然凋落产生的植物残体，通常包括树枝、树叶、草屑、花卉等，具有分布广泛、季节性强、运输成本高、可再生性好、利用方式多样等特点。

多地发布“双11”消费提示——

商家“闪电”发货不影响消费者正常退货退款

本报北京11月7日电（记者刘小燕）购买预售商品前仔细阅读规则；在直播间观看购物时，保持冷静克制，切勿冲动消费；详细了解价保规则，保存好相关证据……随着“双11”来临，安徽、上海、黑龙江、浙江等地消费者组织相继发布消费提示，“全程价保”“预售”“退款”“直播间”等成为今年消费提示中的关键词，消费者收到针对各类优惠活动的“拆解式”叮嘱。

10月31日“双11”活动开幕当晚，“退款”一词成为社交平台热搜话题。有网友留言，刚付完尾款的商品立马显示已发货，有的甚至已经在派送，“似乎不给消费者退款机会”。

对此，江苏省消保委提示，消费者权益保护法赋予消费者网上购物的后悔权，消费者有权自收到商品之日起7日内无理由退货。所以商家“闪电”发货，并不影响消费者正常退货退款的法定权益。

浙江省消保委提示，消费者要仔细阅读平台规则，注意保价时间及价格构成。例如，保价时间是7天还是15天，价格构成是否包含店铺优惠券或者平台优惠券；在发现符合保价条件后及时向平台或商家申请退差价，避免因错过保价时间。

川渝陕甘青消费者组织联合发布提示称，“直播带货”“网红带货”是时下电商新风口。但也存在产品质量、售后服务、虚假宣传、平台数据造假、主播诱导私下交易以及直播间未开通回放导致取证难等问题。建议消费者在选择直播带货购物时，认真查看经营者在直播平台公示情况，不被明显低价所误导，切勿盲目跟风购买。

黑龙江消协进一步提示，消费者若发现主播宣传内容存在虚假宣传等违法行为，应当及时取证。同时，为保障财产安全及交易记录可循，不要脱离平台进行私下交易。

此外，安徽消保委还提醒广大消费者，收取商品包裹后，应对快递包装和商品包装进行严格消毒。消费过程中要有意识地加强个人信息保护，预防外泄。要注意保存商家活动信息、聊天记录、订单详情、支付信息、促销优惠等购物凭证。



拉鲁湿地美如画

这是11月5日拍摄的拉鲁湿地景色。近日，随着天气渐寒，位于西藏拉萨市市西北部的拉鲁湿地国家级自然保护区呈现出美丽独特的景象。据介绍，保护区面积超过

12平方公里，是青藏高原城市区域内一个不可多得的物种基因库。拉鲁湿地于2017年入选我国首批国家湿地旅游示范基地。

新华社记者 周茂潇 摄

许多外国客商现场出境直播，让更多展品变商品

“四叶草”里“洋主播”带货忙

聚焦进博会

本报记者 裴龙翔 北梦原 张千
樊菲涛 安彦璟

进博会进入第五年，直播成为越来越多外商的选择。各展台上各种直播设备林立，镜头前一起卖力促销的，还有不少“洋面孔”。

一个个直播间，一个个直播镜头，让优质进口商品、参展企业与国内消费者、与中国市场距离更近。

因为直播在老家上了新闻

11月6日下午，俄罗斯出口中心展台上，俄罗斯小伙安东正在镜头前努力地为大家展示产品“拉人气”。“这款爆米花很好吃，你试试。”他把一袋小包装的爆米花递给了搭档。“嗯，真的很好吃，我先尝尝再告诉大家是什么味道。”看到搭档有些卡壳，他迅速补位：“这个我吃过，甜甜咸咸的，很适合做零食。”

尽管几化音还不标准，“土儿豆泥”让观众不时出戏，但卖力的解说还是给直播赚足了人气，网友们纷纷刷出“666”，夸他中文好懂产品。

在另一个展台上，贝印贸易总经理渡边博明通过直播镜头，带着老粉和新观众在自家的展台里逛了一圈。几年前，直播对渡边来说还很陌生，从第三届进博会开始，他率先在日本同类品牌中尝试直播，销量的增长坚定了他继续直播的决心，到今年已经是第三年在进博会现场直播。“直播在日本还是个新鲜事，第三届的时候，因为直播我还上了老家的新闻。”

从展台上陈列的企业获得的各种奖杯说起，再到美妆、家用和医疗相关产品，百平方米的展台上，渡边通过镜头带着观众，逛了20多分钟。“以往直播都在房间里，今天有机会可以给大家展示全系列的产品。”渡边说。

更直观感受中国市场

“今天我们上线了19个单品，下午的时候就卖空了3个。”渡边忍不住感叹中国市场强劲的购买力。他回想起三年前自己第一次接触直播，因为语言还不熟练，大部分时候只能微笑，但是直播的优势让他印象深刻。

“和以前的电视购物比，直播对商家是特别有效的营销手段。”渡边比较起了两者的优劣，“现在的直播没有频道数量限制，没有时间限制，动动手指就能直接下单，太方便了！”

他坦言部分同品类的日本企业还不熟悉这样的营销模式，使得贝印在中国市场抢占了先机，把优质的产品迅速铺开。

从下午2点到6点，中国斯里兰卡经贸合作商会主席晋兰加从红茶包讲到饼干，再讲到彩色宝石，观众的热度也持续不断，饼干和红茶包都成了当天直播的爆款。“红茶包卖了8000多单，一天下来一共有15000多单，不少商品都没有库存了。”

以往作为行业上游存在，晋兰加总觉得对市场没有直观的了解。通过直播，比卖出产品更让他感到踏实的，是可以直面消费者，直观具体地了解中国市场的喜好和需求，可以进一步调整产品结构。“我们的规模一年比一年大，和消费者直接沟通，企业的发展会越来越踏实。”

进博会让我对未来充满信心

在直播间里卖宝石，客单价比普通的商品高出不少，这样的成功经验让晋兰加在外商圈子里小有名气。很多外国人听说他直播成功，纷纷向他求教。“我一直学习研究直播，现在汉语流利，进博会让更多中国客人认识了我们。”晋兰加说。

晋兰加分享了他对中国市场的发现：“在斯里兰卡，戴钻石是为了安全为了健康；在中国，

人们戴钻石是为了漂亮。因此我们可以把首饰做得小一些，价格更低一些，打开更多市场。”

以往安东更多从消费者的视角体验着中国市场的便捷和实惠：“我在直播间里看到好产品，会去多个平台比价，买最划算的那个。”

他说起这些小诀窍，俨然是个老买手了，可是这次角色转化，从供应商的角度看中国，他觉得自己很受震撼：“之前听说过中国消费者买爆了俄罗斯的紫皮糖。现在才直观地知道，中国的消费力有多强。”

未来，渡边打算继续将直播坚持下去，不断上新更多好产品，做大中国市场；安东正在熟悉更多老家的产品，以后在直播上把卖点说得更生动；晋兰加带着满满的收获和改进想法，准备在一年时间里持续推陈出新。他们有一个共同的感受：“参加进博会，让我找到了机会，抓住了市场，我对未来充满信心。”

（本报上海11月7日电）



更多精彩内容
请扫描二维码