

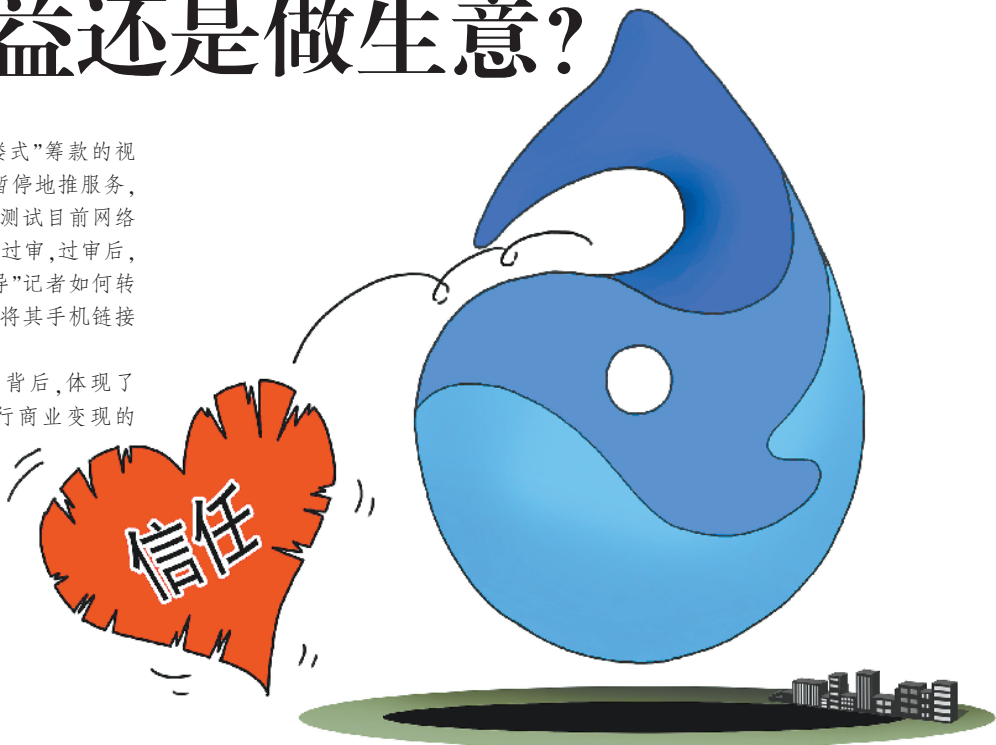
财眼

记者亲历一张假病历即可发起众筹、1分钟快速过审 水滴筹“放水式”审核 是做公益还是做生意？

知名互联网筹款平台水滴筹因为一则员工“扫楼式”筹款的视频被推到了舆论的风口浪尖，水滴筹随后表示全面暂停地推服务，全面整顿。然而事发后，新快报记者用一张虚假病历测试目前网络众筹平台审核情况发现，不到1分钟筹款申请便快速过审，过审后，平台均未对申请信息做过多核查，只是在不断地“指导”记者如何转发扩散链接。而对点击链接捐款的网友，众筹平台会将其手机链接跳转至其相关互助平台及保险产品页面，引导消费。

有业内人士分析称，众筹平台“放水式”审核的背后，体现了缺乏盈利能力的平台希望借助最低的获客成本进行商业变现的追求，从而导致了此类平台欺诈现象频现，不断透支消费者的爱心。

■新快报记者 刘威魁



■VCG图

事件

地推乱象只为“占领市场”

每单提成80元到150元，月入过万，实行绩效末位淘汰制度。这是什么职业？售楼人员？保险推销？这是水滴筹的地推人员。近日，一则员工“扫楼式”筹款的视频曝光了水滴筹的运营漏洞，视频中水滴筹的地推“收款顾问”美其名曰“志愿者”，在全国40多个城市的大医院扫荡。发起筹款的过程中，不问患者病情、真实经济情况，只需简单口头询问，直接套用模板，随意填写筹款金额，然后就鼓励患者四处转发筹款

信息。

这些自称“志愿者”的地推人员，每单最高提成150元，得根据完成的单量实行末位淘汰。而被问到公司为什么要强制发单时，有员工表示是“为了占领市场”。此外，在筹款完成后，有的员工还会给患者推荐医疗保险，并称这个时候患者购买保险的几率比较高。

善心变成了别人牟利的生意，网友们表示“心很凉”，进而引发大众对整个网络

筹款形式的信任危机。

事件不断发酵，水滴筹随后发表声明回应称，视频报道中的违规事件是个别现象，调查清楚后将给以严惩。即刻起线下服务团队全面暂停服务，整顿彻查类似违规行为。

不过，新快报记者浏览招聘网站发现，截至12月5日，仍然有大量招聘水滴筹线下筹款顾问的招聘信息发出。

说法

商业变现合规 问题成隐忧

需要注意的是，众筹或互助联姻保险的布局愿景虽被看好，但在行业前行的过程中，合规问题也成为隐忧。

陕西恒达律师事务所高级合伙人、律师赵良善分析指出，轻松筹和水滴筹互助平台发布广告宣传中均有“每人3元立即领取30万大病互助金”等内容，误导消费者只需缴纳3元就可得到30万互助金或者保险金。但事实上，3元只是准入资格，如享受相关权益，后续还需充值或者续费，这就印证了两家平台在“互助金项目”的宣传页面带有虚假性及误导性。

此前，原保监会于2015—2016年发布了《关于互助计划等类保险活动的风险提示》《关于开展以网络互助计划形式非法从事保险业务专项整治工作的通知》，严格划清了互助计划与保险产品的界限，防范消费误导；2019年，银保监会“净化”互联网保险市场，针对具体个案采取监管动作，4月12日银保监会就相互保事件对信美人寿作出处罚决定。

记者实测

用假病历筹款审核仅需1分钟

为测试目前网络众筹平台审核情况，新快报记者近日在第三方平台购买了一张伪造的诊断证明（疾病名称和病情不符），分别上传至轻松筹和水滴筹两个平台，用于发起筹款申请。

诊断证明提交后，在未对新快报记者患病情况、经济条件、家庭住址作过多了解的情况下，两家平台均在1分钟内审核完毕，并显示可以进行转发筹款。接下来，水滴筹和轻松筹还设置了一对一客服顾问，对记者进行筹款填写指导，然而在整个指导过程中，两位顾问均未对申请人信息再做更多的核查。

“只需要任意提供一张带有患者姓名

和疾病名称或者疾病相关描述的诊断报告，就可以发起筹款申请。”筹款平台顾问贴心地告诉记者，每期筹款期限只有30天，可以先转发链接筹款，之后再慢慢补齐相关证明材料。

此后每隔几个小时，两家平台就会通过短信、微信等方式提示转发链接，但从未提醒记者补充诊断证明、住院病案、花费单据等材料。

“平台还为患者设置爱心鼓励金，累计最高可得1000元，转发越多获得越多。”见转发量不高，轻松筹客服还特地致电记者，鼓励记者多带动身边的朋友积极转发扩散，并传授提高曝光率的小技巧。据该客服

介绍，在他的指导下，90%的客户都是两三天内就能筹集到上万元，患者只需凭借身份证号码便可随时提现，平台不收取任何服务费。

其实，问题早就已经有所暴露。水滴筹曾出现过多次因信息审核不严导致的诈捐等违规现象。今年5月，曾在水滴筹平台发起百万元众筹的相声演员吴某，因在北京有两套房、一辆车和医保而被要求停止筹款；今年11月，筹款发起人莫先生因隐瞒名下财产和其他社会救助，被要求全额退还筹款15.3136万元并支付相应利息，成为全国首例因网络个人大病求助引发纠纷的案例。

背后

“放水式”审核实为获客手段

为何不符合募捐标准的求助人也可以在该平台发起筹款？

众筹之家创始人王正然告诉新快报记者，如果筹款的目标金额不大，做详细的核实调查会耗费平台的大量成本，水滴公司为了快速抢占市场，更侧重于追求海量用户的增长，必然在资料审核方面比较宽松。

今年3月，水滴筹公司创始人兼CEO沈鹏曾在一次公开演讲中提及，由于足够下沉，水滴筹每个捐款用户的获客成本只有3毛钱。

新快报记者浏览水滴筹的《用户协议》发现，有一条为“赠与人向发起人、求助人进行赠予之前，需要成为平台的注册用户，接受本协议及隐私政策”。资料显示，截至2019年9月，水滴筹已累计筹款达235亿元，近2.8亿人参与救助。

透过宽松审核、疯狂“吸粉”，记者看到，海量用户的背后藏着的是缺乏盈利能力的众筹平台，对运营资金的需求。

水滴公司曾宣称，水滴筹大病筹款0服务费，对于一家商业公司而言，0服务费意味着水滴公司只能依靠其他盈利途径才能保证公司整体健康持续地运营下去。为此，水滴公司在2017年上线保险业务“水滴保险商城”，其目标就是进行商业变现，保证整个平台的盈利及存续。

新快报记者发现，不管是通过轻松筹还是水滴筹的链接，每向一位病患捐款时，捐助页面会出现类似“大病互助权益”的广告。

轻松筹宣称“限时3元加入，最高可获30万大病互助金，患大病不愁没钱”。缴费完毕后，页面又提醒需关注其公众号。完成身份验证后，系统会提示“计划余额较低”若余额不足将导致失去最高30万权益。此时，页面按钮明确提示用户“充值10元恢复权益”，并强调为避免频繁充值建议充值到50元。与此同时，记者还收到了轻松筹平台发送的诱导投保提示，宣称“一份

专属福利，600万医疗保障待领取”。

在水滴筹公众号页面，也有类似链接引导跳转至水滴互助及水滴保的相关页面，缴费规则也与轻松筹类似。比如，加入水滴互助后，用户也会被引导至水滴保“600万医疗保障”的投保页面，投保提示也是加粗标红字体提示“首月3元”，旁边一行灰色小字体写着“次月11.5元起”。新快报记者留意到，一次性付清保费实际需要271元。

据了解，水滴保险商城目前承担了该公司主要的盈利任务。数据显示，自今年5月起，水滴保险商城开始试水长期险销售。截至11月25日，水滴保险商城当月长期险新单年化保费突破1亿元，月度复合增长率超过60%。

“发展保险业务的前提便是流量。”王正然向新快报记者分析指出，通过筹款人朋友圈传播的社交电商模式，已经被拼多多等公司证明，是获客成本最低的营销模式。