

# 商家推“买满送口罩”拉客 近八成网友表示“不认可”

律师提醒需警惕“口罩骗局”

在口罩紧缺的情况下,商家利用口罩做营销是否妥当?广州市民陈女士近日发现,在不少市民难以采购到足够数量口罩的情况下,不少商家却能发起“买满(××元)送口罩”“点外卖送口罩”等活动。虽然多个商家将其定义为“送福利”,但据新快报近日发起的一项调查显示,近八成参与投票的消费者认为以上商家行为“占用资源”“有所欠妥”。有律师提醒,商家赠送口罩本身属于正常商业行为,但需警惕“口罩骗局”以及口罩质量和来源。

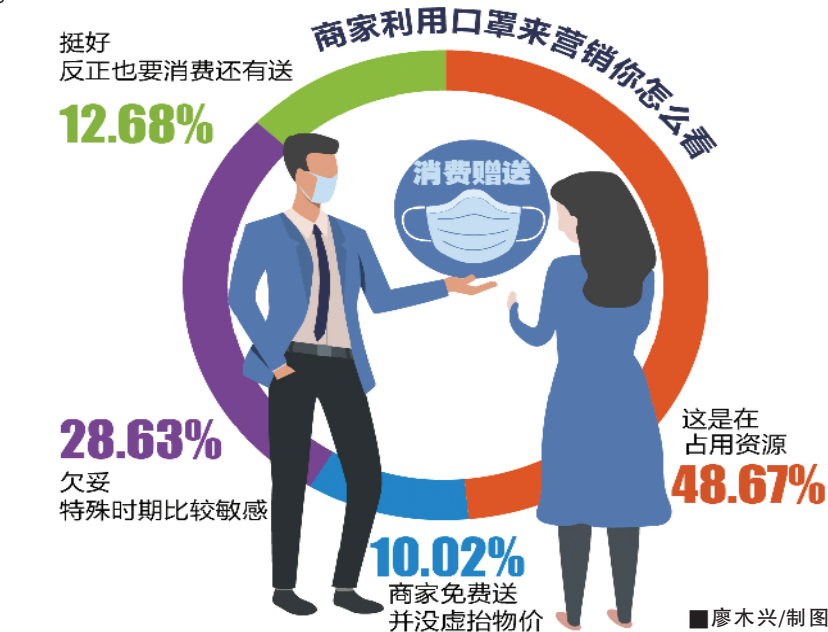
■新快报记者 郑栩彤

## “口罩”成了营销手段

新快报记者在陈女士的微信朋友圈看到,有售卖胶原蛋白产品和小吃特产的微商推广“买10盒送10个口罩”“满290元送2个口罩”的活动。此外,新快报记者还在一些电商平台如奥买家和花生日记,以及餐饮店糖豆豆、生煎先生和新作的茶等店家看到“送口罩”活动,赠送口罩的条件包括但不限于抽奖、转发推文、购买指定套餐以及充值1000元等。据消费者反馈,花生日记还推广过“新注册用户领取口罩”的活动。

从用户反馈看,有消费者表示“太感谢了”,也有消费者对商家“口罩营销”的行为感到不适。为了获得赠送的口罩,市民“拾忆”近日在海珠区一家新作的茶店面消费了超过30元的饮品。“为了得到口罩,消费者不得不付出比口罩本身更高的价格购买本不需要的商品。”陈女士如此说。

针对争议,新快报近日在微博上对网友发起了相关投票。结果显示,有



■廖木兴/制图

半数参与投票的网友认为商家的“口罩营销”行为是“占用资源”,近三成网友认为“欠妥,特殊时期比较敏感”,仅两成多的网友认可商家行为,觉得“商家无虚抬价格”。

## 商家称赠口罩是想发福利

花生日记、生煎先生等商家均向新快报记者表示,其赠送口罩的初心是给用户发放福利,而设置赠送条件是基于口罩数量有限,无法满足大体量的用户。奥买家则表示,没有直接售卖口罩是基于给用户送福利的想法。

据了解,生煎先生准备赠送给用户的口罩储备有两万个,是此前为员工采购时富余的部分,奥买家相应库存也是几万个。至于为何设置消费一定金额的条件,生煎先生表示,考虑到顾客对口罩有不同的需求,因而制定的赠送口罩不同方案。新作的茶客服回应称,推出“满一定金额送口罩”的活动基本是门店自身的行为,若门店自行采购后资源充足,支持门店的赠送行为。

## 律师: “买满送口罩”属正常商业行为

“满×元送口罩”“买外卖送口罩”等行为在疫情期间是否妥当?浙江圣港律师事务所高级合伙人黄伟向新快报记者表示,商家的以上行为属于典型的商业赠予行为,是正常的商业行为。经营者将赠品的费用摊入一般商品的成本中并转嫁给消费者,赠送的实质是为了招揽顾客和获取利润。

黄伟表示,只要口罩的质量没问题,销售的商品价格又在合理范围内,不应给予此种行为过多干涉。但在疫情防控期间,还是建议商家将防护等级较高的口罩更多捐赠给医院等疫情防控一线。若将其大量用于促销,是一种资源错配。在消费者权益方面,黄伟提醒,若口罩质量有问题,受赠者可按消费者权益保护法的规定要求惩罚性赔偿。

广东合邦律师事务所律师肖锦阳则提醒,若消费者看到买东西送口罩而进行消费,但实际上商家并无相应的口罩存货赠送,则属于口罩噱头,涉嫌民事欺诈。此外,也应注意商家赠送的口罩来源是否合法,例如捐赠物资不能在市场流通。

## 中国人寿与太保寿险 相继增持港股

新快报讯 记者刘威魁报道 险资近日在港股市场表现活跃,两家大型寿险公司先后举牌H股上市公司。其中,中国人寿举牌农行,太保寿险举牌锦江资本。新快报记者梳理发现,今年已有4家保险机构举牌上市公司股票,此轮险资权益投资则更加注重向个股集中、举牌上市公司,持仓周期也较以前更长。有分析指出,集中投资个股都将对险资投资能力提出更高要求,相对来说,龙头企业被险资举牌的几率更大一些。

近日,太保寿险、中国人寿相继在中国保险行业协会披露举牌港股的公告。其中,太保寿险发布公告称,公司已于2月19日完成对锦江资本的举牌;公告显示,举牌完成后,太保寿险持有锦江资本股票6978.6万股,占其香港流通股比例约为5.015%。中国人寿则发布公告称,该公司自2月17日-19日,连续增持农业银行620万股、300万股、4500万股,合计8120万股;公告显示,截至2月19日,中国人寿持有农业银行H股15.37亿股,占比5.0018%。

为何险资相继选择增持港股?“追求稳健回报是保险资金的本性,随着疫情好转,H股的价值投资洼地已经显现,整体估值处于相对低位。”据券商人士分析指出,2020年经济增速阶段性企稳概率较大,场外资金的大规模入市也是大概率事件,市场有望延续较好表现。

据了解,截至2月19日,中国人寿权益类资产账面余额为6527.86亿元,占2019年9月30日总资产的比例为18.0873%;本次举牌后,太保寿险权益类资产账面余额约为人民币1972.28亿元,占太保寿险2019年四季度末总资产的比例约为16.27%。根据两家险企公告,在各自举牌后,两家险企的权益类投资比例较30%的上限仍有不少空间。

新快报记者梳理发现,加上此次太保人寿、中国人寿举牌,今年已有4家保险机构举牌上市公司股票。此前还有两起举牌分别是,太平人寿通过参与申购大悦城非公开发行股份,持有大悦城股票达到6.61%;华泰资产通过协议转让的方式,接手国创高科7330万股股份,持股比例为7.9993%。

“相比以前,近两年险资权益投资更加注重向个股集中、举牌上市公司,持仓周期也较以前更长,2020年这一特点更加突出。”一家大型保险集团公司相关负责人向新快报记者表示,集中投资个股将对险资投资能力提出更高要求,险企要进一步加强投研能力,才能更有效选出具有长期上涨潜力的个股,相对来说,龙头企业被险资举牌的几率更大一些。

## 乐购正式退出中国市场 华润25亿接盘全部股份

新快报讯 记者陆妍思报道 乐购集团(Tesco)前日宣布,已将其与华润集团成立的合资公司Gain Land20%股份售予华润集团的一个子公司,价格为2.75亿英镑(约合25亿元人民币)。至此,这家英国最大零售商已经完全撤出中国市场。新快报记者了解到,此前广州共有6家乐购超市,已于2017年前已全部更换为华润万家。

据了解,乐购成立于1919年,目前业务遍布全球十多个国家,员工总数超过45万人,营收规模常年保持在500亿欧元之上,是英国最大的零售商,也是全球三大零售企业之一。2004年,乐购通过与中国台湾的顶新集团合作进入中国大陆市场。

2013年8月,乐购宣布与华润集团方面合作,双方达成协议,将乐购中国业务并入一家合资公司。根据合资协议,乐购将以在华的门店资产和43.25亿港元认购合资公司20%的股权,华润将持有

合资公司80%的股份,交易完成后,乐购门店统一改为“华润万家”。

此次乐购将合作公司仅剩的20%股权作价2.75亿英镑出让给华润集团,正式退出中国市场。乐购方面表示,出售股份进一步简化了业务,公司将聚焦核心业务。乐购还表示,出售所得款项将用于一般企业用途。

华润集团则表示,此次回购股权表明集团对旗下华润万家的发展前景充满信心,未来也会继续支持华润万家的发展。交易完成后,华润万家仍将在大数据、供应链等多方面与乐购保持长期合作关系。

至此,在中国传统卖场的外资零售阵营中,家乐福被苏宁收购,麦德龙被物美收购,乐购被华润收购,乐天被物美和利群瓜分,卜蜂莲花退市私有化……入股京东、联姻腾讯的沃尔玛可谓“一枝独秀”。

对此,业内人士表示,“渠道为王、跑马圈地”的零售时代已经终结,现在是存

量深度运营时代。“唯有做好供应链,加大对终端零售系统升级的重资产和重团队投入,才能在竞争最激烈、最复杂的中国零售市场占有一席之地。”

近年沃尔玛大力拓展电商到家业务,目前在中国已拥有数字化顾客超过5000万。为支持到家业务,沃尔玛加大了对物流供应链的投资,其投资超过7亿元的首家定制化生鲜配送中心华南生鲜配送中心2019年在东莞启用,这也是沃尔玛进入中国23年来最大单笔投资。

2019年第三季度财报,沃尔玛取得在中国市场五年来最好业绩,总销售额增长6.3%,可比销售额增长3.7%。截至2019年11月,电商销售同比增长了100%,2019年电商销售占整体销售比例达到14.7%,从整盘生意来看,电商对于整体沃尔玛生意增长的贡献率达到了92%。今年1月,沃尔玛正式对外公布将于未来5至7年在中国新增500家门店和云仓,其中主力布局社区店。