

网上开店教程有名无实 频遭投诉

真正“赚快钱”的竟是微盟、有赞、店宝宝等电商服务机构

“开店指导，超全货源，三天即可盈利。”随着电商的不断发展，这些宣传口吻酷似网络诈骗的电商课程广告也越来越多见。如今，更是出现了一些开店教程类的骗局。

根据第三方机构网经社一份最新报告指出，近些年出现了越来越多以开店指导为噱头的骗局，有赞、微盟、微店、店宝宝、恒翎电商等知名电商服务商都曾爆出过类似投诉，消费者在购买此类服务的时候务必擦亮眼睛。

■新快报记者 郑志辉

说好的“动动鼠标就能创业”

据广东省陈女士向网经社旗下投诉平台“电诉宝”投诉称，自己于8月3日通过游戏中插的广告下载店宝宝，并在店宝宝客服的诱导下购买了店宝宝创业服务，花费1000元。后面老师让自己跟着她一步一步把店铺设置好，助理开始推广她们的代运营服务，诱导龙女士继续购买18000元的代运营服务，之后发现商品实际与宣传内容严重不符。对此，龙女士严重怀疑店宝宝有传销嫌疑，并且自己缴纳的保证金也退不回来，平台坐视不理。

另一位陈女士投诉称，自己于5月10日在有赞微商城购买了“开网店全程一对一指导无货源一件代发”青铜套餐，共花费400元。在商品页面，商家十分清楚地注明会提供一对一的专门指导，在购买该开店教程后，陈女士发现一对一指导纯属空话，在付完钱后该商家对自己爱答不理。

甘肃王女士称，自己于3月13日跟微盟达成协议签订合同并支付了2000元订金制作网络销售蔬菜的小程序，并商定尾款小程序使用没问题后在4月15

日左右支付。在25日交付使用后发现后台不符合要求，多次和技术部门沟通还不能解决问题，微盟公司不顾及后台不完善，技术不过关的情况，一味催要尾款，并于4月11日突然关停小程序后台，致使公司损失巨大。

广东省农女士投诉称，自己于2021年12月26日购买四川恒翎电商服务有限公司的VIP指导开店课，共花费4120元。购买后收款方没有按合同进行授课，今年7月开始连人都找不到了，现要求该公司退还费用但投诉无门。

谁在“赚快钱”？

网经社高级分析师莫岱青表示，开店教程抓住了人们热衷于赚快钱的心理，往往只看到了网店的利润之丰厚，不清楚开网店背后的成本，以为“躺着”就能赚钱。加上平台的监管不力，纵容了这种情况的出现。当消费者向平台寻求帮助，平台采取冷处理的态度，更有可能是平台与这些商家沆瀣一气。在这样的情况下，平台的监管就成为最主要的问题。有些店铺已经被消费者一再投诉，平台



却闻不问，导致这些店铺则会更加肆无忌惮。

上海汉盛律师事务所高级合伙人李曼律师表示，有些开店教程，以加盟、无货源、流量扶持等噱头吸引创业者，诱导创业者缴纳推广费、宣传费、押金、保证金等方式进行敛财，实际上就是一种诈骗。消费者面对描述与服务不一致的情况，一方面可以积极向有关组织及部门投诉，如消费者协会或工商部门（多数线上培训均有资质要求）；另一方面，如果认识到自己被骗，应及时报警，向公安部门告知相关情况。

上海融孚律师事务所律师程亮指出，现实中，消费者在购买开店教程时，

电商服务商会提供格式化的服务合同版本，不会写到服务合同中去，这也为消费者维权带来困难。所以，消费者在选择购买开店教程服务产品前，应尽可能的让电商服务商将承诺的内容写进合同中去，或者通过微信、短信、邮件等形式将其承诺内容固定下来，作为将来维权的依据。

谈到避坑方法时，李曼表示，一是建议选择大平台旗下配备的开店指导服务。二是缴纳服务费之前，建议提前了解服务企业相关信息及网络服务评价。三是谨慎付款，对于流量费、扶持费、货源费等谨慎付款，做好“非必要不付款，非必要不转账”。

德尔玛IPO一波三折：六成营收靠贴牌代工 深交所对其抗风险能力依旧存疑

新快报讯 记者陈学东报道 日前，广东德尔玛科技股份有限公司(下称“德尔玛”)正式递交注册稿，拟在深交所创业板挂牌上市，这也意味着德尔玛离上市的钟响又近了一步。在这份新递交的注册稿中，德尔玛更新了其上半年的业绩表现。今年上半年，德尔玛营收为15亿元，同比增长21.6%；归母净利润为6086万元，同比增加33.7%。

深交所对其抗风险能力依旧存疑

近年来，在“懒人经济”“宅经济”的催化下，让小家电市场受到了大众关注，也让一众小家电公司成功登陆资本市场。德尔玛是一家集自主研发、原创设计、自有生产、自营销售于一体的创新家电品牌企业。德尔玛旗下品牌包括自有品牌“德尔玛”及“薇新”，以及授权品牌“飞利浦”及“华帝”，主要产品类型包括家居环境类、水健康类、个护健康类以及生活卫浴类。

德尔玛早在2020年就谋求上市，与中金公司签署了上市辅导协议，准备冲刺深交所创业板。从2020年到现在，小家电行业中石头科技、帅丰电器、亿田智能、火星人、比依股份都纷纷叩响了资本市场的大门。但是，德尔玛等到的却是深交所的三轮问询。2021年10月的第一轮问询中，深交所对德尔玛提出30多条质疑，从对赌协

议、同行业竞争到直播带货、劳务派遣情况等总计596页，问询函页数都快赶得上德尔玛的招股书了。

第一轮问询的四个月后，深交所对其进行了第二轮问询，总计347页、共提出17个问题。并且，深交所更是针对德尔玛主营业务部分特点和成长性“是否符合创业板定位”发出致命提问。

今年4月份深交所又对德尔玛进行了第三轮问询，内容涉及营业收入、营业成本与供应商、毛利率、与小米集团开展合作业务的稳定性等多个方面。

直到今年6月份，深交所创业板上市委员会的审议结果称，德尔玛符合上市发行条件、上市条件和信息披露要求，不过还是要求其对飞利浦和华帝商标许可合作的稳定性和可持续性，以及对其经营能力的影响进行说明。可见，深交所一直对其经营的抗风险能力究竟如何依旧存疑。

六成营收靠贴牌代工

为何德尔玛符合上市发行条件，却一直被深交所提出质疑呢？这或许与德尔玛的营收来源有关。

根据德尔玛招股书数据可知，从2019年至2021年，其自营品牌“德尔玛”和“薇新”的营收占比分别为60.24%、46.02%与38.43%，呈现逐年下滑趋势。而其当前主要营收来自于小



米代工，以及“飞利浦”“华帝”品牌授权。

这也就是说“飞利浦+华帝+米家”所带来的收入在2021年超过了德尔玛营收六成。而且，无论是贴牌还是代工对德尔玛来说，都有着不可规避的风险。

以代工小米小家电来说，的确为德尔玛近三年带来了可观的收入，但是这部分业务也拉低了其毛利率。从招股书数据可知，在报告期内，德尔玛主营业务的毛利率分别为36.37%、32.26%与29.21%，呈逐年下降的趋势。在报告期内，德尔玛米家ODM业务毛利率分别为27.53%、19.18%及12.57%，三年来腰斩过半。

从市场现状来看小家电已经从增量走向了存量。并且，小家电由于其技术护城河不深，同质化是非严重，消费者在选品上很难从一而终，这也使得当下竞争尤为激烈。德尔玛想要在激烈的竞争中活下来与活得好，肯定要在产品力上加码超车。

科大讯飞上半年净利润大跌33.57%

新快报讯 科大讯飞8月22日晚间发布了2022年半年度报告，财报显示，上半年公司实现营收80.23亿元，同比增26.97%；主营业务连续两季亏损，显示“黑科技”市场变现能力不强；归属于上市公司股东的净利润2.78亿元，同比下降33.57%；扣非后净利润2.79亿元，同比增长33%。

财报显示，科大讯飞上半年实现营收80.2亿元，同比增速(26.97%)和去年上半年的45.3%相比，明显下滑；营业成本48.04亿元，同比增长32.9%，高于营业收入27%的增速，导致毛利率下降2.7%。

具体来看，科大讯飞教育产品和服务实现营业收入22.05亿元，同比增长27.38%；医疗业务实现营业收入1.4亿元，同比增长40.17%；数字政府行业应用实现营业收入4.44亿元，同比增长66.01%。

值得注意的是，除了开放平台的毛利率较上年增长5.57%外，教育产品和服务、信息工程、运营商相关业务的毛利率均较上年有所下滑。不过，唯一毛利率正增长的业务上半年仅占营收的16.78%，为13.46亿元，同比微增4.15%。

此外，科大讯飞上半年智慧汽车业务尚未大规模放量，板块营收为1.69亿元，同比下降5.72%。

对于公司上半年营收增长而归母净利润下滑，科大讯飞在财报中解释称，主要为公司持股的三人行、寒武纪等金融资产因股价波动导致公允价值变动，收益金额较上年同期减少2.73亿元所致。(郑志辉)



一起了解更多3C前沿资讯