

斐讯“0元购”骗局还是普惠科技？

特约撰稿 陈金
本报记者 李立 北京 上海报道

近期一种新型的“0元购”购物模式正在悄然盛行，该购物模式采用购买后返现的机制，吸引了不少用户。但也有部分购买者对通过“0

免费的“午餐”

实际上，结合电商平台的一些优惠政策购买者不仅能拥有免费的“午餐”甚至能从中赚取一些差价。

在斐讯官网的页面上，“0元购”电子秤、路由器、智能家居产品字样的菜单在明显的位置循环滚动。《中国经营报》记者了解到，斐讯成立于2009年，“0元购”活动自2016年1月份开始举办，至今已持续两年且仍在继续。“0元购”活动涉及到路由器、空气检测仪、智能运动手环、互联网电视盒子、扫地机器人、空气净化器等等斐讯公司的多种型号产品，可在斐讯的官方商城、京东等官方授权平台购买。

其中，路由器产品销量极其火爆，记者在京东平台上搜索“路由器”，按销量排序后，销量前五名的产品中有3款是斐讯官方旗舰店正在销售的，其中斐讯K2P型号的路由器已获得111万条评价。

《中国经营报》记者按照正常购物流程在京东斐讯官方旗舰店拍下一台斐讯官网定价399元的“0元购”路由器。值得注意的是，在调查中发现，除了斐讯官方网站，在斐讯京东商城旗舰店、斐讯体脂秤官方旗舰店、斐讯斐赛克斯专卖店的相关产品详情介绍中均没有提到“0元购”活动。记者询问后被告知，虽然页面没显示，但斐讯产品的“0元购”活动持续进行中。斐讯官方旗舰店的工作人员表示：“如有活动截止通知，会提前在商品页面公布，且在活动截止前购买的都将不影响后续返现。”当记者追问为何不在产品详情中描述“0元购”活动时，斐讯斐赛克斯专卖店的工作人员解释称，由于页面大小受限，只能显示产品信息参数图片。

斐讯官方旗舰店的工作人员向记者表示，想要参加“0元购”活动，只需按照正常购买流程购买。

元购”模式购买的产品质量、隐私保护方面提出质疑。目前淘宝和闲鱼平台已将“斐讯”设置为违禁词汇。

近日，针对部分自媒体称斐讯路由器藏有“后门”（后门程序一般是指那些绕过安全性控制而获取对程序或系统访问权的程序方法），用户

隐私会遭到泄露的消息。上海斐讯数据通信技术有限公司（以下简称“斐讯”）在其官方网站发布严正声明称：“所有斐讯路由器产品均不存在任何形式的所谓‘后门’。”路由器“后门”、用户隐私泄露等传闻背后，斐讯更为引人瞩目的是“0元购”模式的规范性。

用户不花一分钱就能获得一份路由器或者电子秤等产品，这一新颖的模式被该公司冠名为“普惠科技”，但免费的午餐背后是否存在隐私泄露的猫腻，或者是新的庞氏骗局？《中国经营报》记者通过调查试图解开“斐讯0元购”的真实面目。



斐讯数据通信技术有限公司位于上海市松江区的办公大楼。

本报记者李立 / 摄影

当记者收到路由器后发现，与普通路由器不同的是，该路由器上有个K码。需要刮开产品底部密码涂层获取K码，下载相应的金融软件。记者下载并登录了一个名为“联璧金融”的手机软件进入首页，通过“K码激活”功能，进行实名认证登录、绑定银行卡等操作后获得了与产品等值的大礼包。

礼包解锁后可在APP中兑换获得相应的金额并提现。联璧金融的工作人员告诉记者，购买产品的型号不同其价格与具体锁定期的时间也不同。花费399元购买K2型号路由器的用户，将获得一个价值399元的活动礼包，锁定期为30天，30天后将用户付款的399元返现。若用户花费1399元购买K3C路由器，则将分为12期分期返现。第一期返现价值420元，后续11期每期89元。

通过微信客服人员的推送消

息，记者加入了“0元购”官方粉丝QQ群。这个群内有1000多名成员，大家讨论着斐讯产品在哪里购买，询问空气净化器滤芯、汽车等其他未上线产品何时上线。可以说这种“0元购”模式受到了斐讯粉丝的追捧。

尝到甜头的斐讯用户对于隐私泄露问题似乎并不太在意，受访者长安告诉记者：“自己参与购买的斐讯‘0元购’产品已成功返现，听说过斐讯路由器会泄露用户信息的传闻并不会影响自己的使用。现在正在等待其他产品的上市，以后还会再次购买。”

实际上，结合电商平台的一些优惠政策购买者不仅能拥有免费的“午餐”甚至能从中赚取一些差价。据斐讯产品购买者汪明鹏介绍，其购买的斐讯体脂秤原价599元，在促销后，实付499元。如果两个月后

返现成功，即可赚取100元的差价。

另外，记者发现，很多斐讯“0元购”活动的购买者选择将买到的产品转手卖出。在闲鱼等二手物品交易平台上有许多出售全新斐讯路由器的卖家，价格在50元到180元不等，其中有专门的回收者以55元的价格大量回收斐讯K2路由器。

事实上，记者走访北京中关村电子城发现，和斐讯官方旗舰店最低售价399元的路由器相比，普通配置的路由器仅需几十元钱。电子城内售卖斐讯路由器的柜台并不多，只卖产品不卖K码。多数中关村电子城的卖家向记者表示并不熟悉斐讯路由器的“0元购”模式，也有部分受访者表示：“不敢买，怕没等钱还完公司就跑了。”1月5日，《中国经营报》记者来到位于上海市松江区斐讯所在的办公园区，经多方沟通斐讯方面仍不愿接受采访，仅同意将采访函置于保卫处。

“0元购”的奥秘

斐讯和金融公司存在的关系让交易看起来有自融的嫌疑。斐讯可能是联璧科技和华夏万家这两家金融公司的部分流量和资金入口。

记者了解到，斐讯“0元购”模式背后主要涉及两个金融软件，是斐讯分别联合上海联璧电子科技有限公司（以下简称“联璧科技”）和华夏万家（北京）金融服务外包有限公司（以下简称“华夏万家”）合作开展的项目。

“钱是（华夏万家）平台返给用户，用户只是在商城购买激活，东西由斐讯提供。”华夏万家的工作人员告诉记者，“很多用户已经成功返现并且实现了提现。”

值得注意的是，记者登录国家企业信用信息公示系统查询发现，2017年5月联璧科技发生投资人（股权）变更，金伟、陈海东等不再担任联璧科技投资人，而金伟和陈海东分别是斐讯对外投资公司上海映碧投资有限公司的执行董事和监事。斐讯和金融公司存在的关系让交易看起来有自融的嫌疑。斐讯可能是联璧科技和华夏万家这两家金融公司的部分流量和资金入口。

据中国银监会网站显示：“目前大部分网贷机构偏离信息中介定位以及服务小微和依托互联网经营的本质，异化为信用中介，存在自融、违规放贷、设立资金池、期限拆分、大量线下营销等行为。”在我国现行的《网络借贷信息中介机构业务活动管理办法》中对自融行为早已明文禁止。

联璧科技的客户服务人员表示，联璧科技和斐讯是合作关系。“打广告也要花钱，我们把钱投入到了这个活动当中，用来推广联璧科技和斐讯。”该工作人员多次强调说，客户购买了平台活动产品，不是理财也不是投资，就是一个推广活动，目的是让更多的客户认识联璧科技平台。斐讯旗舰店工作人员也告诉记者：“此项活动相当于推广联璧金融APP，同时为路由器的费用买单，这也是‘0元购’的意义。”据斐讯官方旗舰店相关人员介

绍，斐讯目前各个型号的路由器已售卖超300万台。记者计算发现，以每台400元计算，在“0元购”活动中单路由器产品的销售额就达到了12亿元。

北京市隆安律师事务所公司金融部律师张特告诉本报记者：“据公开信息，斐讯是与金融服务外包公司合作推出的‘0元购’模式，双方是两个独立的主体，应该不涉及自融资。与其说是‘0元购’，不如说是用户花钱买理财，获得了一台路由器，只要理财是经过了备案的合法产品，不存在虚假或重大缺陷等欺骗消费者等情况，这种模式就是合法的。”

而对于“0元购”的商业模式，斐讯在声明中回应称，这种商业模式是在互联网背景下的新突破，基于自有核心智能制造根基和全国大数据云计算中心的布局，打造硬件免费+互联网运营+大数据服务的商业模式，是在践行“普惠科技”。

联璧科技的工作人员向记者表示，公司的主要利益来源是通过借贷撮合来获取的。该人员称：“客户在平台的投资都是本息保障的，理财产品年化收益超过6.9%。”记者观察发现，在联璧金融和万家金服手机软件上也有很多类似“0元购”模式的活动。

北京京商流通战略研究院院长、北京商业联合会专家委员会委员赖阳告诉《中国经营报》记者：“在公司经营良好的情况下，产品可以理解给消费者相对较高的分成，这对消费者来说并没有什么直接损失。但如果公司拿到用户资金并没有取得很高的收益，不能兑现对消费者的承诺，这里涉及到商业信用甚至欺诈的成分。如果企业受到损失且承受能力较低，不得不用新产品收益来弥补前期亏损，这就存在滚雪球式的债务膨胀，不是正常的金融模式，甚至有庞氏骗局的可能性出现。”

构筑“掩体” 携程推动同程艺龙合并

本报记者 李甜 李静 北京报道

“同程不是原来的样子了。”一位在同程旅游集团工作多年的前员工日前对《中国经营报》记者谈起离职原因时感叹道。

同程的确变了。在再三“辟谣”之后，同程旅游终将所否认的消息变成了事实。2017年12

推手携程

资本因素、行业竞争趋势、以及同程网络与艺龙旅行网两者之间的业务互补性被业内视为促成此次合并的三大重要要素。

携程以37.6%的占股控股艺龙，亦是同程的第二大股东。在业内人士看来，携程或主要从资本和战略两方面考量此次合并。

如果两家合并后能够上市，携程将会获得资本利益。“携程很清楚自己在行业中所处的位置，没有那么容易被动摇。即使将来同程艺龙上市，也不会对携程的老大位置产生影响。”拥有OTA（意即“在线旅行社”）领域创业经历的人士曾润坤表示。

实际上，同程旅游集团董事长兼CEO吴志祥一直对上市显示着迫切的态度。经本报记者梳理，2012年12月份，同程方面宣布拟首次公开发行A股股票并上市；2014年4月，同程内部邮件称将在两年内重启IPO；2015年6月25日，同程旅游官方公告称已于近期正式启动A股IPO；2016年6月17日，同程旅游宣布拆分网络业务及旅行社业务，同程旅行社（集团），运营以休闲度假及景区目的地为核心的业务板块；同程网

月29日，同程旅游宣布旗下的同程网络与艺龙旅行网将正式合并为新公司“同程艺龙”，根据协议，新公司的董事长、CEO均为联席。

实际上，同程网络主攻交通，艺龙主攻酒店，表面上看合并是强强联合，背后其实是各自在行业中发展的疲软，令同程、

艺龙风光无限的领域，现在其他企业正在瞄准发力并赶超。在业内人士看来，携程是此次合并的重要推手，意在阻击行业第四、第五名的竞争压力，腾出手来

对行业的第二、第三名。而对于相关问题，携程方面对《中国经营报》记者表示，一切以公告为准。

实际上，根据艾瑞咨询对2016年7月~2017年6月中国在线旅游服务月度覆盖人数的数据监测，从年度来看携程居于首位，在第二梯队中，飞猪居于首位，并且有两个月超过了携程。而第二梯队中的其他玩家与飞猪具有一定距离，且数据较集中，其中去哪儿、蚂蜂窝、途牛竞争激烈，排名交叉前进；驴妈妈、同程、艺龙波动下降；在2017年上半年结束时，同程、艺龙排在最后两名。

环球旅讯特约评论员王长春提醒道：“在旅游行业的现状下，中小企业通过合并能大幅提高活下去的机会。否则如艺龙这样的情况，在携程或去哪儿的进攻下，很难再坚持下一个5年。”

曾润坤认为，合并后产生业务的想象空间不是很大。从目前来看，旅游行业的创新更多围绕于微小的技术创新，如酒店智能锁、支付技术等。“这两年旅游行业实际没有什么创新的公司出来，现有的旅游业务模式在2014年、2015年就已经探索结束。”

合并后的公司将会如何与股东携程在竞争中实现平衡，贝玉认为这一点较为值得观察。

巨头之梦

本报记者观察到，从2017年开始，OTA领域头部公司纷纷开始盈利，其中携程盈利最为可观。

在过去3年，携程经历了以资本换取市场份额所带来的阵痛，业务不断进行调整，部分单季出现亏损，甚至2016年一季度归属于公司股东的净亏损达到了16亿元。2016年三季度，去哪儿网扭亏为盈，携程也重新盈利，该季度实现净利润2400万元，此后单季净利润持续增长，根据携程2017年三季报显示，携程该季度归属于股东的净利润为12亿元。携程方面对外披露称，收益得益于加速国际化的同时，也在加速向二三线市场的渗透。目前携程会员数量超过了3亿人。

同程则在经历了43个月的连续亏损后，于2017年7月实现了超过3000万元的盈利，单月扭亏为盈。途牛2017年三季报显示，在该季度实现非美国会计准则净利润3970万元，系上市3年多以来首次实现单季度盈利。艺龙2014年净亏损为2亿元，2015年艺龙全年净亏

谁的同程艺龙？

合并之后按照协议，携程旅行网创始人兼执行董事局主席梁建章，同程旅游联合创始人吴志祥将担任新公司联席董事长；同程网络总裁马和平及艺龙旅行网CEO江浩，将担任新公司的联席CEO。

从互联网公司的合并历史来看，联席制从来都是有寿命的，将来谁会被挤掉取决于对推动合并起到关键作用的力量。“如果是基于强业务导向的合并，那么谁的业务发展得最好有可能成为名义上的老大。如果是资本起主导作用，谁更容易被资本掌控就容易上位。”曾润

坤猜测，短期内应该是同程一方主导，因为新公司谋求上市，需要业务上的表现，这方面同程的团队本身比艺龙有优势。本报记者多次联系同程的CEO吴志祥与艺龙方面人士，但截至发稿未获回复。

合并必然会带来人员动荡，尽管同程与艺龙总体上来看业务互补，但也有重合的部分，如同程也有酒店业务，艺龙也能预定机票，实际只是各自内部在投入资源上倾斜度有所不同。

对于重合部分的员工如何处理？此前的不少互联网公司合并

OTA竞争中的两个核心因素其实是流量和供应链，这两者都需要大量的资金和人力投入，而供应链环节则涉及吃住行、游购娱等旅行商品的采购、开发等很多复杂环节。所以，除了来自流量霸主的攻击，阻碍携程进一步成为巨头的还有供应链端。

曾润坤告诉记者，对于一家巨头来说，若能形成垄断，就意味着其对于供应链端具有很强的议价能力，那么这些供应链端势必会群起而攻之，会形成反垄断联盟的。

“OTA行业，不可能只剩一家，但是会一家独大，还有一些小的OTA品牌存在。反垄断联盟的人愿意给这些小一点的OTA品牌更大的优惠，‘让小品牌帮供应商平衡，防止被垄断集团所掌控’。所以这是行业的内在逻辑，携程真的还蛮难垄断，并且随着个性化旅游时代的来临，单体的供应商甚至具备获客能力，通过社交媒体的传播，可以给自身带来一些流量。所以使得OTA品牌与供应商实际上是若即若离，又分又合的状态。”

合并后对内的挑战还包括新公司与供应商之间的关系，比如是两家联合与供应商沟通，还是延续原先的形式各自沟通。

除此以外，曾润坤提到了一个实际问题，如何调整企业品牌形象，对外主要宣传哪一方也是需要考量的问题，“毕竟土豆和优酷合并之后，就只有一个优酷了。”