

“小天鹅”被“羊毛党”薅走7000万元

店铺员工崩溃:20分钟比一辈子还长,倾家荡产没法赔

8月28日凌晨,在安徽县城一家只有6人的小店遭遇“灭顶之灾”,由于电商运营人员价格设置错误,该店铺20分钟内以进货价4折至5折的价格“卖出”货值超7000万元的货品,损失高达3000万元。

因价格设置错误损失上千万 运营发视频求退单

近日不少网友在社交媒体爆料称,8月28日因“小天鹅东山专卖店”出现价格设置错误,有人以超低价格买到了洗衣机,甚至还有不少人以该价格下了四单到五单并寻求转手。而这些“羊毛单”则直接将一家已经开了近十年的县城小店逼上绝路。

据“小天鹅东山专卖店”公告,由于运营人员价格设置错误,导致全店洗衣机产品以远低于市场价的价格售出,造成店铺巨大损失,在短短的20分钟内有超过4万个订单,其中大部分订单为一人多台,据核算,本次事件下单金额近4000万元,货值超7000万元,这意味着如果按规定发货,该店将直接损失超3000万元。

对于一家开在县城仅有6人的小店来说,这称得上“灭顶之灾”,“短短的20分钟比一辈子还长”。

事件发生后,该店铺目前已下架所有商品链接,同时在首页发布一则运营人员的视频致歉,视频中该运营人员称,店铺发现异常时已过20分钟,目前店铺保证金赔付已经超过几十万元,“本人倾家荡产无法赔付完”,希望购买者同意退款。该店铺表示,“对不起!致各位支持店铺的消费者,小店不易,希望大家能高抬贵手。”

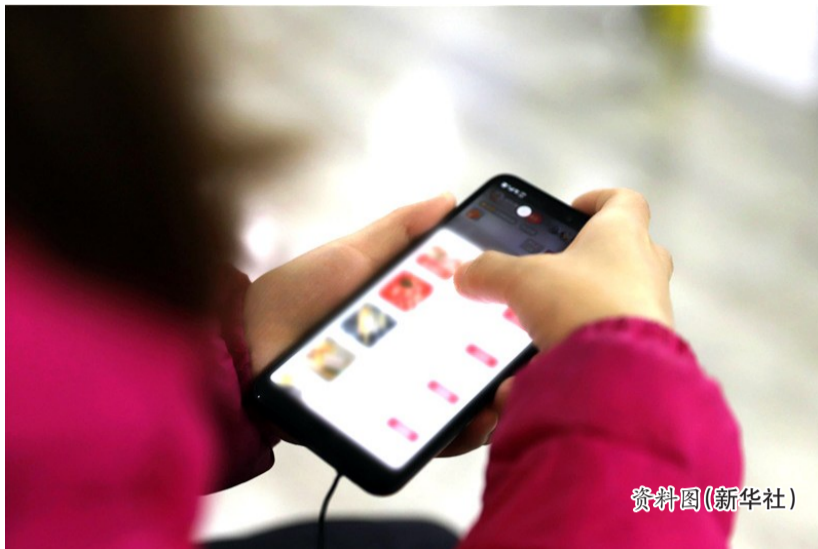
公开信息显示,涉事店铺的公司为绩溪县东山网络科技有限公司,成立于2015年12月。8月28日,该公司已决定将注册资本由100万元减少至3万元。

9月3日,“小天鹅东山专卖店”发布公告称,小天鹅品牌决定为该店铺提供过百万元的专项

支持,用于补偿因此次事件受到影响的消费者。对于已经下单的消费者,赔付形式将采取10元现金红包+100元无门槛优惠券的方式,希望这一举措能够在一定程度上缓解消费者的不满与损失。该网店非常诚恳地感谢每一位之前主动退款顾客的理解与宽容,并承诺:“我们不会关店”。如有任何需要,可直接联系其客服团队。

因价格设置错误被薅羊毛的例子并不鲜见。

据了解,本次涉及同类价格错误的店铺还有华帝与林氏,而在8月21日嘉华食品旗舰店也曾因价格设置错误,将某原售价为39.9元的产品设为秒杀价1元,短短几个小时,销量高达近600万份。据该店介绍,此举预计会造成数亿元经济损失。



资料图(新华社)

羊毛党无孔不入 群聊分享信息,游走在犯罪边缘

“小天鹅”事件发生后,不少网友在社交平台表示自己理解店家已退单,但仍有不少拍多单的用户在二手平台和社交平台寻求“出货”。

“小天鹅”事件背后是近些年规模日益壮大的“羊毛党”。据了解,不少人为最大限度获取平台或店铺优惠,往往以社群的方式组成“撸毛群/撸货群”,群内人数超百人,一旦有超低价折扣商品或促销活动出现便在群里发动所有群友“薅羊毛”。

起初,这一行为的出发点是“自用”省钱,但近些年“职业羊毛党”却成为不可忽视的存在。记者在社交平台以“薅羊毛”为关键词进行检索,发现社交平台中有不少账号就定位为“薅羊毛”,规模较大的账号下有多个社群,累计人数超600人。随机进入几个群,发现群内不断更新各种互联网优惠活动的信息和链接,其中几大电商平台的优惠活动、现金红包游戏等是重点“羊毛”。

一位“薅羊毛社群”组织者告诉记者,规模较大的“撸货群”必须有自己的渠道获取优惠信息,“纯靠人

力肯定是不可能监测到的,有时候有技术手段,有的时候要有人脉。”

由于近些年各平台为拉新、促销活动种类繁多,对于羊毛党来说“薅羊毛”并不难,真正有难度的在于如何将“额外羊毛”变现。正如“小天鹅”事件中的情况,不少“羊毛党”一次多单早已超出“自用需求”,那额外的订单如何“出货”就变成了最关键的环节。多位“羊毛群”成员告诉记者,除非像茅台那样的市场公认商品,大多数出货都有些困难,“二手平台低价,或者专门做回收的我们都会去找,但没什么一定能出货的路子,和薅羊毛一样也看运气。”

事实上,许多“薅羊毛”的行为其实都是游走在犯罪的边缘,《上海市市长宁区2018—2020年诈骗犯罪刑事检察白皮书》中,就有一起因“薅”电商平台“羊毛”510余万元被判刑的案件。

对于消费者而言,追求“优惠”无可厚非的,但以不法手段或侥幸心理“薅羊毛”则很有可能触及法律禁区。

(湖北日报 蓝鲸新闻 南方财经)

平台活动越来越复杂 大部分电商运营都犯过类似错误

“小天鹅事件”中,承担主要责任的电商运营录制视频致歉并请求消费者退款,而据了解,这类运营失误也因近些年平台种类繁多且频率极高的促销活动成为了悬在电商运营头上的“达摩克利斯之剑”。

曾担任某国产家电品牌电商运营的小吕告诉蓝鲸新闻记者,其实电商运营压力很大的,因为现在平台的活动越来越复杂,优惠券再叠优惠券,如果不是真的摸透规则很容易设置错误造成巨大损失,“每次大促各种优惠券不仅会让消费者头晕,其实也让我们运营头晕。之前我们店一个同事把四千多元的机器设置成两千多元,把我们所有人都吓死了,幸好只卖出5台,他打电话一个个求着别人退款才算解决。”

小吕表示,价格设置错误的情况发生概率非常高,基本上80%的电商运营都曾遇到过类似问题,“类似的错误我们公司每个人都犯过”,他表示这种错误高频发生除了与平台复杂的活动规则有关外,还与电商销售高频的流动性和杂乱的工作内容有关,“其实电商运营就是变相的电商销售,大家都背着很重的KPI,压力很大,而且现在运营的范畴越来越广,不仅这些活动上线我们要负责,店铺的主图、客服等各种细节也都算在运营的工作内,淡季还好,旺季或者大促基本都是多线程长时间工作,不出错很难。”

该电商运营表示,目前行业对于运营是否需要承担类似错误的连带责任没有规定,但像“小天鹅事件”损失这么大的运营的职业生涯基本已经宣告结束。



网友闲话

@瓜:该退就退吧。都不容易,不义之财不拿。

@Davy.Z:只要不是恶意薅那有什么错?从来也没见商家卖了主动退钱啊!

@铨铨:实话实说,这种情况下也不是正经人下的单,专门有人大数据筛选然后职业薅羊毛。

@青松帅帅:退可以退,但总要给点教训,比如说补偿多少,不然店家出错了让买家空欢喜一场,以后还会出错的。

@阿白:这不是她们内部流程的问题吗?设置折扣,上架前没有审核的吗?如果设置的和审核的都没看出问题,那承受损失,也实属正常。

@苍紫:商家不是可以取消订单退款吗?

@Dian:这种平台应该予以支持,明显操作错误,不能惯着投机倒把分子吧,这些人也不是消费者,是平台漏洞。

@景元元:就正常的打折不行吗,非要搞那么多花头,消费者算的头疼,商家也麻烦。

@乐乐:真诚是最大的套路。80%犯过类似错误,背后原因值得深思。反之,当消费者误入复杂“陷阱”时,是不是可以轻而易举运用法律手段……