

信任危机下，“白吃的午餐”多起来

免费吃、免费喝、免费玩、免费用，在试客的世界里，似乎一切都是免费的。他们所要做的仅仅是在提供“试用”的网络平台上填写一份资料，然后不断地提交申请。

今年以来，消费信任危机事件层出不穷。或许是为了赢回消费者，或许是为了看准了网络试客所带来的隐性宣传效应，越来越多的商家开始加入到提供免费试用的大军中来，而试客的人数也在不断地增加。

淘宝试用中心数据显示，近期该试用中心每天发放试用品约15万件，每天申领试用品的人数高达34万，其火爆程度可见一斑。 ■记者 朱蓉

试客族3年试用102件商品

在株洲市某机械厂工作了2年多的小曾是网购“潮人”，从2009年加入试客一族至今，她辗转于各大试用网站申请到的试用品共102件。这102件商品里什么都有，最让她得意的是个红色的挂烫机。在试客这行中，小曾可以算得上是骨灰级别。

最早，她使用网络搜索引擎进行“免费试用”的搜索，搜到最多的商品是化妆品官方网站提供的片装试用装，包括倩碧、雅诗兰黛等大牌。

她重复填写了很多申请，却从来没有真的“中”到过护肤品。“当时我在职业一栏选择的是学生，可能影响了成功率，毕竟不是商家的目标消费群体。”

接下来，随着“试客”这一概念从美国引入，国内互联网也逐渐兴起了以提供免费试用为主题的网站。对于自己的试客经历，小曾回忆到“从早期的试用网到现在的试客联盟、喜试网、淘宝试用中心，我都注册了账号。每天没事就上去点点，第一单中的是一个不知名的韩国品牌面膜。”

从小曾开始接触试客起，商家要求收到试用商品的网友写试用评价。“刚开始写几句话，后来数码普及了，图片配文字的，现在还有视频的”。小曾说，评价写得越认真，中下一单的可能性就越大。



试客中单绝招

据淘宝试用中心平台显示，其已累计发放产品3306万份，累计发放价值20.8亿元，累计申请次数4.2亿次。

试客中，有人目的明确，只申请自己需要的商品；有人天女散花，只要有就会就尝试；也有人纯粹打酱油，隔三差五的点个申请，感觉有点像在买彩票。在淘宝试用中心用户ID为“80后妍妍”在总结经验时称，“我是个新妈妈，网购的重点是母婴用品、生活日用品。按这个原则，如果我申请试用婴幼儿产品，比较能够说服商家。”显然是目的极为明确的老道试客。事实上，从她短短1年的时间就成功申请到36件商品的经验来看，商家和平台对于潜在客户和在某类商品消费上较有发言权的试客显然更为青睐。

试客联盟社区中ID为“乐尚梅”的用户总结，“申请得越多，中奖的概率当然也就越高。”从帖子的点击数和回复率来看，在试客一族中像她一样采取天女散花方式，本着分子越大成功几率越高的心态在“试”的人不在少数。

ID为“宝贝fbi”提交的29篇试用报告中，有11篇被加精，凭借认真对待试用报告的态度，他一共成功申请到29件试用品，这其中包括一部价值超过5000元的手机。论坛中，像他一样把试客当成自己的重要副业，除了不时申请外，还会很用心地与网友交流，撰写心得的试客不在少数。

他们中的许多人都是试客中的佼佼者，“宝贝fbi”认为“优质报告能够为潜在的消费者提供真实可信的试用感受、参数对比，从而客观上带动其消费欲望，使得商家与消费者双赢，促进试用市场的良性循环。”其撰写的试用报告图文并茂，语言真实，专业程度令人感叹。

别让信任变成一件快消品

狼来了的故事里，一再说谎的孩子在危机真的到来时，没能获得援手。就像市场上，第一次说产品质量有问题，消费者可能一笑而过；但当接二连三地爆出负面，企业经营多年建立起来的商标诚信，是不是还能成为免死金牌？

电视里频繁播着效果夸张的广告，不再能轻易俘获消费者的心，商家开始转而寻求更加直接、更能走近消费者的宣传方式，“网络试客”逐渐走上了规模经营的道路。与多年前的小打小闹相比，动辄五六千份的试用申请让人们看到了这一营销方式的勃勃生机。

究其根本，商品质量问题频发引爆的信任危机成为试客经济再次火爆的重要推手。然而，随着提供试用的商家收了邮费不发货、试用商品与在售商品货不对板等问题开始逐渐显露。如小曾所言，试用报告越漂亮中单的机会就越大。那么，为了更高的中单率试用报告越写越漂亮，诚信指数究竟还能经得起多久的消耗？

由信任危机重新点燃的试客经济是否会卷入更大的信任危机怪圈？只能呼吁商家和试客，别让信任成为一己私欲的快消品，这样大家才能一起健康循环地走下去。

试客营销，找到“第三人”

将产品无偿提供给试客试用，商家究竟想得到什么？从要求试客发表试用评价、在包裹中附带产品宣传册等行为来看，宣传产品是商家们最直接想要达到的目的。

前两年，因消费群体尚不成熟，试客运营体制也不完善，一些试客网和实体试客店缺乏清晰稳定的盈利模式，试用经济一度遇冷。

如何让重新回温的试用经济避免前两年遇冷的情况，让商家在试用营销中得到切实的收益？

知名品牌营销专家李光斗认为，试客营销能否成功，关键在于能否找到买单的人。这就像看电视，以前并不需要用户缴纳收视费，所以节目制作等费用就由广告商这个第三方支付人承担。“要想复制这类免费商业模式，前提是要解决两个方面的问题：一是要找到第三方支付人，二是要保证第三方支付人能够源源不断地提供试用品和资金。”

目前出现的试客出邮费的“付邮试用”形式，则是商家降低试客营销成本方式的体现。

外币	钞买价	外币	钞买价
英镑	983.94	日元	7.8346
港币	80.44	加元	619.81
美元	623.75	澳元	630.38
瑞郎	647.01	欧元	782.33

(截至9月26日18时,数据仅供参考)

外汇牌价由中国银行湖南省分行友情提供
 咨询电话: 0731-82580629

 中国银行网上银行暨个人销售汇款