

15元的乐视会员，黑市只卖8毛钱 企业跨界让“羊毛党”有机可乘

最近被推上舆论风口的乐视又出了一件“糟心”事。

原本官方售价为15元的乐视包月会员，现在竟然在黑市可以以0.8元的低价获得，目前流入黑市的乐视会员已经超过了10万个，而这些流入黑市的低价会员兑换码并非从乐视方面流出。



康师傅编码泄密 乐视会员流入黑市

据报道，此次乐视会员兑换码的泄露源于康师傅、乐视联合举办的“开盖赢好礼 天天开新机”活动。活动期间，康师傅绿茶、冰红茶、茉莉花茶等促销装产品瓶盖处均有13位编码，该编码可以在康师傅活动界面参与抽奖，奖品包括乐视电视、乐次元影视会员体验包。

另据官网信息显示，康师傅本次活动共有1.5亿产品，抽奖基数为1.5亿个瓶盖编码，而活动送出的乐视会员总计260万份，中奖率1.73%。

至于这些编码是如何泄密的，据知情人士介绍：“不计其数的瓶盖编码泄露，然后有人编写软件，拿着瓶盖编码去抽奖，已经抽出来至少10万个乐视会员的兑换码。”

对于上述情况，记者第一时间联系到乐视公关部相关负责人，截至发稿暂无回应。康师傅在1月17日晚间回应记者采访时表示，针对上述消息公司非常重视，已与乐视成立专项调查小组迅速开展调查。

而针对目前已出现的问题，接下来康师傅将采取什么措施？是否会提前结束目前的促销活动？康师傅则表示，将进一步强化从生产到销售的各个环节监管工作，并且积极配合有关部门进行事件调查。而在开展调查的同时，公司将会与乐视同步协商解决方案。

值得一提的是，被曝泄露的康师傅产品编码还包括方便面系列产品。据媒体报道，康师傅方便面包包装内粉包上的兑换码泄露数量也已经超过50万，该兑换码可以用于兑换某游戏内的奖品。

针对方便面相关事件，康师傅回复称，“目前我司已提交公安机关，由公安机关介入调查，后续进展会及时向社会公布。”

商业促销 催生专职“羊毛党”

事实上，类似促销产品流入黑市销售的案例也不在少数，几天前，某电信运营商推出的“贺岁红包”也曾遭遇类似的尴尬。

据媒体报道，中国联通旗下流量银行近日推出“贺岁红包”活动，1月16日，2亿贺岁红包开抢，红包中的流量在几十M——2017M不等。截至17日中午，该运营商已经发放了总计2.1亿M流量。但其中大部分被人通过软件抢走，并储存在流量银行账户中，这些流量可以通过提取充值到手机或者发送红包等方式变现。

从而导致运营商流量黑市价格从25元/G降至13元/G。

而类似这种通过优惠促销活动来获利的行为被网络形象地称为“薅羊毛”，从事这类活动的群体也被称为“羊毛党”。他们通过搜集各大电子商务、实体店等渠道的优惠促销活动、免费业务之类的信息，有选择地参与活动，从而以相对较低的成本甚至零成本环宇物质上的实惠。

对于如何杜绝这类行为，该业内人士表示，暂时没有办法杜绝。“羊毛党有组织有纪律，差不多是相当成熟的产业链，不少商业公司甚至成立专业队伍反击‘羊毛党’。”

跨界合作 易致泄密出现

康师傅的主业是从事生产和销售方便面、饮品及方便食品，与乐视的合作可以说是跨界合作，对于此次的跨界合作泄密事件，中略资本创始合伙人高剑锋对记者表示：

相关的信息出现泄露等，往往出现在异业合作，在统一公司体系内，泄露的概率比较低，除非是人为的盗窃等行为。不同企业间信息共享，需要开放企业端口，在这种情况下，容易出现泄密问题。

高剑锋进一步表示，事实上传统企业和互联网企业之间的跨界合作已经非常频繁，但在合作过程中一直有两个核心问题需要探讨解决，一个是用户信息共享的法理问题，而另一个是共享的技术问题。事实上不仅异业企业之间，类似的合作在同类非竞争关系企业之间也存在，“在合作的常态化之下，未来类似的合作无论是技术还是法律制度都将得到进一步完善。”

其实在此之前，康师傅也曾多次跨界，包括与星巴克、李宁等品牌的合作。频繁跨界的背后除了战略发展和产品推广的需要，还有一个不容忽视的问题，就是康师傅日趋下滑的业绩。

记者梳理财报发现，2013年~2015年，康师傅控股收益分别为109.40亿、102.37亿和91.02亿美元，对应的股东应占溢利则从4.08亿元下滑到2.56亿美元，下滑幅度接近腰斩。在2017年的第一天，康师傅控股有限公司的子公司台湾康师傅食品股份有限公司更是宣布解散。

2011年，处于鼎盛时期的康师傅控股总市值一度达到1340亿港元；但截至1月18日收盘，康师傅控股报8.56港元/股，总市值约为479.4亿港元。也就是说，在五年左右的时间里，康师傅控股总市值已经蒸发接近900亿港元。股价从最高时的23.9港元，至今跌幅已超过60%。

■记者 李婷 张斯
每日经济新闻



关注三湘都市报微信
看E报。