

30 余万人疯狂购买的“虚拟货币”竟是传销 营造“暴富”神话获利 12 亿余元

沃客理财是怎么炮制“庞氏骗局”的

火爆时需排队一个月才能买上其所发行的虚拟货币,短短一年内就吸引会员 35 万人。曾经在网络上火爆的所谓“互联网金融创新平台”——沃客理财,其实是一个只有小学文化程度的犯罪嫌疑人搭建的传销平台。

根据近日福建泉州市公安局通报的情况,这起传销案形成高达 309 层的传销网络,涉案总金额 50 亿元。

用“虚拟币”在后台“设局”

位于泉州晋江市繁华地段的一处高档写字楼 15 层,沃客生活信息科技有限公司大门紧锁,透过玻璃门,可以看到地面散落着不少宣传画册。

“以前这里门庭若市,来自全国各地甚至海外的投资者络绎不绝,投资缴款还得排队。”多名沃客理财投资者告诉记者。

沃客生活信息科技有限公司宣称是一家“互联网+”投资公司,其经营的沃客理财号称集互联网金融理财优点于一身。如今,在互联网上仍然可以找到其宣传信息:“45 天投资翻倍,一年可获得十倍收益”“只要有闲钱,躺着也能赚钱”。

据了解,沃客理财是犯罪嫌疑人王良妙于 2015 年 3 月设立的网络理财平台,宣称经营“DEMWK 新加坡外贸进出口公司”发行的虚拟货币 CPM。参与投资者需有老会员推荐,缴费购买激活币成为会员,缴纳 700 元就可以成为一星会员,最高的六星会员需缴纳 3.5 万元。成为会员后,根据缴纳金额获得 100 至 5000 不等的 K 币。

王先生 2015 年 11 月成为沃客理财会员。他说,会员有静态和动态两种收益模式。静态模式就是用入会时获得的 K 币购买 CPM 虚拟货币,动态模式则是发展下线人员抽取佣金。

宣称让投资者“躺着就能赚钱”的就是静态收益。

据王良妙交代,CPM 跟新加坡的公司没有任何合作关系,是其在网络平台上创设并发行的,初始限量发行 30 万

个,发行价格 2 美元,CPM 只能在会员之间买卖。随着不断有新会员加入参与交易,CPM 的价格会不断上涨,当上涨到一定价位时,王良妙等人会在后台按 1:1 比例进行拆分。拆分后,会员持有的 CPM 会倍增,倍增后价格会回落到初始价格,这时会员就可以出售 CPM 换取现金。每个会员账户最多参与 7 次 CPM 拆分,其后该账户自动出局。

动态收益是发展下线获得的佣金,不同会员级别抽成比例不同,且抽成方式多种多样,包括推荐奖、对碰奖、领导奖、商务中心奖等。

据了解,从 2015 年 3 月至 2016 年 5 月案发,王良妙网络传销团伙在全国 31 个省份以及菲律宾、新加坡等国发展会员 35 万人。

今年年初,晋江市法院对这起案件作出一审判决,主要犯罪嫌疑人王良妙犯组织、领导传销活动罪,被依法判处有期徒刑 13 年,其余 30 名犯罪嫌疑人分别被判处 1 年至 7 年不等的有期徒刑。

“空手套白狼”获利 12 亿元

据了解,王良妙通过拉人头发展会员,从会员缴费抽成等获利达 12 亿余元,多名团伙成员获利数千万元至数百万元,大量投资者血本无归。

记者调查发现,沃客理财打着“互联网金融”旗号,以高额收益为诱饵,通过开办培训班、在五星级酒店举行酒会、租用高档写字楼和商务会所接待前来考察的会员,投巨资在一些新闻媒体上刊播软文、广告等,铺天盖地宣传,营造“暴富”

神话。

2015 年 10 月,沃客生活信息科技有限公司在一家五星级酒店举办了盛大的推介会,发布沃客生活网上线信息,邀请了全国各地会员代表、新闻媒体、“互联网专家”等参与。在随后的一些宣传中,沃客生活信息被吹嘘成“互联网创新的优质平台”、“互联网+”绝无仅有的模式。

王良妙现身说法:“目前每天都有几百个会员在进账,开完这场会,会员肯定倍增,翻倍再翻倍,有这么多个会员进场,没有什么事做不成。”

2015 年下半年至 2016 年上半年,沃客理财多次举行类似推销活动,吹嘘其“创新”模式,但其目的就是拉人头加入会员。

晋江市公安局经侦大队办案民警说:“沃客理财并没有销售实际的产品,会员购买的虚拟货币 CPM 不具有实际价值,也不与任何实际产品挂钩,其所有资金都来自于会员缴纳的会费。老会员获利来源于新会员投入的会费,整个系统的运作依赖于新会员的不断加入及资金投入,如果没有新会员加入最终就会崩盘。”

沃客理财平台上,有一张投资 CPM 虚拟货币收益表:投资 700 元,7 次拆分 315 天,获益 7560 元;投资 3.5 万元,7 次拆分 315 天,获益 47.2 万元。

记者调查发现,在暴利引诱下,投资者趋之若鹜。传销团伙的一些上线人员建立微信群,将会员的收益“晒出来”,包括某某会员最近用投资收益买了百万元豪车,在厦门等地买了房等信息,刺激投资者加大



投入、发展下线。

投资者明知“骗局”仍要赌

泉州市公安局经侦支队负责人说,此类“空手套白狼”、“拆东墙补西墙”的“庞氏骗局”之所以屡屡得手,除了犯罪团伙天花乱坠地宣传忽悠,更多是利用了投资者的心理。

记者调查发现,不少投资者都清楚沃客理财非法传销的实质,但认为自己不会成为“击鼓传花”的最后一个人。

接受警方调查时,一名投资者说:“所谓的 CPM 虚拟货币本身没有任何价值,在其他平台也没法交易,只能转手给新进场的会员,迟早会崩盘。”有投资者说,投资金额不算高,而且 45 天就可以翻倍,一年时间能翻十倍,就算明知道会崩盘,也可以赌一赌,毕竟不断有会员再加入,崩盘时自己已经脱身。

但实际上,不少投资者赚到第一笔收益后,不断增加投

入,越陷越深,很多投资者还没等拿到收益,平台已经崩盘。从公安机关调查情况看,沃客理财平台设立之初就投资的人确实赚到了一些钱,但总的来看,没有赚到钱、收不回成本的占大多数。

记者调查发现,从事非法传销过程中,王良妙等人注册了多家公司,如沃客生活信息科技有限公司、沃客生活汽车贸易有限公司、沃客生活电子商务有限公司等,通过合法外衣掩盖其非法传销本质,让投资者防不胜防。

厦门勤贤律师事务所律师曾凌说,互联网传销影响范围广、参与人数多,社会危害大,加大打击的同时,要加大监管力度,工商、公安等部门在发现传销组织苗头时就应该及早介入,迅速查处,及时消除风险隐患,防范事态扩大蔓延;同时要加强对投资者的风险教育。

/ 北京青年报

契约 极致 创新 小企业靠这三招竞技全球舞台

在哈尔滨市长江路上的一幢写字楼内,位于十层的哈尔滨东盛金属材料有限公司并不惹眼,但其生产的铝合金添加剂却拥有全球市场约 35% 份额。记者近期在黑龙江省采访发现,一些类似这家企业的“小块头”企业虽然不被大众熟知,却依靠契约、极致、创新精神,成为行业细分领域内全球或全国的翘楚,为推动经济高质量发展探索出了不一样的路径。

契约: 千万元亏损履约换来“转折”

工业和信息化部 2017 年 12 月发布《第二批全国制造业单项冠军企业和单项冠军产品名单公示》,哈尔滨东盛金属材料有限公司(简称“东盛”)入选其中。

作为全球重要的铝合金添加剂制造商,小到易拉罐、手机,大到波音飞机、国产 C919 大飞机都广泛使用其产品。近 4 年,东盛销售额年增长率均超

30%。全球平均每 3 个易拉罐,就有 1 个使用了东盛的铝合金添加剂产品。

在发展历程中,有一件“亏损履约”的事让东盛总裁张忠凯至今印象深刻。2007 年,企业与国际铝业巨头英国力拓加铝、俄罗斯铝业等 4 家企业签下 1100 吨添加剂订单。金融危机蔓延,东盛生产所需的电解锰价格从每吨 1.3 万元飙升至 3.4 万元,原本为东盛供应电解锰的三家供应商毁约。

供应商毁约令东盛产品成本骤增,是否继续履约供货?面对抉择,东盛如约向力拓加铝等 4 家企业供货,亏损高达 1000 多万元。但这次巨亏却成为企业发展的转折点,力拓加铝等 4 家企业此后拒绝了与毁约供货商的合作,令东盛供货占比猛增,最多时达到约 80%。

极致: 把 99% 提高到 99.99%

“‘差不多就行’,这种心态

是制造业的最大敌人。”哈尔滨光学仪器厂有限责任公司(简称“光仪厂”)董事长史铁生上任 20 多年,一直集中精力做一件事,即生产地质罗盘仪。

刚上任时,史铁生就砸了 1000 多台质量不精的罗盘仪。回顾往事,他认为路子走对了:“短缺经济时代,什么都容易赢利,现在在很多领域走向过剩,企业只有把产品做到极致才有出路。”

如今,这里生产的地质罗盘仪系列产品,国内市场占有率约 95%,产品成功进入以制造业见长的德、日等 30 多个国家和地区的市場。

光仪厂成为行业领跑者,靠的是把 99% 提高到 99.99% 的工匠精神。在企业生产车间,一件初装完成的 DQL-9 型测高罗盘,经严格生产程序后,还需 22 项质量检验方可进入下一环节。检测员王玉秋说,按照要求,罗盘测角器、指示器指针的误差不得大于 0.1mm。

面对房地产等行业“钱景”的诱惑,部分“小块头”企业定力十足。史铁生认为,“未做强,先做大”是很多企业的通病,主业未精就受“赚快钱”诱惑过早多元化,容易成为“低端”的代名词。

创新: 不仅仅体现在技术

哈尔滨安天科技股份有限公司(简称“安天”),目前为超过 10 亿部智能终端和数十万台网络设备提供安全防护。企业 500 多名员工中有 400 名网络工程师,平均每名工程师就拥有一项专利申请。

安天连续 10 年蝉联国家级网络安全应急服务支撑单位,是全球业内知名的移动安全引擎供应商。2017 年 5 月,全球爆发某款勒索软件事件,安天团队连续工作超过 72 小时,在国内最早发布了事件分析、解决方案和相应工具。

安天创始人、首席技术架

构师肖新光说,企业反病毒核心技术不断突破,并陆续替代进口,秘诀正是坚持走自主创新道路。2006 年以来,产品先后打入美、日等市场,覆盖近百个国家和地区。

记者采访发现,在一些“小块头”企业里,创新研发投入占销售收入比重普遍较高,最高能达到 10%。但技术创新并不是这些企业的唯一创新点,创新业务、管理和服务等也是它们的“生存法则”。

安天长期保持着实验室运营模式,不断完善细化“五地办公,四地研发”的全国网络,服务能力不断提升。东盛销售人员的工作方法与众不同,要与客户的技术人员一起守在生产线上,随时解决技术与工艺障碍,直到实验数据出来。

“企业间合作如今不再只关注产品价格和质量,诚信记录、服务能力等都成为重要考量。”史铁生说。

/ 新华社