

标榜“企业华佗”实则传销诈骗 “成功学经济”背后有哪些坑？

“品牌魔法师”“企业华佗”“营销鬼谷子”……一个个响当当的名号背后,却是不法分子编织的“成功学”谎言。

近期,深圳警方查处了一家疑似以课程培训和企业营销为幌子,从事诈骗和传销活动的公司,抓获了多名所谓“成功学”大师,冻结涉案资金 1000 余万元。记者调查发现,在一些网络平台上,“成功学经济”已成为一门生财之道,而其背后却潜藏不少“暗坑”。

汽配推销员化身“大师”,号称助企创收 500 亿元

日前,深圳市公安局龙岗分局接到市民报案,称他的家人最近迷上了一位“成功学大师”,为了拜师甚至卖了房子交学费。警方调查发现,这位“成功学大师”来自一家名叫“震古烁今”的公司。

2014 年成立的“震古烁今”,号称是一家集品牌培训、策划、运营、上市辅导等为一体的中国民营企业运营平台,“公司资产规模逾 10 亿元,曾为 10000 多家企业提供品牌培训,帮助 2000 多家企业获得资本融资和战略合作”。

“震古烁今”总部设在深圳龙岗某写字楼,旗下设讲师、企划等多个团队。深圳市公安局龙岗分局刑警大队民警苏子稳介绍,“震古烁今”的高管暨讲师团队由姚某伟、姚某、徐某、汪某组成,4 人均包

装有大堆头衔,如“品牌魔法师”姚某伟,“企业华佗”姚某,“营销鬼谷子”徐某,“落地财神”汪某等。

姚某伟是“震古烁今”集团的董事长,号称投资家、战略家、企业家导师,但据警方调查,姚某伟仅为职高学历,2012 年开始接触营销行业,曾做过汽车配件销售员,曾在多家小型营销公司做过业务员。所谓的“多年从事企业营销、服务过几百家企业帮助创收超 500 亿元”均为杜撰包装。

12 月 7 日,深圳龙岗警方 200 余名警力在佛山、深圳多地同时展开收网行动,包括姚某伟、姚某、徐某在内的多名团伙核心成员被刑事拘留,冻结涉案资金 1000 余万元。

课程传销、诱导签约、洗脑诈骗,“成功学大师”生财有道

记者调查发现,如“震古烁今”这样的公司,正成为一种新型传销骗术。

——课程传销“拉人头”。“老板密训”“老板突围”“行业领袖之一代宗师”……“震古烁今”本无任何办学资质,姚某伟等人却打着“商学院”的幌子,以“拉人头”听课的传销模式发展学员。

比如,准入门槛是 5 万元,可以成为公司“合伙人”,再介绍一个“合伙人”就成为“天使人”,每介绍一个学员,可获得 40% 直至 110% 的提成回报。据警方介绍,“震古烁

今”最贵的一门课程售价高达 49 万元。目前,警方掌握的受害者已经超过 300 人。

——诱导签约,提供“策划服务”“品牌服务”。苏子稳说,拉学员听课收取高昂培训费用,只是诈骗实施的第一步,姚某伟等人的目的是欺骗听课者相信“震古烁今”的超强能力,进而以帮助企业做营销策划方案等为由,诱骗签订数万元至数百万元不等的合约金。

王女士主营食代餐粉品牌“五某堂”,2018 年,王女士听了“震古烁今”课程后,选

择了价值 200 多万元的“全息策划案”套餐,内容包括产品定位、设计、包装、营销等,并可在姚某伟的招商会上销售。“五某堂”随后参加了 3 次招商会,卖出产品寥寥无几,“震古烁今”对外却宣传其帮助“五某堂”卖出了 1500 万元的产品。

据警方调查,像王女士这样的受害者还有多个。与王女士等人签约的“震古烁今”佛山分公司,前身只是一个做瓷砖生意的小经销网店。

——洗脑诈骗,“衍生产品”“周边产品”生财有道。一位知情人士说,在“营销学”“成功学”之外,姚某伟甚至把

自己包装成具有“特异功能”的大师,宣称自己曾“发烧 20 天不退,有一天突然退烧”,自己也获得了“宇宙能量”,经常给人“加持”“发功”,甚至有学员找他“治病”。

在“震古烁今”的微信公众号上,记者看到一篇姚某伟带领“震古烁今”“兄弟盟”前往某公司考察的文章,不少学员祈福打坐,姚某伟则为其“加持”能量。姚某伟甚至还销售一些自己的“能量画”,部分被“洗脑”的学员还会争相给“大师”送礼,曾有学员卖车卖房参加姚某伟的“成功学”课程,仅赠送给姚某伟的礼物就价值 20 余万元。

“成功学”经济加强治理需多管齐下

不少专家认为,部分违法犯罪分子打着“成功学”旗号招摇撞骗的背后,是近年来网络上一定程度流行的“成功学经济”。

在网络平台上,一些“成功学”“营销学”大师,喊着空泛的“鸡汤”口号,把自己包装成“网红”,兜售课程、流量变现均能获取不错的收益。更有甚者,部分“大师”美化夸张、虚构杜撰自己的经历,产生了不好的示范效应。

“成功学”本应是一门关于自我管理的学问,如今却被不少不法分子盯上。警方介绍,“震古烁今”所谓的培训课程,多是团伙成员从网上查找的“鸡汤文”等素材拼凑成的“成功学”和“营销学”课件。

中国人民大学法学院教授刘俊海说,对一些人打着“成功学大师”幌子,行传销、

诈骗等犯罪之实的行为,监管部门一定要采取零容忍的态度,做到精准监管、靶向监管,源头治理、关口前移。对一些虚构经历、杜撰内容的“假大师”,网络平台也要加强管理。

不少法律界人士表示,广大消费者要擦亮眼睛,对于“成功学大师”的课程、培训等,要学会明明白白看广告,认认真真签合同,淡定从容存证据,依法理性去维权。

“他们包装的这些课程,打着励志的旗号,迎合了一些人一夜暴富和一招解困的心理。”深圳市公安局龙岗分局刑警大队七中队中队长梁永兴表示,类似这种打着成功人士的头衔,以专家、老师、学者自居,以帮助广大中小企业经营者解困为借口,收取高昂费用的行为,一定要提高警惕。

/ 新华社

黔江至常德铁路即将开通运营

记者 25 日从中国国家铁路集团有限公司获悉,黔江至常德铁路(黔常铁路)将于 12 月 26 日开通运营,长沙等地至著名旅游景区张家界将更加便捷。

黔常铁路起于重庆市黔江区,终至湖南省常德市,线路全长 335 公里,为国铁 I 级双线客货共线铁路,全线共设黔江、咸丰、来凤、龙山北、桑植、张家界西、牛车河、桃源、常德 9 座客车站,动车组列车初期运营时速 200 公里。

据中铁十四局黔张常项目部常务副经理王献伟介绍,黔常铁路 90% 以上线路地处武陵山区,沿线穿越深山峡谷,水文地质条件极其复杂,施工安全风险大。其中,全长 3.9 公里的高山隧道属于全线 6 座 I 级高风险隧道之一。隧道穿越喀斯特溶洞群,大小溶洞达 38 个,最大溶洞长 100 米,溶洞体积约 40 万立方米,在国内隧道施工中极为罕见,是全线控制性工程。施工中,中铁十四局成立科技攻关小组,加大新工艺、新设备的运用,确保了安全、环保和绿色施工。

黔常铁路是我国“八纵八横”高速铁路网重庆至长沙至厦门主通道的重要组成部分。这一铁路的建成通车,填补了渝、鄂、湘三省市交界地区铁路网空白,进一步完善了我国中西部地区铁路网结构,将极大便利沿线人民群众出行。

/ 新华社

服务北京城市副中心 两段地铁新线将于年底开通试运营

记者 25 日从北京市交通委获悉,地铁 7 号线东延、八通线南延将于 2019 年底开通试运营。

7 号线东延是北京地铁 7 号线的延长线,全长 16.6 公里,共设地下车站 9 座,包括黄厂站、郎辛庄站、黑庄户站、万盛西站、万盛东站、群芳站、高楼金站、花庄站、环球度假区站,张家湾还建有一座车辆段。其中,环球度假区站将随环球度假区同步开放运营。7 号线东延是继 6 号线之后第二条直接服务于通州城市副中心的地铁线路,开通后可在花庄站与八通线南延换乘,构建起北京中心城区与通州新城南部地区的交通走廊。

八通线南延是北京地铁八通线的延长线,线路全长约 4.5 公里。全线新设地下站 2 座,分别是花庄站和环球度假区站。

据介绍,新线员工将采用“新老搭配”的方式进行配置,已经全部到位。运营单位结合新增线路的行车、信号特点进行了行车组织细则、应急预案等方面的修订。

地铁 7 号线东延、八通线南延开通后,北京市轨道交通的运营里程将增长至 699.3 公里,轨道交通网络化运营效应将进一步显现。

/ 新华社

北京:打造新场景推动消费升级

大望路 SKP-S 商场开始营业、王府井步行街北延、隆福寺转型升级……今年以来,北京市出台多项政策措施,鼓励传统企业促消费、鼓励网络零售、促进首店和旗舰店发展等,充分挖掘消费潜力,提升消费品质,促进消费增长,一系列新的消费场景、业态应运而生。

在大望路新开业的 SKP-S 商场,火星博物馆、时空隧道、机械绵羊、AI 机器人……各种千奇百怪的陈列,显得酷劲十足,科幻感与艺术味满满,300 多个时尚品牌通过空间与陈列的重塑,让顾客完全沉浸在各种情景之中,大批年轻人举起相机拍个不停,成为京城新的“网红打卡地”。

商品和服务消费融合发展,新型商业综合体蓬勃生长,既满足了北京市民多元化、个性化、品质化消费需求,又进一步扩大消费服务供给,激发消费升级潜力。

20 日,王府井步行街北延开街,由原来的 548 米延

长至 892 米。伴随王府井步行街北延,商家也迎来了新机遇,地处北延段的王府井银泰 in88 商城就是其中一例。

“随着王府井步行街北延的推进,我们也开始调整商业布局,引入乐高旗舰店、NBA 旗舰店等国际品牌首店,进一步强化客户体验。”该商业项目负责人左晓燕说,王府井步行街北延段开业当天,商场销售额和客流量环比前一周大幅上涨。

王府井管委会副主任连占国表示,王府井步行街的北延,更好地串联故宫、天安门等周边景点,形成舒适宜人的城市步行系统,促进商业、文化、商务等多种要素资

源融合发展。

据第三方数据显示,今年前三季度,共有 540 家商业品牌首店落户北京,呈现出布局加快、品牌多元、业态集中、入驻聚集度高等特点。记者从北京市商务局了解到,目前,王府井、前门大栅栏、公主坟和回龙观龙域 4 个商圈改造提升取得阶段性成效,王府井百货、西单商场等 10 家传统商场作为首批升级改造试点企业,国际化的零售服务商、顶尖的零售商和新零售企业正与之对接。

消费稳步升级,数据越发亮眼,据北京市统计局数据显示,今年 1 月至 11 月,北京实现市场总消费额 2.5

万亿元,同比增长 7.8%,较上年同期增速提高 0.3 个百分点,服务消费占总消费的比重达 55.4%,商品消费保持稳定增长。

北京市商务局消费促进处副处长彭峰表示,下一步,北京市的商务部门将持续推动促消费系列政策落实,结合北京实际,制定 2020 年促进消费提档升级工作措施,打造“品味消费在北京”活动品牌,整合优质商业资源,开展系列主题促消费活动,同时把奥运经济与繁荣首都消费市场结合起来,促进冰雪运动、休闲旅游、餐饮服务等行业业态发展。

/ 新华社