



农产品供销平台网点多订量大? 农户缴了服务费 却接不到订单

宁波这家信息科技公司遭多人投诉 记者扮农户探访其中“套路”

林师傅是福建农户，去年10月，他接到位于宁波国家高新区研发园区的浙江瑞商信息科技有限公司业务员的电话，说公司搭建了农产品供销平台，线上线下同步营销，有数百家网点，订单动辄就是好几万斤。林师傅心动了，缴了3万多元服务费。可协议签订后，公司却迟迟没给他下单，林师傅反复催促，迄今才发货100多斤。更让林师傅窝心的是，签订协议返回福建后，他就全力采购，备了数万斤芦柑的货，结果订单太少，芦柑全部烂掉，林师傅损失惨重。

据悉，像林师傅这样遭遇的，远不止他一个人，全国各地还有多名农户到宁波来，要求公司退还服务费。该信息科技公司为何屡遭投诉？记者根据林师傅提供的线索，以象山农户的身份进入该公司，亲历他们的营销套路。



上图：林师傅备了上万斤芦柑的货，很多已经腐烂。
受访者供图

农户反映

缴了3万多元服务费 订单却寥寥无几

去年10月初，林师傅接到一陌生电话，询问他是不是在福建销售水果。林师傅随口应答，自己是种芦柑的。

对方随即说起了芦柑的价格、如何销售等话题，然后告诉林师傅，他们公司有个信息平台，专门对接种植户和终端客户，目前线下已有很多网点，每天芦柑销量非常大，至少一两万斤。现在他们正在寻找货源，如果跟他们合作，销量绝对有保障，价格也有优势。

当时正是芦柑上市季节，林师傅有点心动。对方随后热情邀请，说他们公司就在浙江宁波，规模很大，如有合作意向，可尽快来公司考察。

去年11月初，林师傅从福建赶过来，找到高新区研发园区一家叫浙江瑞商的科技信息公司，一名自称公司经理的男子接待了他们。

该男子多次强调，他们线上线下都有商户，销售量很大，跟他们合作，销量绝对有保证。随后，林师傅和公司签订了一份三年期的合作协议：公司收

取3.68万元服务费，服务期三年，公司按销售所得的10%抽成……

返回福建后，林师傅就全力备货，货备好了，可对方迟迟没有下单，电话询问，也总是一拖再拖。林师傅开始急了：水果季节性很强，不能存放太久。经多次催促，对方才说，公司在做标杆企业，如果另外再付8000元，就能做个黄金展位，货很快能跑起来，

去年12月份，林师傅又一次来到该信息科技公司，质疑他们为何协议签订后一单没下。对方答复说货没人要，他们也没办法。林师傅提出退钱要求，但遭到拒绝。

回福建后，林师傅在网上查询这家公司的相关信息，这才发现全国多家农户都有类似遭遇。他反复催促，该公司迄今只向他下单了100多斤的货。

林师傅说，他回到福建后，备了好几万斤的芦柑，可几乎没有订单，很多芦柑因卖不出而腐烂，损失更加惨重。

记者调查

注册农户几个小时后电话就来了

据悉，该公司的业务员每天在各大涉农网站，搜索全国各地农副产品经销商的信息，然后打来电话，称网点多，订量大，鼓动农户前往公司考察。

为了解该公司的运作过程，记者以象山农户的名义，在惠农网、一亩田等网站注册了一家专业合作社，并发布了草莓等相关产品信息，留下联系方式。

就在记者注册成功后不到3个小时，记者的手机就接到了一个电话，对方自称是宁波国家高新区的一家公司，询问是否有草莓出售。记者故意声称客户正在基地看货，挂掉了电话。几个小

时后，对方再次打来电话，建议记者把草莓卖到宁波市区来。

对方声称，他们和宁波的许多酒店都有合作，比如石浦大酒店、格林豪泰等。至于合作的社区就更多了。他们的条件似乎也很优惠，每天37元推广费，如果交易额能达到50万元，到时还会把三年的推广费全额返还，他们只收取交易额的10%。

紧接着，对方就开始劝说记者去公司考察，争取达成合作。如果嫌3万多元的合作费太贵，可选择一年期，费用为1.38万元。

记者试图考察与公司有合作的小区遭拒

前天下午，记者按业务员小王（之前打来电话者）提供的地址，来到宁波国家高新区宁波研发园C区14幢。楼下的指示牌上并没有瑞商科技的名字，接待记者的小王解释说，这里的公司搬迁频繁，指示牌还没来得及更换。

小王向记者介绍，他们采取的是线上、线下相结合的模式。线上可以帮客户制作网店、推广销售；线下，他们在江浙沪地区有三四千家合作伙伴，包括酒店、餐馆、社区团购、水果店、便利超市等等，都有专门的市场部工作人员负责对接，统计他们的需求量，然后根据需求量通过供货商供货。

随后，小王带着记者走进一间办公室，几十

个年轻人坐在电脑前，正戴着耳麦，打着电话。小王介绍，这就是他们的销售团队。

参观完毕，记者提出，市区既然有那么多网点，是否可以带着一起去考察，小王只是泛泛地说，合作的门店很多，要去考察的话需要先请示经理。

几分钟后，小王回来说，经理不同意，因为他们的职责是负责接待客户，不能带客户外出参观，签订协议后，会有另外的人带着去考察的。

随后，记者又提出能否看看他们商城的后台数据，确切了解下签约农户到底有多少销量。小王再一次请示经理回来后，又以涉及客户隐私为由拒绝了。

营销模式是否规范合法？

为消除记者的疑虑，小王带记者看了他们的仓库。仓库就在办公区旁边，大约六七十平方米。小王指着里面一堆空空的箩筐说，这些箩筐装的是前两天一个供货商运来的2万斤沃柑，现在都已经卖光了。

随后，小王和他们的主管经理拿了一份合同过来。

在这份合同上，记者看到，他们的服务分为标准型和VIP型两种，3年为一个服务周期。标准型的服务费为3.68万元，VIP型的服务费为6.68万元，瑞商公司抽取的佣金为交易额的10%，三年交易量只要达到一定额度，他们返还全部服务费。

合同条款里，并没有公司向供应商下单销量的约束，记者就此提出质疑：起码要有保底销售量，否则如果销量不够，客户付的服务费岂不都打了水漂？

经理对此明确回答：农产品销售受季节、天气、储存的影响，没有谁敢保证能销多少，公司也不会把这个东西写进合同。

这番说辞和小王之前向记者推销时所描述的一星期甚至几天就能销售几万斤的情形完全不同。

随后，记者以需要再考虑为由，离开了该公司。

瑞商公司的这种营销模式是否规范合法？昨天下午，记者将农户提供的录音等证据以及记者的调查材料，一并提交给了宁波市市场监管局高新区分局和高新区公安分局，后续结果本报将继续关注。