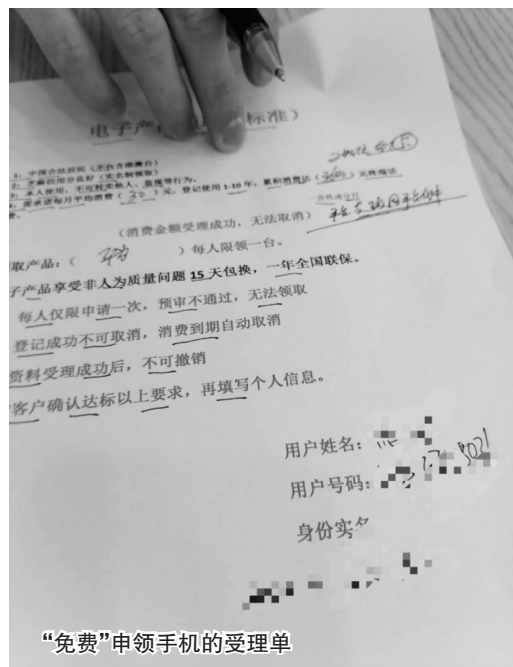


# 免费领手机？小心被套路

运营商表示未与商家开办此类活动，提醒消费者“话费返还无保障”

“在市中心南城百货附近有一间手机店，只要长期使用自己的手机号、信用良好，并且累计消费四五千元话费，就可以免费领取一台手机。”听到这一消息，李女士颇为心动。但当她准备办理时，却发现不对劲。“难道天上真的会掉馅饼？”为求证此活动真假，近日，记者去现场一探究竟。



“免费”申领手机的受理单

## 说好“免费领手机”，却要先办贷款

6月30日下午，记者走到李女士所说的手机店附近时，一名小伙子上前拦停记者，“可以帮我们店投票吗？”记者点头同意，小伙子随即让记者用手机扫描其手上的二维码，并点击投票。“还可以免费抽奖。”小伙子全程“代劳”，记者还没看清页面，就听到他感叹，“哇，你抽中了一台手机，可以去店里免费领取。”

记者进入店内，店长拿出一份宣传单，上面写着送手机、电子手表、电饭锅等礼品。“这是几大运营商和我们联合搞的活动，你中了二等奖，可以免费领一台手机。”店长说着，从柜台里拿出一台标价1100元的手机递给记者，并拿出一份受

理单向记者介绍，“这个活动有几个要求，一是芝麻信用分良好，二是这个手机号要长期使用，三是累计消费话费3600元。这笔话费是先预付、后使用，相当于预存3600元话费，每个月实际使用多少就扣减多少。”

店长拿起记者的手机边演示边解释道，“你的微信可借额度是75000元，你可以先从微信里贷款3600元，然后一次性或分期还款，利息由我们商家和运营商承担。”

记者问，“3600元能存到我的手机号上吗？申请后，我能不能查到手机号上有这笔话费？”店长答，“查不到，前23个月是每月使用多少话费就返还多少，剩余的钱将在

第24个月一次性退还。”

“那我们要签协议吗？怎么保证这3600元能够足额返还？”店长说，“这份受理单就是协议，有问题随时来找我。”记者提出，先拿受理单回去，考虑清楚后再来办理。然而，店长却以“受理单上有你的个人信息，不能拿走”为由拒绝，并当场撕毁。

记者在现场注意到，没抽中奖的市民也可以到店“免费”领手机，前来了解活动内容的市民不少，但最终办理业务的人却不多。“要提供身份证信息，在微信、支付宝上贷款，总担心被坑。”刚从店里走出的一名女士说。

## 运营商未开办此类活动，提醒“话费返还无保障”

该手机店“免费送手机”的活动是否真如其店长所说，是由运营商与商家联合举办的活动？在文化广场某运营商营业厅，记者咨询现场工作人员是否有相关活动，工作人员表示，并没有听说过这种活动。随后，记者拨打了运营商的

客服电话，工作人员表示无此活动，并提醒消费者“每月返还话费很难有保障”。

另一家运营商营业厅的工作人员也表示，“我们现在不做合约机了，没有使用套餐送手机的活动。”

一个手机销售专柜的工作人员告诉记者，“这间手机店可能是用低端机搞活动，1000多元的手机让你贷款三四千元，还要承担一笔利息，结果很有可能是消费者花费几千元买了个1000多元的手机。”

(记者 鹿献)

# 相邻摆摊 同行背后出损招

业内人士：与其费尽心机毁同行，不如做出自己的特色和品牌留住顾客

## 烦恼：新加入的同行为抢客出损招

“有个同行，经常向顾客诋毁我，说我用沥青脱鸭毛，还说我卖的是死鸡死鸭。”李玲（化名）经营着一个鸡肉、鸭肉摊档，面对邻摊同行的恶意竞争，她不胜其扰又无可奈何。

同行生意难免有竞争。利益冲突时，应如何相处？不少受访商家表示，“与其费尽心思诋毁同行，不如想办法提高自家商品的品质”。

## 调查：同行恶性竞争屡见不鲜

记者采访发现，同行间的恶性竞争时有发生。杨女士在万秀路开了一家便利店，与其便利店仅一路之隔的小区也新开了一家便利店。杨女士说，“对面便利店的小孩经常来我这里买零食，看得出来，小孩是大人派来的‘卧底’，因为每次买的东西不多，逗留的时间却很长，把所有商品、价格都仔细看了个遍。”而小区一些业主来购物时反映，小区便利店经常利用各种方法，叫业主不要到杨女士的便利店消费。

李玲说，她在此经营的时间长，积累了不少老熟客，平日里生意比老林好很多。可没想到老林为了抢客，居然在背后诬蔑她。李玲注意到，老林还经常打探她的零售价。“我卖40元/公斤，他就卖38元/公斤，以低价吸引顾客。”

“同行难免有竞争，要赢得更多顾客，应该靠产品和服务，而不是背后损人，这样只会让顾客对整个行业都不信任。”李玲说。

从事油桶销售的张女士也一度面临同行间的恶性竞争。张女士无奈地说，因为所在的市场只有她与对方两家卖油桶，为了抢客，双方简直是“争个你死我活”。“一开始我们只是在各自店门口揽客，后来发展到在市场门口抢客，一有货车开进来，两个人就争着上去抢。”张女士说，两人曾经发生过肢体冲突，后来竞争从“明争”转为“暗斗”，各自都想办法拉拢货车司机，让司机将客人带到自己店里拿货。



资料图片

## 声音：做出特色和品牌，才能赢得顾客

无论哪个行业，竞争总是不可避免。那么，同行之间可以合作交流、达到双赢吗？不少受访商家表示，只要会做人，不仅生意能做好，还能收获不少同行朋友。

庞先生从事二手车行业已有5年，刚入行时他单打独斗，如今他已与两个同行从竞争对手变成了合作伙伴，生意越做越大。“同一个品牌的二手车，年份不同，价格也不同，所以即便是老车商，也有对价格没把握的时候，需要向同行探价、请教。”在庞先生看来，只要摆正心态，同行之间也可以互通有无、相互帮忙。

“生意人”徐先生道出了不少商家的心声，“与其花心思怎么搞同行，不如花时间思考如何做好差异化经营，找准自己的市场、客户群。商家的经营重点不该放在不必要的竞争上，而应该考虑如何把商品做好。要想真正赢得顾客，做出特色和品牌才是正道。”

(记者 鹿献)