

“海汇商城是什么模式？它采用4进1出的方式，社区共识，共同完成认购当期额度，每1期递增20%额度，金融是有泡沫的，没有泡沫就没有利润。所以每1期递增20%就是平复上一期所有的泡沫，以此类推，一直走下去。”近日，有关海汇商城的宣传开始铺天盖地般出现了各大社交网站当中，并引发了不少网民的持续关注，本平台在最近也接到了相关投诉。



### 平台背景，现状如何

据悉，海汇商城的经营主体为上海十效科技有限公司，该公司成立于2020年6月4日，法定代表人和独资股东为王成国，监事为王守峰，财务负责人为周贻滨，注册资本500万元，据2021年度报告显示，该公司当时股东的实缴出资情况与员工参保情况如下：



在管理层方面，据知情人透露，担任执行总裁的人为“亚洲销售天王”黄玺龙，此人的头衔还包括“世界华商总裁联盟会创始人、中国顾问式销售训练第一人、圣道领袖商学院院长”在内，值得注意的是，在2022年年底时，他的身份还是快小多战略顾问、快小多生态平台执行总裁。

| 级别          | 要求                         | 权益  |
|-------------|----------------------------|---|
| VIP会员       | 1 注册送300快银积分<br>2 任意消费一次激活 | 1 直荐奖励100快银/人<br>2 团队线上消费20%快银奖励<br>3 线下消费、商家让利7%快金奖励 |
| 初级创客(100)   | 1 直荐3个VIP<br>2 团队达成100人    | 1 团队线上消费30%快银奖励<br>2 线下消费、商家让利8%快金奖励                  |
| 中级创客 (300)  | 培养三个独立初级                   | 1 团队线上消费35%快银奖励<br>2 线下消费、商家让利9%快金奖励                  |
| 高级创客 (900)  | 培养三个独立中级                   | 1 团队线上消费40%快银奖励<br>2 线下消费、商家让利10%快金奖励                 |
| 运营中心 (2700) | 培养三个独立高级                   | 1 团队线上消费42%快银奖励<br>2 线下消费、商家让利11%快金奖励                 |
| 联合创始人       | 培养三个运营中心                   | 享受全网每天快银5%<br>快金2%加权平均分配                              |
| 总裁          | 培养三个联创                     | 享受全网每天快银3%<br>快金1%加权平均分配                              |
| 合伙人         | 收益 1 空投金额5% 平均分配           |   |

现如今，在一些反传自媒体发布的曝光互联网骗局的榜单当中，“快小多”已然榜上有名。

**警惕!新型骗局,快小多、乐买买、玖玖臻选等,这些头头太狂了!**



视频 时长 00:16

2022年10月7日 - 点击关闭悬浮小窗口 倍速 智能 清屏 清屏J 连播 自动连



显然，这样的宣传方式涉嫌暗示该产品可以提高免疫力。根据国家食品药品监

督管理总局关于保健食品的相关规定，具有“提高免疫力”功效的食品一律归为“保健食品”。《食品安全国家标准预包装食品标签通则》(GB7718-2011)同时规定，非保健食品不得明示或者暗示具有保健作用。当非保健食品广告宣传保健功能时，可依据《广告法》第九条第(十一)项的规定以及《食品安全法实施条例》规定禁止的情形对其定性。非保健食品广告宣传保健功能，是对食品本身性能和功能的虚假描述，容易引起消费者的误解，可以虚假广告对其定性。

在上述宣传材料当中，便秘也被指出在该产品的调理范围之内。而“改善便秘”无疑属于医疗功效，对此，我国《广告法》第十七条规定已明确指出：除医疗、药品、医疗器械广告外，禁止其他任何广告涉及疾病治疗功能，并不得使用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语。更不用说，《食品标识监督管理办法（征求意见稿）》也早已指出：没有法律法规、规章和食品安全标准等规定的，一般食品标识不得强调适合特定人群。



但调查发现，该产品的备案编号为鲁G妆网备字2022002876，属于国产普通化妆品，且仅具有保湿功效。



这样一来，可能会有消费者被这样的宣传方式所误导，进而误以为该产品也具有其所含成分被包装出来的种种功效。《广告法》第二十八条规定，广告有下列情形之一的，为虚假广告：（二）商品的性能、功能、产地、用途、质量、规格、成分、价格、生产者、有效期限、销售状况、曾获荣誉等信息，或者服务的内容、提供者、形式、质量、价格、销售状况、曾获荣誉等信息，以及与商品或者服务有关的允诺等信息与实际不符，对购买行为有实质性影响的。且根据《化妆品命名规定》、《化妆品命名指南》等文件要求，化妆品宣称用语应根据其语言环境来确定，禁止表达的词意或使用的词语包括但不限于以下词语：医疗术语、明示或暗示医疗作用和效果的词语。显然，上述宣传材料所提及到的“抗炎”功效超出了化妆品定义，属于超范围宣传和宣传医疗作用，属于违规宣传。

### 海汇引流产品



**举例:**  
假如到100期，大家共识认购没有完成当期额度，就会立即触动重生机制，推到重来，返回最后一期参与者100%认购金，倒数三期60%认购金，40%汇宝，然后又从第一期开始，无限循环往复

**亮点**  
规避了互联网金融其他领域的泡沫越来越大导致崩盘，血本无归的所有瓶颈弊端，让大家认购无忧，不用担心自己是垫底的，因

### 汇宝未来价值

发行价 1元 总额 100万 通赔至 100万

总让利额结余+总汇宝结余=今日指导价



1. 4%佣金 2. 1%奖励 3. 4%平台

**二级市场**  
线上商家让利0%通赔机制  
线下让利额购买的部分赠送机制  
场外交易机制汇宝可兑换黄金，汇宝可兑换股权  
价值对应的凭证汇宝上市交易

会员专属福利

所谓的四进一出，其实可以这么解读：海汇商城将用户认购的销售总额设定为每期递增20%，如1期100万，2期120万，3期144万……当第4期满额时，结算第1期，如用户为购买商品消费了600元，则赠送500个汇豆，汇豆与人民币的兑换比例为1比1，每周排单收益为10%，抢购一期的时间也是一周，则用户除了本金外，还能拿到的额外收益就是50元；第5期满额，结算第2期；第6期满额，结算第3期……以此类推。如第100期的销售总额达不到预先设定的总额，此时，重生机制启动，第100期100%退回认购金（汇豆），第97、98、99期退回比例：60%认购金、40%汇积分，汇积分可以兑换成汇宝通证。



| 名称   | 直推人数 | 绩效考核   | 每周流水分润奖励                   | 月收益     | 平级  |
|------|------|--------|----------------------------|---------|-----|
| 初级创客 | 2人   | 2万流水   | $2万 \times 1\% = 2000元/周$  | 8000元/月 | 10% |
| 中级创客 | 5人   | 10万流水  | $10万 \times 2\% = 2000元/周$ | 8000元/月 | 10% |
| 高级创客 | 10人  | 20个初创  | $40万 \times 3\% = 1.2万/周$  | 4.8万/月  | 10% |
| 超级创客 | 10人  | 60个初创  | $120万 \times 4\% = 4.8万/周$ | 19.2万/月 | 10% |
| 特级创客 | 10人  | 150个初创 | $300万 \times 5\% = 15万/周$  | 60万/月   | 10% |
| 联合创客 | 10人  | 300个初创 | $600万 \times 6\% = 36万/周$  | 144万/月  | 10% |

最近，海汇商城的模式解读课件似乎又有所更改，但本质一如既往。



### 汇宝通证，虚拟货币？

下面再来说说通证方面的收益。排单失败了，参与者就将会得到“汇宝”（抢购结束后，由返还的40%汇积分转换而成），汇宝属于海汇商城内部发行的通证，总量87.6万枚，每天投放800枚，投放时间三年，具有增值属性，定量发行，具有通缩销毁机制，通缩至8.76万枚。虽然海汇商城商学院在奖金制度的对外表达形式上一直在进行调整，但有关汇宝的描述却一直没有发生过变化。



## 后记

另外值得一提的是，根据相关资料显示，海汇商城发行的通证在日后还有“兑换股权”的价值。



按照宣传资料预测，2023年，海汇商城将打造千城万店，设立华中、华东、华南、华西、华北五大营销网点(分公司)，会员量到达1000万人。预计三年内公司带领会员真正走向资本市场，孵化30家供应链企业上市，平台商业价值突破1万亿元。