

有读者反映,加盟连锁店遇到虚假宣传、合同欺诈、乱收费用等问题——

警惕加盟店“快招”骗局

■《人民日报》记者 赵兵



(图片来源于网络)

“快招公司”碰瓷大品牌,夸大公司实力和盈利能力,诱骗商户加盟

如今,不少商业品牌以加盟连锁模式进行经营,尤其是在餐饮、零售、酒店、美容美发等领域较为普遍,其品牌共享、统一管理、规模化运营的方式,有效降低了市场交易成本,也降低了加盟商的经营风险。

然而,加盟连锁的优势也成为一些人诱骗商户的筹码,他们以知名品牌为幌子,对公司实力和加盟店盈利能力夸大其词,让商户上当受骗。

今年4月,陕西的平先生在网上偶然看到了一家茶饮品牌的广告,心里萌生了自己创业当老板的想法,于是向品牌方打去电话咨询。经过对方一番介绍,平先生决定动身前往该品牌总部现场考察。

平先生来到总部后,对方先是向他介绍了品牌的实力。“我们是著名国资奶业品牌旗下的子品牌”“全国门店数量有200多家”“我们的选品有保障,毛利率可以达到60%”……在这样的宣传攻势下,平先生很快下了决心。

但在签合同、交了4.9万元的加盟费后,平先生才隐隐觉得有些不对劲。合同上有些地方含糊其词,如“制作大礼包”,该品牌工作人员告诉平先生其中包含制作奶茶必备的原材料、机器,还送几十斤牛奶。结果到手只有机器,原材料需再花2万余元从总部购买。

“我后来就开始查这家茶饮和国资奶业品牌的关系,发现根本不是旗下子品牌,只是前者从后者购买原料而已。我也查了门店,根本没有200多家,只有34家。”平先生说,原来之前都是虚假宣传,但自己投资15万元的门店已经开业了,经营效果远不如预期。

还有,“快招公司”直接冒充知名品牌或者打着知名餐饮品牌特许经营加盟的幌子来引流。

2025年9月,河北的伍女士试图通过微信公众号的渠道咨询加盟一家知名茶饮品牌,过程中不慎泄露了手机号。很快便有自称是该知名茶饮品牌的工作人员打来电话,告诉她该茶饮品牌已经处于市场饱和状态,转而介绍了另一品牌,称其为该茶饮品牌旗下的子品牌。

看到对方的朋友圈都是该知名茶饮品牌相关的招商,也有自己的工号,伍女士相信了这名工作人员。该工作人员对伍女士表示,其推荐的子品牌不仅是该茶饮企业的主推品牌,有着相同的供应链,且作为新中式茶饮,前景广阔,能做到“一年开千家”,半年可回本。品牌方还不断催促伍女士,如果当天不签约就无法成为代理。

以为有十大品牌背书,伍女士很快完成了签约。等到开业后面临许多经营问题,伍女士想要寻求品牌的帮助,却发现工作人员时不时失联,时间上还一拖再拖。再后来,她发现自己加盟的品牌与最初想加盟的知名茶饮品牌并无关系,再三质问下,“快招公司”却辩称第三方工作人员做的承诺与品牌无关。

虚假“承诺”无法兑现,让商户深陷“加盟陷阱”难以自拔

一些商家认为,加盟连锁之所以能够受到市场青睐,正是得益于其稳定的供应链、可复制推广的经验以及品牌承诺的信誉保障,然而,当这些都成为宣传话术,无法兑现时,就成了一些“快招公司”进行欺诈、“割韭菜”的工具。

河南的刘先生看到近年来零食集合店凭借品类丰富、单价低廉的优势掀起一股加盟热潮,自己也萌生了开店的想法,可这类知名品牌不仅加盟费用不菲,对加盟商的资质审核也极为严格。在多方咨询后,一家零食集合店品牌主动找到了刘先生,向他发出邀请。

对方宣称,其品牌同样具备货品全、价格低的优势,综合利润率可达40%至45%。面对诱人的承诺,刘先生最终决定加盟。但门店开业后,当他试图以宣传中的低价进行订货时,品牌方却以“限购”“货不全”等理由屡屡设限。例如,单价2.8元的低价冰红茶每次限购5瓶,0.6元的矿泉水每次仅限10瓶。如此一来,所谓的低成本优势根本无法兑现,盈利更无从谈起。

更令刘先生困扰的是,品牌方还在多个环节强制收取费用。签约时承诺6.5万元的收银系统“终身免费使用”,后续却以维修费、升级费等名目不断加码,刘先生又支付了10余万元。沉重负担之下,刘先生的店铺仅营业半年便因生意惨淡而被迫关门。

今年7月,刘先生在短视频平台上发现,有不少网友也自称被该品牌欺骗,他这才意识到自己并非个案,而是一场骗局。

加盟连锁,从法律角度来看,就是商业特许经营,是指拥有注册商标、企业标志、专利、专有技术等经营资源的企业,以合同形式将其拥有的经营资源许可其他经营者使用,被特许人在统一的经营模式下开展经营并支付费用的经营活动。

然而,在市场行为中,有的“快招公司”

根本不具备特许经营资质,通过虚假宣传、规避加盟责任等手段,在极短时间内大量招募加盟商,收取高额加盟费后提供低质量或根本无法持续运营的加盟服务。

山东的黄先生在短视频平台上看到,一家餐饮企业通过邀约明星、“网红”站台,以加盟费返还、门店保底营收、一站式运营扶持等广告引导创业者加盟。被广告打动的黄先生缴纳了1.68万元加盟费和9000元代理费,可广告宣传中的门店运营、技术帮扶、选址指导全都没有兑现,还被强制购买远高于市场价格的原材料。

察觉到可能是“加盟陷阱”的黄先生经过深入调查发现,这家公司不具备《商业特许经营管理条例》要求的“两店一年”(拥有至少2个直营店且经营时间均超过1年)资质,也未曾在商务主管部门进行特许经营备案,根本不具备加盟招商的条件,其盈利核心并非实体店门店经营,而是靠收取高额加盟费,后续强制加盟商采购高价原材料牟利。

“这家‘快招公司’有很多套路,比如规避特许经营的字眼,不签署加盟协议,而用服务协议、咨询协议来代替,签约主体和收款账户分属两家企业,注册十几家空壳公司,一旦遭遇投诉或者起诉,就更换公司名称和品牌名称,继续进行‘快招’诈骗。”黄先生说,他联系了10余名受害者,全都经历了这家公司完全相同的套路,已经向有关部门提交了相关材料。

值得注意的是,还有读者反映,有的“快招公司”鼓动加盟商发展下线返利,涉嫌传销骗局。

李女士在2024年加盟了一家健康管理品牌。该品牌主打的瘦身产品“果蔬饮”每单位售价158元,宣传有调节肠道、美容养颜等9种功效。但顾客反映效果不明显,李女士亲自去源头工厂考察,发现该“果蔬饮”成本仅2元,没有任何有效成分。之后,李女士发现该品牌推出了“拉人头”返利的模式:邀请1个加盟商可以获得6000元返利,邀请3个加盟商可以成为合伙人,再拿到一笔4000元的奖金。同时还用“听话照做拿结果”等洗脑式话术,哄骗新的加盟商。目前,李女士已向市场监管部门提交了举报材料。

严厉打击特许经营领域不法行为,规范市场秩序保障加盟商户权益

随着加盟连锁模式的发展,“快招”骗局所带来的纠纷日益增多。由于此类案件跨

区域分布、涉案链条分散、资产转移隐蔽,增加了侦办难度,追赃挽损进度缓慢,受害者维权困难。

今年8月,最高人民法院发布了7起商业特许经营典型案例,旨在发挥典型案例的示范引领作用,引导和规范经营主体诚信经营,促进特许经营健康有序发展。

在这些案例中,有的“快招公司”为规避《商业特许经营管理条例》的约束,将特许经营合同拆分为数份合同或包装为其他类型合同,规避法律责任;有的是个体工商户而非企业主体,不具备特许人法定资格,属于无资质主体违规开展加盟活动;还有的存在传销、诈骗、违规营销等违法行为,诱骗商户签订加盟合同,骗取加盟费。

对此,北京市兰台律师事务所律师崔西彬认为,最高法院发布的典型案例有助于提高对违法行为的准确识别度,明确此类行为为应适用的法律,厘清各方的权利义务。“一方面,通过穿透合同外在形式,准确认定特许经营法律关系,为特许经营合同性质的认定提供了明确指引。另一方面,在特许经营活动中,特许人与被特许人信息不对称、签约能力不对等,被特许人处于相对弱势地位,容易发生权利义务失衡。”崔西彬说,法院的案例进一步明确依法保障被特许人合法权益,还有助于督促特许人全面履行法定义务,对“套路加盟”行为进行有效规制。

与此同时,有地方检察机关在办理案件时,总结了“快招”骗局的几大特点。

比如,“快招”骗局的案发地多集中在经济发达地区,这里消费市场更活跃,投资环境更成熟,加盟总部设立在此更容易获取被害人信任。加盟某些知名品牌所需加盟费较高,而“快招”加盟费较低,导致受害者普遍为中小投资者。

再比如,“快招公司”呈现专业化、集团化特质,其规模庞大,员工众多,其内部广告投放、电销、线下培训、物料供应等团队分工明确,显得“成熟规范”。还有,作案手段虚实结合,或多或少提供了培训、选址、宣传、物料等服务,但并未提供实质性的加盟经营指导、技术支持和业务培训等服务。

如何进一步加强监管,规范加盟连锁市场秩序?北京外国语大学法学院副院长万方建议加强信息披露,通过建立全国统一的特许经营信息公示平台,对备案情况、直营店数量、经营年限、历史闭店率、行政处罚记录、重大诉讼情况等实行动态公开。

加大对“快招公司”的惩处力度。“‘快招公司’最大的特点就是打一枪换一个地方,一家公司注销,再成立另一家公司继续招商。建议提高罚款幅度,并建立按违法所得或者违法经营规模计算罚款的机制,对重复违法、跨区域连续招商等情形实行从重处罚。”万方说。

“还可建立行业禁入和信用惩戒制度。对于严重违法的经营主体,依法限制其一定期限内再次从事特许经营活动;对于直接负责的法定代表人、实际控制人、主要负责人,可以探索建立相应的行业限制机制,防止通过更换企业名称、设立关联公司等方式反复实施‘快招’诈骗。”万方说。

此外,崔西彬提醒,商户在加盟前应当提高防范意识,仔细核验对方营业执照、商标注册证、授权书等资质证明材料;对“低投入高回报”“快速回本”等诱人承诺保持警惕,避免不切实际的期望;实地考察多家门店,注意区分“样板店”与普通加盟店;对合同条款尤其是物料采购、退费条件等仔细审查;遇可疑情况应及时向相关部门咨询或举报。

(李清悦参与采访)

相关链接

加盟要注意哪些快招套路及骗局?**套路一:公司及品牌无特许经营资质,全靠包装讲故事**

绝大部分快招公司都没有进行商业特许经营备案,因为进行商业特许经营备案的硬性条件之一必须是拥有至少2个经营时间超1年的直营店。

而很多快招公司成立时间短,在成立之初甚至之前就开始包装一个项目(请明星或者网红代言、买节目IP、综艺联名、网红IP衍生产品等),砸钱对该项目进行全网推广、路演等,然后招聘一大批销售人员,或者委托专门的第三方招商公司,在各大网络平台上发布大量招商广告在全国范围内大肆招商。一旦该项目招商完成,便寻找下一个项目进行包装推广,根本没有时间及精力专注经营某一个项目。

套路二:利用知名品牌市场认可度,快速圈钱

首先,快招公司会利用知名品牌的名义搭建各类广告链接、发布各类招商加盟广告,引诱意向加盟商在广告链接预留联系方式。

其次,冒充知名品牌运营公司或者知名品牌旗下公司,联系意向加盟商,并向意向加盟商发送该知名品牌的招商资料。获取信任后,便谎称某知名品牌在其欲加盟区域的招商名额已经饱满,无法通过公司审核,借机推销所谓的知名品牌二代产品、三代产品或者知名品牌旗下新品牌等,混淆视听。

随后,通过营造加盟名额紧张氛围,承诺报销考察费用、减免加盟费、赠送设备、物料折扣等,极力邀请意向加盟商到公司总部考察。

最后,加盟商来到所谓的总部考察,基本上走不出公司布下的层层迷障,糊里糊涂就签约付款了。

套路三:以低加盟费之名,行高价卖设备物料之实

首先,公司会在合同上明确约定,为了维护品牌的统一性与口味的一致性,加盟商只能从公司或者公司指定的第三方采购设备及全部原材料。

在签订合同前,公司不会给加盟商看设备及物料价格表,一般会忽悠加盟商:价格表涉及公司机密,确定合作之前不可以泄露。待加盟商签订合同后,又说价格表在培训后或者确定店铺地址后会提供,忽悠加盟商一步步掉入公司陷阱。

待加盟商培训后,或者承租了店铺后,公司迟后才提供价格表。此时加盟商才发现,设备物料的价格贵得离谱。

但此时的加盟商已经接受了公司的培训,或者已经承租了店铺,即使对高价设备物料不满,也骑虎难下,只能寄希望于公司后期的扶持及推广,对公司抱有不切实际的幻想,越陷越深,直到店铺亏损倒闭。

套路四:低估成本,夸大收益

快招公司为了打消加盟商的顾虑,往往故意夸大项目利润,鼓吹项目只需几万元就能启动,两三个月就能收回全部投资,故意营造一种“加盟了该项目,躺着就能赚钱”的激动氛围。

然而,等加盟商兴冲冲签约付款后,才发现按照公司的设备物料供货价格,无论怎么偷工减料,一杯奶茶的成本远不止公司宣传时宣称的2-3元。当加盟商对成本提出异议时,公司只会建议加盟商使用更便宜、更低档的原材料以控制成本,或者建议加盟商一次性从公司购买更多的原材料,以获得较好的“折扣”。而对店铺的运营及产品的制作,公司并不会提出实质性的指导建议。

如果加盟商向公司反映营业额低、品牌效应不达预期、亏损等情况,公司则表示并没有承诺一定能盈利,招商时只是根据市场现状对开店后的经营情况进行初步预测等,加盟商只能自行收拾残局。

套路五:免费帮选址,却暗藏猫腻

陷阱一:所谓的专业选址老师,可能只是公司的机动员工,或者是当地合作的房产中介,根本无法帮加盟商找到性价比最高的店铺。

陷阱二:所谓的免费,并非免费,而是需要加盟商承担所谓选址老师的全部差旅费用(交通费、住宿费、伙食费),算下来也要小几千元。

陷阱三:选址老师通常是在网上随便找几个店面,甚至是提供虚假的店面出租信息给加盟商,让加盟商自行去联系。甚至有加盟商表示,按照选址老师提供的信息打电话过去,对方说店铺早就转租出去了,新的承租人已经开业了。

(本报综合整理)

评论

警惕“快招”圈你的钱

从创业者自身来看,不少人对商业逻辑缺乏认知,在“低投入、高回报”的口号下头脑一热,忽视市场调研,也未仔细核实品牌资质,就贸然投入。

从监管层面来讲,部分“快招”公司伪造资质,主管部门一时难以发现;而“快招”骗局“罪与非罪”的定性难题,受害者举证责任重等问题,让不少受害者陷入维权困境。

因此,打击“快招”骗局,守护创业梦想,需要多方协同发力、久久为功。

监管部门要织密制度“防护网”。有关部门要完善特许经营审核机制,建立资质动态核查系统,对虚假备案、超范围经营的企业从严处罚;建立行业违法失信人员黑名单,对试图换个“马甲”逃避责任的人员进行联合惩戒;同时打通多部门信息共享渠道,加强对搜索引擎、短视频平台的广告监管,斩断“快招”公司的引流链条。

相关部门还应通过典型案例发布统一裁判标准,对恶意转移资产、多次换壳行骗的团伙加大打击力度,让违法者付出沉重代价。

平台方也应履行主体责任。各平台应对招商加盟广告信息严格审核,完善“品牌资质核验”流程。通过人工智能、大数据分析及时发现违规“招商”风险信息,及时封禁违规推广账号,不给“快招”骗局留下传播空间。

小店虽小,却是经济的“毛细血管”。打击“快招”陷阱,不仅是维护市场秩序的必然要求,更是守护民生温度的具体体现。当监管更有力、平台更尽责、创业者更理性,才能让“开店梦”远离骗局的阴霾,让每一份创业热情都能在健康的土壤中生根发芽。

(来源:人民日报客户端)

分类广告

本报仅作为信息提供,不能视为承接业务及签订合同的依据。使用本报信息请查询对方单位或个人相关法律文件及有效证件,请勿轻易汇款,本广告不作为承担法律责任的依据。

刊前需提供与内容相关的手续,审核后见报。

注销公告

贵阳市花溪区石板现代服务商会(统一社会信用代码:51520111MJR840657K)经会员大会决议解散,现已成立清算组,请债权人自本公告刊登之日起45日内向本商会清算组申报债权及相关证明材料。联系人:李媛,电话:18885025025。特此公告。

广告服务热线 0851-85505030

公告

●贵州亿驰物流有限公司遗失贵F29651道路运输证,证号520523011372,声明作废。
●贵AD6520贵A73399道路运输证遗失作废,王松经营许可证书作废。
●遗失贵州鸿安锐源贸易有限公司公章,财务章,刘子万法人章,声明作废。
●因不慎遗失贵州中建四局置业有限公司开具给中建华府F5-26-3号购房收据一张,金额70597元,收据编号0008022。
●贵州呼我网络科技有限公司,将以下车辆贵阳市网络预约出租汽车运输证申请注销:贵AD59262、贵AD53883、贵A8QA88、贵AD57216、贵AD51738、贵AD56586、贵AD17898、贵AD56505、贵AD51557、贵A6DN59、贵A8DS13、

贵AD57696、贵AF31399、贵AD53315、贵AD57399、贵AD09529、贵AD08032、贵AD00358、贵AD00735、贵AD07837、贵AD02087、贵AD03983、贵AD08216、贵ADH9509、贵AF82611、贵AF26995、贵ADF900、贵AD81932、贵ADB8691、贵AD86937、贵AF21636、贵ADD0208、贵AFE0600、贵AD37385、贵AF20669、贵AF69207、贵ADK0859、贵ADJ9819、贵ADK8870、贵AD19170、贵AD28230、贵AFD5531、贵ADJ0227、贵ADJ1161、贵ADJ5921、贵ADJ0088、贵ADK3535、贵ADJ9110、贵ADK7306。
●张月印,遗失贵州省司法厅2026年5月21日颁发的律师执业证,证号:15201201310494560,流水号:12286974。声明作废。