文匯報
WEN WEI PO
www.wenweipo.com
政府指定刊登有關法律廣告之刊物
獲特許可在全國各地發行
2021年4月 22 星期四
辛丑年三月十一 廿四立夏
大致天晴 日間炎熱
氣溫23-30℃ 濕度55-85%
港字第25958 今日出紙4疊9張半 港售10元

文匯報 香港仔
爆料專線
(852)60668769
60668769@wenweipo.com

香港文匯報記者卧底直擊 籌款組長傳授劏客秘笈

一分鐘要截6個人 「邊個似水魚就劏邊個」

吸血籌款中介之劏客伎倆

爲揭開籌款中介的神秘面紗，香港文匯報記者近期深入中介公司臥底體驗籌款員的工作，最大感受是人來人往的街頭上，要截住路人停下步伐絕不容易，要埋沒良心謊稱自己是志願機構的義工是難，要狠下心劏客更是難，但在組長高壓式管理下，籌款員被要求每分鐘最少截住6名市民推銷捐款計劃。開單是王道，爲免全組業績下滑，組長更傾囊相授劏客三招：專揀年過50的女士，以及20歲至40歲男士劏；開場白打悲情牌，吸引路人同情捐款；最後是遮蓋捐款表格上的最低捐款額，盡量迷客多捐幾百元。

●圖/文：香港文匯報專題組

掃碼看片

●有籌款員以身攔截路人，之後連停泊路邊的車輛也不放過，十分搏命。

●肯捐款的市民有男女之分，通常後生仔及中年婦女較易中計。

招式1 大打悲情牌

「水魚」分年齡 兒童困境引共鳴

中介公司當籌款員是宰客的「刀手」，但香港文匯報臥底記者本就不是口甜舌滑，迷客時更無法狠下心腸謊稱：「你們捐的一分一毫都會用嚟幫山區兒童。」因此記者初入行當籌款員碰到不少釘子、吃過不少苦頭，印象最深刻的是有天運氣十分差，全天雙腳無間斷在街頭奔走拉客也食白果。

組長：唔識睇相就漁翁撒網

無單開的日子，組長總會給面色，還夾雜着冷言冷語，給記者巨大心理壓力。情況持續不久後，組長為免記者「坐沉船」連累全組業績倒退，唯有慷慨傳授絕門的劏客秘笈：「你必須學識點樣睇人，邊啲似水魚就搵呢啲人問。」他還過兩招稱：「雖然大家都戴着口罩，但可以從眉目中觀察，眉頭緊鎖的人一般唔會捐款，可以直接放棄。四處張望、眼神游移不定代表呢啲人可能唔趕時間，有機會成功攔截；若目光堅定或低頭步行，代表佢哋趕路或者有嘢諗，唔會截得停。」

組長指，「水魚」也有年齡之分，一般而言50歲以上的女性較有善心，向她們埋手成功開單的機會較大；男性「水魚」則多數是20歲至40歲。組長又教路：「你初入行唔識睇相的話，就辛苦啲，唔理三七廿一，漁翁撒網式見人就截，機會才更大。」

男士愈入世未深愈容易落疊

記者雖然不贊同籌款中介的募捐手法，但姑且將組長的劏客秘笈當「社會實驗」。記者遂根據秘笈招數觀人於微，果真發現奏效，成功迷到開單的捐款者，女的大多數是中年人，尤其當記者截停後介紹山區兒童的困境時，這些女士也有同理心，有些更表示自己兒時也經歷過家境清貧，三餐不繼的滋味，顯然成長背景牽動她們的共鳴，紛紛認捐。

至於男士們，記者發現愈是入世未深，愈容易落疊。有次記者截停一名男大學生介紹一項山區學童助學計劃，男生雖然未投入社會、沒有收入來源，但卻很爽快答應每月捐款120元。記者遂好奇問：「家人唔反對你每月捐錢嗎？」男生輕描淡寫說：「120蚊啫，每日慳幾蚊一個月就慳到120蚊。」

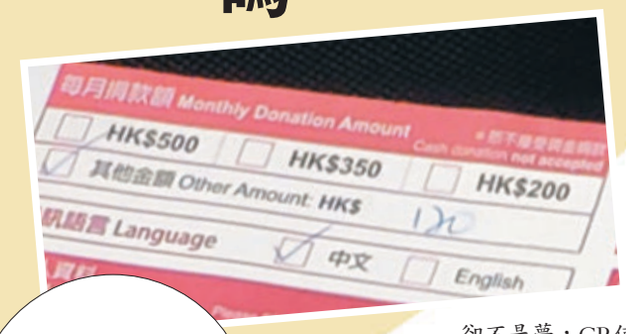
從男生的說法，可見籌款中介設定最低捐款額時也經過一番盤算，使不同經濟能力的港人也視這120元「濕濕碎」，有人更認為區區百餘元便可以參與扶貧項目，是功德無量、十分有意義，惟他們卻不知道這些善款是給中介自肥。

招式2 留白捐款額

飛擒大咬博加碼 心理戰馴服「獵物」

「當你截停咗佢哋（路人）就成功一半，當佢哋聽聽吓開始猶豫，或者糾結，咁就可能成功埋另一半，呢個時間你要把握時機提出捐款。」一名老練的組員教路說，這個時候被截停的途人是「獵物」，必須打心理戰，把捐款金額最細化，把捐款作用最大化，一步步將對方馴服，比如問「獵物」：「一日幾蚊，一個麵包一支水嘅價錢，就能夠幫到無數貧困學童，何樂而不為？你會否考慮呢？」或者說：「一日少呢幾蚊真係影響到你嘅生活質素嗎？一日食少兩支煙，幫到人又對自己好，何樂而不為？」

成功迷掂對方開單後，才是戲肉，要盡一切辦法提高捐款額。捐款員在每月捐款申請表格上登記對方的個人資料、信用卡或提款卡號碼後，在捐款金額一欄留白，待市民確認簽名後再次發動進一步攻勢，「先生/小姐，你會唔會考慮捐多一啲，如果捐多100元，便可以幫助多一個家庭，為貧困兒童提供更多機會。」極力游說對方加碼。



● 籌款員開單時通常不會先寫下捐款金額，待捐款者簽名後，會嘗試游說加碼。

招式3 兩類開場白

遇男宜單刀直入 見女可婉轉開場

籌款員除了要學會觀人於微，開場白是第二個關鍵。一般而言，籌款員的開場白分兩類，分別是單刀直入和簽名形式。所謂「單刀直入」，即是直接詢問市民「先生/小姐做啲善事啦，幫吓貧困山區小朋友，支持吓我哋機構喇。」這類開場白通常用在男途人身上，有經驗的組員解釋：「通常男人肯停落嚟聽你講嘢，捐款機會就比較大了，不妨直接點。」

不過，面對女途人就要多玩花樣，可以用「小姐你好，幫手簽個名鼓勵吓（支持）貧困兒童喇，寫個加油、畫個愛心就得喇」這類開場白。組員解釋，單刀直入問女途人捐錢會把她們嚇跑，「要婉轉一啲打開話匣子，等佢哋簽名或畫畫後先講我哋為貧困人士籌款，就無咁突兀。」然後主打悲情牌，將受助對象的生活描述得足夠悽慘是游說重點，例如「小姐你知唔知佢哋真係好慘，飲水、食嘢、讀書都成問題，你一日幾蚊真係可以幫到佢哋好多。」

此外，組長教路如果發現途人禮貌地婉拒籌款員的搭訕，也要繼續緊隨其後不斷追問，「這些途人應該有修養，你追落去，用誠意好可能打動到佢哋。」

記者手記

全天候跑不停 肚痛如廁挨罵

招聘廣告把籌款員職位形容爲「筍工」，聲稱：「對應徵者的學歷、經驗不拘，月入逾二萬元卻不是夢，CP值十分高。」但香港文匯報記者臥底當籌款員試工後發現滿布「中伏」位，對外滿口公益、樂善的籌款中介公司，骨子裡與傳銷公司如出一轍，管理層設立上下線管理制度，籌款員介紹朋友應徵做下線可獲回佣，最難頂是高壓而非人性化的規條，把籌款員當成「跑數」機器，要求他們在街頭每分鐘最少截6名路人，還限制如廁時間，籌款員全天候在組長嚴密監控下，在街上「摩打腳」奔走拉客，但月入與招聘時聲稱的兩萬元相比仍是遙不可及，中介公司招聘廣告顯然有誇大失實之嫌。

各間籌款中介公司的招聘廣告以月入豐厚作招徠，每人底薪介乎9,000元至1.2萬元，對應徵者又無學歷、經驗等要求，應徵時連履歷也毋須繳交，面試員還大放厥詞稱，若每月能迷到18名至20名路人參加每月捐款計劃，籌款員可瓜分兩三成捐款額作爲獎金，加上介紹朋友應徵做「下線」、賺取回佣，月薪隨時高達1.8萬至超過2萬元。

僅半小時講解 轉頭便要實戰

入職門檻低，月入逾萬，許多打工仔求之不得啦。惟香港文匯報記者臥底入行後，卻發現打工仔想法太天真。籌款中介公司將入職首日界定爲「培訓日」，記者與4名組員在一名組長帶領下開工，組長簡短作半小時口頭講解後，便要求記者邊做邊學，解散前組長嚴厲向記者說：「我哋大家都望住你嘅表現，要勤力啲，唔好揀客，乜嘢路人都要截！」

開單成爲王道，新入行者返工首5天，平均每兩日要開一張單，首月要跑夠8張單才保證有得留低。組長還定下硬指標：「每分鐘最少要截6個客，直至成功截停及開單爲止。」口罩雖然遮掩組長的容貌，但單憑其兇狠眼神已令記者毛骨悚然。爲免挨鬧，記者唯有展開「摩打腳」全天候不停奔跑的工作生涯，但此刻記者才覺悟港人的生活節奏極快速，要路人停下步伐難過登天，要他們開單更要扭盡六壬。

沉甸甸的「跑數」壓力下，記者不停冒冷汗，加上烈日奔跑，渾身時冷時熱如坐針氈，肚子突然劇烈抽搐，正欲上洗手間之際，突然被在遠處監工的組長截停，記者遂答想去洗手間，組長板起臉質問：「你半個鐘前啱啱去完，又去？」記者唯有無奈說：「肚子不舒服。」組長不耐煩說：「快去快回！」語言冷暴力是一把利刀，自此記者不敢亂飲亂食，內急也忍至忍無可忍時才出聲。

記者在兩間中介公司各試工一個月，過着非人生活，惟月收入與公司聲稱的仍有距離，大惑不解。一名入職近一年的籌款員勸說：「睇開啲！我應聘時，facebook廣告上寫着月薪1.6萬至2.2萬元，誰知根本無可能！」她表示，公司聲稱的月入根本是噱頭，但這些機會不屬他們的，「做咗咁耐，從未見過有籌款員每月簽到20張單，我已經係全公司跑單第一嗰個，人工最多也不過1.6萬蚊。」

她一副老江湖的口吻總結籌款員三更窮五更富的生涯，「其實呢份工唔係勤力就得，完全睇運氣，唔想捐嘅人，你點求佢都係徒勞無功。你想月入2萬蚊，恐怕只有做咗(中介)老闆先得。」

市民點睇

張小姐：直接捐畀機構好啲

捐款呢樣嘢，最主要視乎慈善機構做緊乜嘢，符唔符合我嘅理念，呢個係決定捐款與否嘅個人原因。至於籌款中介服務費，當然係唔好，直接捐畀機構會好啲。

羅小姐：一蚊都唔想入中介袋

呢個情況（街頭月捐）出現咗一段時間，我哋唔係傻嘅，唔會個個俾佢哋呃。捐嘅錢一蚊都唔想落入中介袋裡，要畀到真正有需要嘅人。

葉先生：直接畀機構降行政費

過去有捐款畀慈善機構，不過係一次性直接畀機構，唔係街頭月捐，唔會經中介手。我覺得直接畀機構先至可以降低行政費，最大程度幫到受助人，而中介抽佣正係違背呢一點。

督印：香港文匯報有限公司地址：香港仔田灣海旁道7號興偉中心2-4樓 電話：28738288 傳真：28730657 採訪部：28738260 傳真：28731451 發行中心：28739889 廣告部：28739888 傳真：28730009 承印：三友印務有限公司 地址：香港仔田灣海旁道7號興偉中心2-3樓