

můžou bleskově okopírovat i s čínskými znaky? Čas jsou přece peníze, tak proč ho ztrácet zbytečnostmi?

Nechci tvrdit, že na asijských portálech se prodává jen laciné a nekvalitní zboží. Spousta mých přátel tam nakupuje a jsou spokojeni. Jenže to, co nabízejí shopy na Facebooku, je většinou právě toho nejhoršího druhu. Kromě toho, že jejich podnikání je vesměs nelegální, často se k nám jeho prostřednictvím dostává ten nejacinější šunt, na který nikdo nikomu nedá sebemenší záruku. A nikdo neupozorní zákazníky, že oblečení a kosmetika mohou být plné nebezpečných chemikálií, že elektronika hrozí samovznícením a že dětská autosedačka se může rozpadnout hned při prvním použití. Člověk, který není příliš zběhlý, pak koupí cokoli s marží pět set procent a věří, že dostává zboží v kvalitě, která aspoň trochu odpovídá ceně. Jenže ve skutečnosti pořídil s obří přírážkou jen to nejlevnější a nejnekvalitnější, co jsou čínské manufaktury schopny vyprodukovat.



Palec dolů vychytralým překupníkům, kteří za zboží chtějí mnohonásobně vyšší cenu, podnikají načerno a předem upozorňují zákazníky, že na případné reklamace je lepší zapomenout.

Jak poznat zboží z čínských velkoportálů

V obrovské nabídce e-shopů, facebookových obchůdků, aukcí a inzerátů vůbec není jednoduché se vyznat. Existuje ale pár vodítek, díky nimž se dají odhalit alespoň ty nejnehoráznější nabídky.

O tom nejokatejším a nejnápadnějším vodítku už jsem se zmínila. Jsou to původní fotografie od čínských prodejců, které používají i čeští překupníci a překupnice. Velmi často se stává, že fotky jednoduše převezmou i s původními texty, vodoznaky a logy v čínštině. Pak není co řešit – pokud je na snímku kabát a kolem něj typické nerozluštitelné znaky, je téměř jisté, že nejde o stylový model dovezený z Itálie, ale o kabát z Číny.

Asijská velkoobchodníci taky často opatřují fotky řadou číslic, jde o objednávkový kód nebo o kód zboží. Jestliže má český prodejce na své stránce nebo na profilu zboží s různými číselnými řadami od dvou do deseti dvanácti znaků psanými různým typem a barvou písma, pak jde pravděpodobně také o zboží zpoza Uralu. Evropané a američtí obchodníci většinou na fotkách tyhle kódy vůbec neuvádějí.

Spoustu obrázků překupníci ořezávají tak, aby nebyly vidět obličej modelky. I bez typické čínské tvářičky se ale dá poznat, že oblečení, boty nebo kabelka má na sobě právě Asiatka. Modelky bývají extrémně štíhlounké, nemají téměř žádné křivky, vypadají na dvanáct let, mívají hodně světlou neopálenou pleť a často křiklavou manikúru i pedikúru. Oblíbené jsou obří tmavé brýle, které zakrývají oči.

Poměrně spolehlivě lze identifikovat zboží z Asie i podle toho, že fotky připomínají spíš barevné vzorníky než skutečnou prezentaci zboží. Stejná kabelka je na nich v osmnácti barvách, triko v pětadvaceti. Vždycky jde přitom o stejný záběr zboží ze stejného úhlu, protože ho grafik naklonoval a obarvil podle momentálních barevných variant, které jsou na skladě.

Jiným oblíbeným asijským způsobem prezentace oblečení a doplňků jsou snímky typu selfie. Krásné Asiatky mívají v ruce buď příšerně přezdobený mobil se spoustou přívěšků a nalepených růžových činčurinek, nebo jim na krku visí