



04 思考

“云逛街”时代，网络直播成为商家卖货的首选途径。

在屏幕两端，一边是主播化身产品体验官，卖力推荐手中产品；另一边是消费者基于对主播的信任，不假思索地买买买。主播与消费者通过实时弹幕互动，动辄数十万件的库存顷刻售罄。

值得注意的是，直播带货的热闹背后也隐藏了不少问题，不少消费者买到主播们推销得天花乱坠的商品后大呼上当，虚假宣传、货不对板、质量“翻车”也成为电商直播中投诉的新热点。

■记者 黄亚莘

加强监管，应建带货主播黑名单

直播带货热闹背后问题不少，夸大和虚假宣传吐槽多

调查

近四成消费者在直播购物中曾遇到问题

3月31日，中国消费者协会分析12个直播电商平台的5333份消费者样本，发布《直播电商购物消费者满意度在线调查报告》，就当前直播电商购物及消费维权领域中的诸多特点进行解读。

《报告》针对宣传、直播、商品、支付方式、物流、售后等直播购物流程中的不同环节进行满意度调查，排名末三位的是宣传、商品来源及售后退换货，综合评分分别为64.7分、67.7分及72.0分。

《报告》分析，主播夸大和虚假宣传、有不能说明商品特性的链接在直播间售卖两点被提及次数较多；消费者在购物时，应避免主播引导用户绕过平台私下交易的情况。

《报告》指出，有37.3%的消费者在直播购物中遇到过消费问题，但仅有13.6%的消费者遇到问题后进行投诉。此外，在遇到问题未投诉的消费者中，有46.6%认为“损失比较小，就算了”，还有18.1%的受访者认为投诉处理流程可能会比较复杂或花时间。

建议

建立健全“网红带货”黑名单

《2020年第一季度全省消委系统受理消费者投诉情况分析报告》显示，2020年第一季度，湖南省消委共受理网络销售服务纠纷371件，同比增加146件。购买的产品质量有瑕疵、实物与网络宣传不符、消费者退换货困难、经营者以疫情为由制造虚假发货信息是消费者投诉的主要问题。

省消委秘书长吴卫表示，直播带货时，消费者往往在“全网最低价”“限量秒杀”等言语引导下冲动消费，这也使主播更倾向使用“极限广告词汇”提振销量，“各平台应联动健全‘带货主播’的资格审查机制及诚信评价体系，形成带货主播黑名单，严厉打击从事‘数据造假’的主体。”

“平台自身也要下大力气，严把质量关。比如对网红售出的商品应全程溯源；对于合作的网红与商家，要制定严格的奖惩制度，提高准入门槛。”社交电商每日一淘首席运营官淡焦成在接受媒体采访时表示。

记者注意到，电商平台也启动了直播带货自我管理，如，快手对主播售卖过程实行全程监管，对违规的商家和账号实施商品下架、快手小店功能限制、账号封禁、保证金扣除等多种处罚；淘宝直播则引导主播在挑选、试用商品上下功夫，以此保证消费者购物体验。



新华社图

问题一 | 承诺的赠品、“全网最低价”无法兑现

“在直播间拍了乐纯酸奶，第二天收到短信说，直播间专享赠品10袋可碎及订单中芒果菠萝、0蔗糖椰子口味的酸奶二级原料出现缺断货，缺货口味自动替换成其他口味。为弥补损失，当晚下单用户可在收货后退10元差价，再额外领取一张80元优惠券。”杨女士是淘宝购物达人，4月1日晚，淘宝三金冠店店主开启首场直播，凭借着对店主的信赖，她指点进入直播间，抢购了几件商品。

杨小姐表示，主播在前期预告时多次强调，首场直播的赠品机制和销售价格全网最低，还会加赠价值200万元的赠品，“比对了其他直播间，品牌给的优惠价格一模一样，并非‘全网最低’。”

杨小姐向专属售后客服反馈乐纯酸奶发货问题时发现，还有买家质疑鲜活小龙虾是2019年6月生产的冷冻商品，“最让人生气的是，80元优惠券是商家的常规折扣，那补偿诚意何在？”

问题二 | 预售的螺丝粉，50天仍未发货

“店铺基本没开门，只能在网上买螺丝粉解馋。”2月20日，长沙市民黄小姐在淘宝直播间购买了3包柳江人家螺蛳粉，拍下时卖家承诺将在40天内发货。

40天发货期限已到，在直播间秒杀的螺丝粉仍处于“待发货”状态。“产能跟不上可以理解，可50天还没发货也太过分了。”4月8日，黄小姐因卖家

延迟发货投诉该店，得到了5.94元的延迟发货赔偿。

遇到延迟发货事件的并非黄小姐一人。4月1日，锤子科技创始人罗永浩在抖音直播时推荐了一款信良记牌麻辣小龙虾，一下售出465万盒。不过，“爆单”让信良记无法按照承诺在48小时内将全部订单发出，引发消费者不满。

问题三 | 收到的商品与介绍有出入

“花399元抢了一件原价1404元的100%羊毛双面呢大衣，收到后发现大衣明显‘货不对板’。”4月8日，大四学生小周介绍，2019年11月，她在薇娅直播间抢购了一件羊绒大衣。“薇娅说自己身高168cm，上身演示时穿M码

刚好，链接上架后，M码几分钟就抢空了。”小周满心欢喜收到货，却发现M码的羊绒大衣大了一圈，“之后再打开商品链接，原本断货的M码库存突然多了几百件，无人问津的S码显示库存告急，说明很多人和我一样买大了。”

问题四 | “网红”主播带货“翻车”

1月6日，网红“雪梨”在直播间推荐了一款便携式烧水壶，直言该烧水壶是旅行、宝妈居家必备商品，值得人手一件。

然而，在随后的使用演示过程中，雪梨看到烧水壶电子显示屏提示水温已达到100摄氏度，下意识打开烧水壶盖子，没想到，盖子瞬间飞出，整个直播间及镜头被水蒸气覆盖。屏幕前的雪梨吓得赶紧后退，牛仔褲上被喷洒了大量水渍，右手也被烫得直用。

面对这样的“翻车”事故，雪梨坚

称是自己操作不当所致，产品本身无任何问题。

“这个是状元蟹，阳澄湖的大闸蟹。”去年9月9日，李佳琦在直播中指着身旁印有状元蟹logo的红色包装盒介绍，“23年老品牌。”

之后，有网友指出，李佳琦口中的“阳澄湖的大闸蟹”只是“阳澄状元”大闸蟹，大多来自苏北、苏南两地，没有阳澄湖大闸蟹地理标志产品保护管理委员会办公室发放的蟹扣。

提醒

货比三家、谨慎购买 勿冲动消费

“网红带货是粉丝经济的产物，网红以自身流量为商品背书，一方面能拓宽品牌知名度，另一方面能为商家引流带动产品销量。粉丝则基于对网红的认可购买其推荐的商品，购买时几乎没有决策时间，属于冲动消费。”湖南省消委秘书长吴卫认为，直播带货本质与传统的电视广告相同，“网络直播中，部分主播为了营造好货难求的假象，不惜雇用水军刷屏误导消费者。《反不正当竞争法》、《电子商务法》中都明确禁止刷屏、买评论等行为。”

吴卫提醒，消费者在看网络直播时应保持清醒，在购买商品前，要对产品的质量等相关情况进行详细了解，查看其证照、厂名厂址等信息是否齐全，货比三家、谨慎购买，否则容易上当受骗。

此外，除销售商品的各类问题外，主播在直播间内卖的货也千奇百怪，部分服务被相关部门判定为违规。早在2018年，证监会就曾发布《网络直播平台“非法荐股”活动风险提示》，提醒消费者：获取证券投资通过证券公司或合法证券投资咨询机构进行。