



新华社电 直播间买手机补贴1000元,价值五位数的“高奢”手表只卖99元……一段时间以来,以仓库为背景进行的直播在电商平台较为流行,不少主播宣称所售商品有“高补贴”、是“高奢品”。

记者调查发现,部分仓播存在不同程度的虚假宣传,值得警惕。

新华社发
Xu

“高补贴”“高奢品”？ 小心仓播里的这些套路

新华时评

虚构“高补贴” 自封“高奢品”

仓播,指在仓库中进行的直播销售活动。一些主播身后堆满各式货箱、货柜,宣称直播地点为货源仓库,售卖商品为仓库直发,有价格优势。

记者近期关注百余个仓播账号,一些仓播账号有几十万粉丝,有的仓播账号能冲到所在时段平台带货总榜第一。

然而,不少消费者反映,一些仓播主播宣称有“高补贴”,实际上没有价格优势;宣称是“高奢品”,结果货不对板。

前不久,在一场“带货总榜第一”的仓播中,主播推销某品牌一款手机时,宣称“这是新款,柜台卖得老贵了”,直播间买“每个补贴1000”,只卖1198元。

但部分消费者发现,这款手机早在2024年5月就已上市,当时官方售价1399元;目前正常市价1200元左右,并非主播所说的补贴1000元。

有网友发网购截图称,在某仓播直播间“低价”购买了化妆品、手表等商品,下单后到其他平台比价,发现并不便宜。

在一个仓播直播间,主播介绍一款“瑞士品牌”手表时,拿出一张“世界名表等级排行榜”,称该品牌是“高奢品牌”。他还展示了一张签购单,称这款手表原价66800港元,直播间只要99元。

记者在多个电商平台搜索发现,这款所谓的“高奢”手表售价多在百元左右,最低30多元。有名表行业从业者表示,并未听过该品牌,不认为其属于“高奢品”。

此外,记者发现,一些主播常放出所谓的“明星网红”商品,宣称是会员店、专柜同款商品,直播间仅以一到两折的价格售卖,“送给你们试用”。但是,记者在相关会员店、商场内并没有看到这些商品,店内工作人员也表示从未售卖过。

堆叠空箱、模糊信息、引导评论

记者调查发现,部分仓播的虚假宣传套路主要包括:

——堆叠空箱,打造“货源”场景。仓播进行时,主播穿行在堆满货箱、货柜的场地中;一些货架前,还有工作人员操作升降机,并不时接受主播调度——“看看上面手机库存还有多少”。

但据多名主播和运营负责人介绍,这些形似仓库的直播场所内只有少量货物样品,其余均为空箱,背景中的工作人员是“演员”。

记者了解到,大部分仓播运营方不囤货,直播中弹出的销售链接来自不同的供货商。“我们七个直播间,每天卖好几万单,没有一个产品是自己囤货、自己发货的。我们最大的优势就是会搞流量。”一名仓播运营负责人说。

——模糊信息,掩饰“折扣”本质。记者注意到,在介绍一些知名品牌商品时,主播往往有意混淆型号、新旧等关键信息。比如,只说“那款大几千的华为70手机”,实际

上架的是华为畅享70等中低端系列,而非高端系列;大谈“飞天茅台加钱都买不到”,实际上架的并非53度飞天茅台,而是43度飞天茅台。

此外,有的主播会在商品证书、价签上做文章。“大品牌利润低,小品牌的健康类、美妆类产品利润高,可以自己搞一些证书、价签,直播时快速晃一下。”有主播在交流“经验”时说。

——混淆视听,营造“抢手”氛围。记者调查发现,一些仓播的后台运营人员通过发“福袋”引导评论、刷屏、禁言等方式“控评”。观众必须在公屏发送“收到了,是正品!”“是老粉回购沐浴油”“要高端瑞士腕表”等指定评论才可以参与“福袋”抽奖。

记者在观看相关仓播时,多次在公屏提醒“不是新机”“是43度茅台”等信息,轻则被管理员刷屏盖过,重则被禁言拉黑。有消费者表示:“我刚被一个仓播直播间踢出,就因为问了一句‘你家的手机为啥比京东卖得还贵’。”

规范新兴直播 保证产品质量

根据反不正当竞争法,经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者。

北京市鑫诺律师事务所律师董世盼表示,一些主播在直播过程中堆叠空箱、模糊信息、虚标价格等行为,误导消费者购买所谓“高奢”“高折扣”产品,侵害了消费者的知情权。

记者调查发现,为应对平台监管,一些仓播运营方准备了不少“小号”。在“3·15”国际消费者权益日前后,一些主播相互提醒,近期监管会更严,不要拿大号撞枪口,先用小号挺过3月份。“一年只要放开三个月,我们就能赚钱。”一名仓播运营负责人说。

一些仓播主播、运营方表示,各

网络平台对仓播常见违规行为为基本都有对应的监管规定,但执行起来松紧不一。

多位业内人士建议,有关部门和电商平台采取更有针对性的措施,加强仓播监管。平台要建立仓播监管长效机制,对仓播运营方的资质、商品来源、质量证明、销售话术等加强动态核验监管;监管部门要加强产品质量专项抽检,严厉打击虚假广告、虚假宣传等行为,保证网售产品质量。

董世盼等人提示,消费者在直播间购物时,应警惕虚假宣传与价格陷阱,不贪小便宜,理性消费;认真核查商品信息,保留订单记录、支付凭证、聊天记录等作为维权依据,遇到问题依法维权。

较真网购“缩水” 非小题大做

新华社电 “3公斤装”的小龙虾到手只有1.4公斤、“100只装”的垃圾袋清点还不到40只……不少人都曾遇到过网购商品“缩水”的遭遇,但很多消费者不会逐个清点,落得个“消费者忍了、不良商家赚了”的结局。

整治网购“缩水”不仅事关消费者权益保护,更是关系消费环境建设的大事,必须得较真。

近日,中共中央办公厅、国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》,明确提出“营造放心消费环境”;“规范网络销售、直播带货领域‘全网最低价’等不合理经营行为”,为有效遏制网络消费市场乱象、维护消费者权益提供指引,增添保障。

商家敢“缩水”发货,背后的一个重要原因是商家违法成本低。根据消费者权益保护法,一旦商家的行为构成欺诈,消费者有权获得三倍购物价款的赔偿。但实际上,倘若商品价格不太高、网购维权耗时又费力,消费者通常不会过多纠缠和追责,除了有认真的消费者会逐个清点后要求赔偿,绝大多数会选择一“忍”了之,“缩水”商家赚得盆满钵满,诚信商家反而“吃了暗亏”。

消费者较真网购“缩水”,非小题大做。消费者反映诉求的地方,就是消费环境进一步优化改进的方向。

监管“长牙齿”,不良商家才能“长记性”。一方面,电商平台要当好“大管家”,加强技术手段应用和人工审查力度,在信用约束上“较真”,把商家信用和店铺流量挂上钩,让“靠缺斤少两赚钱”的商家无处遁形;另一方面,市场监管部门要加强监管,线上精准监测,线下全面巡查,对不法经营活动施以重拳。

此外,要健全消费争议多元化解机制,让消费者的意见能够更加快速便捷触达商家和监管部门,让消费者敢较真、能较真。

完善制度、抓好监管、筑牢诚信,只有当“靠一锤子买卖占小便宜”的商家越来越少、靠诚信经营赢得招牌赚得口碑的商家越来越多,消费者才能放心消费舒心消费,消费市场才能更加健康繁荣发展。