

话术多、流量假……

直播带货还有哪些“猫腻”

近年来，直播带货在一些短视频平台上越来越热，每天直播时长动辄百万小时以上，吸引了不少消费者。

然而，“新华视点”记者调查发现，直播带货话术多、“套路”多，直播观看量和带货订单量存在不少“水分”。业内人士建议，进一步规范直播带货行业秩序，加强行业自律，让消费者在直播平台能放心购物。

直播带货“套路”多

今年“双十一”，直播电商愈发受到关注。各行业名人、品牌商家等纷纷进入直播间，一些主播从10月初就开始预热、暖场，各类促销信息让消费者眼花缭乱。

直播带货看似热闹非凡、红红火火，但一些消费者“吐槽”，在直播间想要低价买东西并不容易，在种种“套路”下，买到的东西价格也未必便宜多少。

——直播话术多，想“秒杀”得看半小时直播。济南市民张晓芸告诉记者，为抢购一款“双十一”预售商品，她在某短视频博主的直播间内等候了近半个小时。“一开始主播说马上上架，并且是‘秒杀价’，但随后主播开始介绍其他商品，接着又介绍直播间的各种活动，20多分钟后我想要的商品才上架。”

中国消费者协会投诉部工作人员谢龙说，在不少带货的直播间，消费者付出了很多时间，但东西很多时候并没有便宜多少，导致消费者没有获得感，只有失落感。

——卖东西还得演剧本，“吵架式”“打架式”带货流行。“我们贴了多少你知道吗？贴了两千多万。”“不要再贴了！”在不久前的一场直播带货中，一名女主播在直播间大声嘶吼，试图阻止搭档男主播“降价倒贴”的行为，而男主播自称为了粉丝，甘愿赔本补贴，互相推搡、摔话

筒，演得几乎以假乱真。

类似这种“套路”，每天都出现在不少短视频平台的直播间中。记者在一些直播间看到，主播和搭档一番“争吵”“推搡”后推出的商品，价格相比其他电商平台，并没有太大优惠，有时甚至比别的平台贵，但凭借“节目效果”，往往能吸引消费者的关注。

——带货数据有“猫腻”，有的直播间没人互动，订单却不少。齐鲁工业大学大三学生王琪说，让她不解的是，有的直播间观众人数有几千人，但上架的商品少有人购买；而在另外一些直播间，观看人数只有几十人，主播上架的商品又频频被“秒杀”。

电商行业从业者张向阳告诉记者，为了提高直播间热度，很多直播间使用机器人刷人气，或大量刷单提高成交量，事后再退款。尤其是对于小主播而言，需要通过虚假的数据，营造出高人气假象，这几乎已成直播带货行业“潜规则”。

今年10月，北京市消费者协会和河北省消费者权益保护委员会联合开展了直播带货消费体验调查活动。从结果看，调查活动共有100个直播带货体验样本，其中33个涉嫌存在虚假宣传、利用使人误解的价格手段误导消费者等违法违规问题。



新华社发

直播“演技”培训竟成“产业链”

记者调查发现，围绕直播带货的话术培训、数据造假等，已形成了一条“产业链”，一些培训价格不菲，“学费”动辄高达上万元。

记者在某电商平台搜索“直播带货话术”“直播带货剧本”等关键词，发现相关的教学课程、话术脚本等商品有上千种，其中不少销量超过3000件。记者找到一款描述为“带货话术脚本写作”的商品，在花费18.8元购买后，对方提供了“主播基础必备的几百条话术”“带货剧本案例”等文档。文档中提到，要用大让利、大红包留住观众，在这之后不要急于卖商品，而是用大嗓门、快速语速尽可能推销店铺内其余商品，给观众反复洗脑，激发购买冲动。

这些文档还提供了很多营销手法。例如主播可以用送所谓“限量商品”的方式留住顾客，但这些“限量商品”仅仅是营销噱头，实际上每天都会有。

“我们团队培养出不少带货营收超百万元的主播。”这家店铺的客服表示，如果需要进一步的培训，还可以缴纳2万元学费，有“专业导师”提供15天的特训。

记者在济南联系了一家提供带货培训课程的公司。在对方提供的教学明细中，不但有直播话术等材料，还包含一对一培训、流量扶持和5万粉丝账号等内容。公司负责人说，培训完成后，就能提供记者一个有5万以上粉丝的直播账号，并且在直播的第一周，会代刷观看人数，确保直播热度超过1万人。

北京市中闻律师事务所律师李斌说，直播带货“套路”存在诸多问题。一些话术涉嫌虚假宣传；先抬价后降价，或者通过夸张表演营造出“亏本让利”效果，诱导消费者下单，则涉嫌价格欺诈。

少点“演技”、多点实惠

记者从山东省消协了解到，在今年上半年受理的投诉中，关于网络消费的投诉有增无减，尤其是近两年直播电商快速发展，出现了各种消费陷阱，部分商品质量不达标，商品售后服务难以保障。

艾瑞咨询今年9月发布的《2021年中国直播电商行业研究报告》提到，2020年中国直播电商市场规模超1.2万亿元，年增长率为197.0%；2023年将超过4.9万亿元。

业内专家认为，直播带货市场越来越大，对于这个行业，应持续进行规范，引导其良性发展；对抖音、快手等责任平台要加大监管力度，让它们自觉维护平台秩序，担好自己应担的法律责任、社会责任。

北京大学电子商务法研究中心主任薛军建议，监管部门应继续压实抖音、快手等平台的责任，对于使用不合规手段进行宣传的主播，及时引导、规范；对于屡次违规的，纳入黑名单管理，形成震慑效应。

北京师范大学法学院教授刘德良认为，电商直播行业人才培养处于“野蛮生长”状态，普遍缺少标准化的课程体系；相关行业组织、直播平台等可以进行协作，制定一批有针对性的培训课程，引导主播规范带货的直播内容。同时，对于一些机构和个人以培训为噱头牟利，收取天价学费、教唆虚假宣传、刷流量等违规行为，监管部门应及时予以规范。

据新华社济南11月19日电

商家恶意“跑路”套取预付款 如何遏制这股邪风

近期，一家名为“潮庭健身”的连锁机构在宁夏、陕西、河北等地门店相继“跑路”，引发关注。受访专家和商业人士表示，近年来预付费行业“跑路”事件频发，并呈现出由东部向中西部三四线城市转移态势，暴露出预付卡监管法律制度不健全、行政部门监管存在盲区等弊病，建议多措并举治理预付卡市场乱象。

一健身店全国多地先后“跑路”

自去年至今年9月，在宁夏银川市开设11家门店的潮庭健身先后全部停业，部分新开门店从成立到停业甚至不超过1年，会员退费无门，员工遭遇欠薪，引发消费者强烈不满。记者采访了解到，涉事消费者自发组建了多个维权群，粗略估计会员有2000多名，损失金额超400万元。

“没有提前接到任何通知，卡里还有8000多元没消费，‘跑路’前一周门店还在大搞会员卡促销活动，这明显就是诈骗，性质太恶劣了。”涉事消费者王璐（化名）2019年在潮庭健身恒大御景店办了两张卡，去4月左右门店关停，她被转到潮庭健身中环店，这家门店今年9月初也停业了。

王璐等消费者还介绍，潮庭健身运营本身就存在很多不规范之处，资金管理有很大漏洞，“会员买课直接转账给教练，有一次性十几万元，钱怎么入的公司账并不清楚。”记者实地走访潮庭健身多家门店

看到，健身房大门紧闭、人去楼空，一些门店还拖欠商场房租、物业等费用。一位不愿透露姓名的前潮庭健身教练说，他所在的门店“跑路”前也未通知员工，现在还拖欠他7000多元工资。

记者调研发现，作为全国性连锁健身机构，潮庭健身已在海南海口、内蒙古呼和浩特、陕西榆林等多地相继“跑路”，这些门店大多在停业前还在低价促销会员卡和私教课程。记者从涉事消费者的微信朋友圈截图看到，曾在潮庭健身银川店工作的员工，在银川门店“跑路”后，很快又在朋友圈发布山东潍坊开新店的预售广告。

预付卡监管尚存三大短板

近年来预付式消费已成为多行业普遍存在的商业运营模式，但恶意诈骗、圈钱“跑路”等乱象频发，成为消费者投诉的重灾区。记者调研了解到，目前，这一领域监管尚存三大短板。

——缺少上位法，企业违法成本低。北京德恒（银川）律师事务所合伙人周文静说，我国缺少专门规制预付式消费的法律，目前主要按照商务部2012年发布的《单用途商业预付卡管理办法（试行）》执行，法律层级低，管理效力有限。

该办法要求对零售业、住宿和餐饮业、居民服务业的单用途预付卡企业法人进行登记备案，但教育培训、体育健身等行业不

在范围内，个体工商户等非企业法人也不在备案范围内。

“这导致消费纠纷发生时，职能部门多以事后干预为主，手段和效果有限，陷入被动局面。”周文静说，此外，根据该办法，执法部门对预付卡各类违规行为的最高处罚为3万元，企业违法成本低，无法形成威慑。

——责任主体不明，监管存在盲区。预付式消费涉及多个管理部门，如发卡由商务部门监管，消费纠纷由市场监管部门负责，涉及刑事违法则交由公安，但事件发生时往往是“多头不管”。

消费者刘玉（化名）向记者吐槽道，她在发现潮庭健身“跑路”次日就找到当地市场监管局，但市场监管局推到商务局，商务局推到公安局，最后她又被推回了市场监管局，“到底谁来管？”

——由东向西转移，地区协作不足。记者调查了解到，近年来预付费商家“跑路”现象呈现“由东向西”转移态势，在一线城市这一问题多年前已呈现高发态势，地方已通过立法形成系统性解决方案，如北京、上海等地探索由银行等对预付费进行全额监管或按比例冻结，确保资金安全性，而中西部地区近年来才呈现上升态势，立法相对滞后。

呼吁加快预付卡相关立法

目前，银川市市场监督管理局牵头多部门成立工作专班，正在登记统计潮庭健

身涉事消费者信息。10月中旬，宁夏市场监管厅会同多部门印发通知，在全区展开为期3个月的重点行业商业预付卡专项规范整治工作。记者就此事联系多个相关部门采访时，对方均表示当前不便接受采访。

受访专家学者、商业人士表示，预付式消费本是商家快速回笼资金、回馈消费者的一种“双赢”经营模式，有助于刺激消费，促进经济增长，但近年来各种乱象严重损害了市场健康发展，还可能引发效仿，监管力度亟待加强。

首先要加快预付卡相关立法，在国家层面尽快出台相关法律法规。周文静建议，从源头完善发卡制度，采取先备案审核、后发行模式，对发卡机构资质加强审核评估，建立并公开信用评估系统。建立定期报告制度，要求发卡机构每年发布包括资产总额、净利润、预付金管理等在内的年度报告，监管其经营情况。西部地区可借鉴北京、上海等城市已出台的制度法规，尽快完善地方立法。

其次要健全日常监管协调机制和风险处置机制。银川市市民金涛说，不少商家“跑路”前都有一定端倪，比如服务质量下降、频繁歇业休息等，希望监管部门或消费者协会等加强舆情监测，及时处理投诉，发现不良经营行为时应及时向消费者发布预警信息、消费提示等，避免造成更大损失。

新华社银川11月19日电