

战果辉煌“6·18”为何引来“吐槽”一片

中消协报告显示，“6·18”期间，消协系统共监测到“吐槽类”消费维权信息123万多条，其中涉及直播带货负面信息高达112万多条

□ 瑾 萱

作为疫情防控常态化下的首个购物节，刚刚结束的“6·18”战果辉煌。来自天猫和京东各自发布的销售数据显示，大促期间两电商平台累计下单金额分别达到6982亿元和2692亿元，双双创下新纪录。

然而，这场承载了更多期望、也展现出更多希望的“年中大促”活动，也引发了大量消费者不满。

中消协日前发布的报告显示，“6·18”期间，消协系统共监测到“吐槽类”消费维权信息1,232,056条，体现了消费者对其所接受商品和服务的负面评价。123万条吐槽，都在抱怨啥？消费者放心买买买，为什么总是这么难？

直播带货火爆但问题最多

数据显示，这123万条吐槽主要集中在直播带货、价格竞争、短信骚扰、红包活动、假冒伪劣等方面。其中，直播带货最火爆，各方关注问题也最多。监测期内，共收集有关“直播带货”类

负面信息112,384条。

据中消协新闻部主任戴巍介绍，从本次监测的舆情反馈来看，直播带货的“槽点”主要集中在五个方面：直播带货商家未能充分履行证照信息公示义务；部分主播特别是“明星主播”在直播带货过程中涉嫌存在宣传产品功效或使用极限词等违规宣传问题；产品质量货不对板，平台主播向网民兜售“三无”产品、假冒伪劣商品等；直播刷粉丝数据、销售量刷单造假；售后服务难保障等。

新晋网红主播罗永浩就被网友质疑直播间相同产品价格比天猫、京东等电商平台贵出不少，不符合直播间宣传的“全网最低价”。有网友投诉，经过比价发现，罗永浩团队在直播中售价2448元的录音笔，其他电商平台只要2398元。一款台灯，罗永浩直播间售价279元，而其他平台上售价为269元。

老牌家电销售企业国美也被指责直播带货不发货。6月17日，网友@拉灯天就黑反映说，自己于2020年5月1日在4位带货主播宣传下，在某平台“国美电器官方旗舰店”购买了

一台1999元的格力空调，当时标注是5月28日发货。等到5月28日，商家改到5月30日前发货，但两天后仍旧没有发货。追问客服，客服只是用机器人回复“请耐心等待”。到6月16日晚上，“国美电器官方旗舰店”直接给退款了。

低价销售引消费者进直播间下单，冲高数据后却又不发货、直接退款，对此，@拉灯天就黑表示要求国美立即发货，赔礼道歉。

网购商品贬值太快引发不满

图的就是便宜，但是大促期间先涨价再打折的现象近些年屡禁不止，虚假宣传让消费者已经有些疲惫了。

但今年“6·18”期间与价格有关的舆情略有不同，一是受“新发地”疫情影响，部分消费者反映果蔬涨价，有关蔬菜、水果价格以及市场监管部门查处价格违法方面的舆情信息较多；二是网购中价格类舆情大都指向“降价”“拒绝保价”等关键词，网购商品贬值太快引发已购消费者强烈不满。

6月20日，网友@禾大耳反映：“看到6·18有保价，所以6·18活动刚开始预热的时候就买了一个红米K30，页面明确写了保价。因为感觉这个手机太重，加之最近两周手持续疼，所以想换个别的手机。去（平台）截图的时候看到手机降价了，联系售后问保价怎么申请，小米旗舰店的自动回复和京东售后的自动回复不一致。于是又联系在线客服，结果客服说5月31日下单，不符合保价规则。”

对蔬菜水果涨价的问题，记者了解到，市场监管部门坚持重拳出击，平稳物价。6月17日，@北京日报微博发布了一起哄抬价格违法处罚的新闻。1.3元一斤采购的土豆，倒手就敢卖到6元？近日，针对一个体商户哄抬价格的违法行为，北京市东城区市场监管局拟罚款10万元以上。

北京市市场监管局发布消息称：新发地聚集性疫情发生以来，市场监管部门把蔬菜等生活必需品价格执法作为重点，严肃查处借疫情防控之机囤积居奇、捏造散布涨价信息、哄抬物价等

违法行为。对企图浑水摸鱼、顶风涨价的行为，露头就打。

“900多个红包只有8块钱”

红包活动一直以来是各大电商平台吸引用户、提升销量的惯用手段，但看似诱人的红包经常是空头支票，引发消费者不满。

据戴巍介绍，消费者吐槽较多的红包活动主要有：京东平台叠蛋糕活动，部分用户红包没有到账，“要等10个工作日审核，完美错过6·18”；淘宝6·18理想生活列车活动，有消费者反映“活动抢了40多个红包，打开只有10块多，满满的失落感”。还有拼多多用户遇到同样的遭遇，“900多个红包只有8块钱”。

对本次6·18暴露出来的问题，戴巍表示，火爆的直播带货营销场景中，平台责任意识、品质意识缺失的现象比较严重。

“部分直播带货平台利用规则与标准的暂时缺席，大肆转嫁行业集体试错的成本，有些直播带货的言而无信、忽悠第一，责任意识、品质意识的缺失就格外值得警惕。”他建议，直播带货平台多、主体多、方式多、涉及商品或服务种类多，需要通过相关机构释法赋权明确权利义务主体和监管维权路径依据，让执法主体“长牙齿”，有利器。通过落实法律责任令相关各方“各司其职”，助推直播带货行为提速步入法治轨道。

同时，某些平台的百亿补贴、大额消费券、超值优惠等，似乎成了请君入瓮的噱头，给人留下“承诺无度、践诺无实”的负面感受，容易成为泼在正在不断回暖的消费信心上的一盆冷水。

专家建议，应建立完善网络促销活动中直播带货、促销价格、红包优惠等行为的诚信评价机制，补齐网络购物消费维权社会共治不足的短板，将审慎核实后的粉丝评价、举报、监管部门的调查处罚信息等记入评价系统，将违法情节严重、污点信息较多的平台、商家、网红等拉入“黑名单”，把规则意识强、消费者客观评价好的网络平台拉进“红榜单”，通过市场监管与消费维权相结合的方式，充分保障消费者的知情权、选择权、公平交易权等合法权益。



广东清远海拔530米悬崖矗立“悬空直播间”

6月28日，一座建于海拔530米悬崖之上的“悬空直播间”在广东清远古龙峡正式启用。这座悬空直播间以户外玻璃直播空间和全天候备用直播室组成，位于清远古龙峡玻璃大峡谷项目的制高点，矗立大瀑布之上，悬挑绝壁之外。海拔高度530米，垂直高差263米，悬空长度16米。图为清远乡村新闻官与网红主播在清远古龙峡悬空直播间“直播带货”。

姬东摄

言之有信

“注水”的直播带货 带不来真正的商业繁荣

□ 姚龙华

眼下，直播带货风头正劲，动辄几千万甚至上亿的成交额让人瞠目。惊讶的同时，有人也怀疑，这些数据是真的吗？

说起今年的热词，“直播带货”应该算一个。疫情的推动、明星的入局、官方的点赞，将直播带货这把火烧得越来越旺，各路人马削尖了脑袋往里钻。中国互联网络信息中心数据显示，截至2020年3月，我国网络直播用户规模达5.6亿，占网民总体的62%，其中电商直播用户规模达到2.62亿。在如此庞大的用户基数支撑下，直播带货想不火都难。根据中信证券报告，2019年，电商直播行业规模已经超过3000亿元，2020年有望突破

万亿规模。

然而，风口存在的地方，往往也少不了泡沫。由于监管滞后，行业没有门槛，主播素质良莠不齐，致使直播带货中虚假夸大宣传成风、假冒三无产品泛滥、售后服务难以保障等问题屡见不鲜。直播带货不断上演的销售“神话”中，不少是虚假流量在“吹气球”。要不然哪有那么多人整天守着直播间看人做广告，然后疯狂地下单买买买。

在拥挤的直播带货赛道上，数据流量是主播进入商家备选池的入场券，也是谈价的主要筹码。但大量“看上去很美”的数据其实都是“刷”出来的。当前，数据造假已经形成了一条完整且庞大的黑色产业链，花样繁多、无孔不入，炙手可热的直播

平台也不例外。跟早期电商刷单、刷好评一样，直播带货涉及的粉丝、点赞、人气、评论、转发等关键数据，只要钱给到位了都可以刷，甚至把一场并不起眼的直播带货刷上热门榜单也不是难事。在造假链条中，主播能够凭借虚假流量吸引眼球，伪造个人商业价值；直播平台能够以此吸引更多的主播和受众，随之而来的还有大量的广告商；而直播平台的投资公司更可以此为噱头，将资本泡沫越吹越大。在利益的驱使下，链条上的人心照不宣合谋了一场数字游戏。

“注水”的直播带货，带不来真正的商业繁荣。前不久，前知名电商直播运营负责人赵国圆曾发微博表示：“现在一场直播没几个亿都不好意思发战报写

新闻了，不要以为东西真那么好卖，1元秒的车按原价算销售额，打5折的商品按原价成交，PV算观看人数，个个都在放卫星。坑位费+流量费+刷单成本+全网最低价，商家还剩几个子？”寥寥数语，道破了很多人对直播带货数据造假的质疑与痛恨。

直播带货的本质，其实就是电商。目前，直播带货还未形成闭环的商业模式与良好的发展生态。直播平台把最多最好的流量都给了头部明星、头部网红，平台赚眼球、明星赚大钱、用户捡便宜，而最应该赚钱的商家除了付出不菲的坑位费与大力度的折扣，基本是赔钱赚吆喝，没有机构扶持的小主播想要自己熬出头，可能性已经微乎其

微。再加上数据造假的泛滥，虚假繁荣的直播带货让很多消费者成为“被侮辱与被损害的人”。如此“生意”犹如一个黑暗森林，充斥着太多的野蛮与不公。若不改变，难以长远。

好在直播带货行业开始出现规范的趋向。中国商业联合会近期发布通知，要求其下属媒体购物专业委员会牵头起草制定《视频直播购物运营和服务基本规范》和《网络购物诚信服务体系评价指南》两项全国性标准，于7月发布执行。我们姑且将其看作是行业自身意识觉醒、对症下药、自律监管的开始，也期待它们能挤掉直播带货中的泡沫，让直播带货真正成为新经济发展中的一员猛将。

红 黑 榜

2019年浙江省AAA级“守合同重信用”企业公示名单(12)

平阳县方达市政工程有限公司(小微企业)
浙江裕峰环境服务股份有限公司
浙江嘉化能源化工股份有限公司
嘉兴多角电线电缆有限公司
浙江嘉善市政园林有限公司
嘉兴市新中软计算机系统工程
浙江协和建设有限公司
浙江宏业检测科技有限公司
浙江申康管业有限公司
浙江嘉科新能源科技有限公司
浙江瑞源物业管理有限公司
嘉兴市恒德水利建设有限公司
嘉兴市国华建设工程造价咨询有限公司
浙江恒力建设有限公司
嘉兴市博宏新型建材有限公司
浙江嘉名染整有限公司
浙江诚辉建设有限公司
浙江西子重工机械有限公司
浙江龙都幕墙有限公司
浙江尚博建设有限公司
嘉兴正大工程管理咨询有限公司
嘉兴市金阳塑胶管业有限公司
浙江卡森建设有限公司
嘉兴市海陆物流有限公司
浙江嘉宇建设有限公司
桐乡市帝昊文化传播有限公司(小微企业)
浙江汉水市政工程有限公司(小微企业)
嘉兴市禾兴环境科技工程有限公司(小微企业)
浙江俊安智能科技有限公司(小微企业)
平湖市皓蓝信息技术有限公司(小微企业)
湖州25家(其中小微企业8家)
浙江德林建设有限公司
浙江润阳新材料科技股份有限公司
湖州鲜绿多健康农产品产业发展有限公司
韦伯电梯有限公司
浙江中吴建设有限公司
浙江天杭生物科技股份有限公司
长兴中海建设工程有限公司
浙江广成装饰工程有限公司
浙江长征电影碳棒有限公司
德清县科力农机有限公司
长兴永鑫纺织印染有限公司
湖州市织里长江家具有限公司
湖州荣德粮油有限公司
德清县正城建设工程有限公司
湖州彩云轩广告有限公司
浙江上臣家居科技有限公司
巨人通力电梯有限公司
湖州育人纺织服装有限公司(小微企业)
浙江水墨江南新材料科技有限公司(小微企业)
湖州浙北国鹰美术装璜广告有限公司(小微企业)
长兴天工驾驶员培训有限公司(小微企业)
浙江中用市政园林设计股份有限公司(小微企业)
湖州双凤财务咨询有限公司(小微企业)
浙江飞灵软件有限公司(小微企业)
长兴金盾保安服务有限公司(小微企业)
绍兴29家(其中小微企业5家)
龙德建设有限公司
浙江新景市政园林有限公司
浙江智慧城建监理有限公司
绍兴豪宇生态园林建设有限公司
浙江海滨建设集团有限公司
华汇建设集团有限公司
浙江宇光照明科技有限公司
绍兴绿业园林建设有限公司
浙江一百广告传媒股份有限公司
浙江何字食品有限公司
浙江兆山电器有限公司
嵊州市金港纺织服装有限公司
浙江药联胶丸有限公司
绍兴金恒德汽车配件市场有限公司
浙江凤山建设工程有限公司
浙江宏盛通信技术有限公司
浙江申发轴瓦股份有限公司
诸暨一百集团有限公司
浙江新欣景观建设工程有限公司
绍兴中新电器有限公司
绍兴昱盛包装有限公司
绍兴市金禾农业有限公司

(未完待续)

——来源：信用中国网站