

直播带货行业利弊共生引关注

专家建议加大力度规范引导行业良性发展

近日,国家市场监管总局公布的报告显示,在网购的诸多形式中,网红带货、店主直播等多种形态网络直播涌现,虚假宣传、质量“翻车”、退换货困难等諸多问题近来成为投诉热点。2024年直播带货投诉举报案40.2万件,同比增长19.3%。

直播带货是一种新型商业营销模式,畅通了商品的销售渠道,为消费者购买商品提供了便利,赋能产业链上下游,催生了就业机会。但记者调查发现直播带货行业出现了一些乱象。多位受访人士表示,希望国家监管部门加大联合监管力度,规范直播带货行为,促进行业的健康良性发展。

乱象一: 顶流主播“频翻车”,消费者依然“爱”主播?

直播带货已经成为电商领域的重要趋势,很多消费者也习惯了在直播间购物。

今年央视“3·15”晚会曝光湛江尚方舟食品等多家公司为增重牟利,往虾仁中超量添加保水剂。这些保水剂长期食用,将危害人体消化系统和心血管系统。这些“问题虾仁”曾被顶流主播董宇辉和李佳琦在直播间大力推荐。董宇辉直播时称虾仁“配料干净”“比我手指都大!”;尚方舟公司生产的“正大白对虾仁”,外包装则印上“李佳琦直播间推荐”的标签。

对于“问题虾仁”被曝光,李佳琦公司回应称,该产品上播前,进行了多项前置合规审核,其中要求提供虾仁磷酸盐检测报告。品牌提供的检验报告显示,该产品多聚磷酸盐含量低于国家标准要求。

与辉同行公司称,事情还在调查中。但为了避免消费者担忧,第一时间下架了全部虾仁相关的商品,目前将按照“退一赔三”的金额先行对消费者进行售后服务。

除了上述问题,有的直播间销售的产品连质检报告、鉴定证书都是假的,有的直播间甚至销售违禁品。去年7月,知名打假人王海曝光小杨哥、李佳琦“用假鉴定证书卖假和田玉”,相关部门对出具假鉴定证书者处罚10万元。毛燕窝未经消杀我国禁止销售,却出现在多个直播间。有媒体从直播间买样送检,结果严重超标。

“喜欢顶流主播的消费者像被灌了迷药一样,顶流主播被曝光后丝毫没影响他们在直播间消费的热情。”一家实体企业负责人告诉记者,“问题虾仁”事件后,顶流主播在卖货的一分钟内,连商品的特征都没讲清楚,其直播间竟然能涌入超5000万人次,成交量可观。而自己运行多年的网店,一年的关注人群还不到20万人。

消息人士透露,传统商场渠道费用仅占营收30%左右。但他们支付给某平台顶流主播和直播平台费用占营收30%,此外还需花钱向直播平台购买流量、额外单独支付给主播一些打赏费。这些费用总计已超过了传统商超渠道营销费用。

他说,顶流主播在流量的加持下,瞬时卖货成交量非常可观,因此,企业争抢着与顶流主播合作。一些顶流主播收入远超许多上市公司营收,“原本是一个工厂养一万个工人,现在却变成一万个工厂养一个主播”。《2024年度中国网络主播净收入排行榜》显示,顶流主播年收入动辄上十亿。

乱象二: “虚假宣传、夸大宣传”泛滥,直播间食品变“神药”

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江说,直播带货过程中虚假或者夸大宣传的问题最突出。

近日,上海市消保委联合上海市营养食品质量监督检

直击首场机器人直播:“带货终结者”离我们还有多远?

王 静

“大家好,我是宇树机器人G1,今天要为大家最硬核的科技好物。”是的,机器人直播带货的这一天,终究是来了。

3月31日晚,“交个朋友淘宝直播间”迎来了一位新星带货主播“宇树机器人G1”,作为“全球首个AI机器人主播”登上电商直播舞台,叫卖的还是自家“小伙伴”——宇树机器狗Go2,创下了5分钟内销售额128万元的成单记录。这相当于一场大促专场中头部主播的战绩表现。

从依赖红人、头部主播,到数字人直播、机器人带货,再到AI选品、数字平台审查,各大平台直播间迈入了比拼科技的下半场。在科幻电影中,人工智能机器人被称为“终结者”。如果不知疲倦还懂话术的AI机器人入场,势必比人类主播更具有优势,它们会成为直播带货界的“终结者”吗?这究竟是电商革新,还是智能噱头?

与罗永浩同台,机器人“从容”带货

“这是一款2023年7月上市的四足机器狗,搭载了宇树科技自研的4D激光雷达L1,具有超广角全地形感知能力……”在直播间的第二现场,机器人G1从容不迫,有模有样地介绍起了自家的商品——同样来自宇树科技的机器狗Go2。

只见它先跟罗永浩以及镜头前的观众问好,一面专业地介绍起机器狗的卖点,一面指挥着机器狗秀起“绝活”——握手、比心、拜年、倒立,一个劲儿地耍宝,惹得弹幕前的网友们也沸腾了,“行动好利索”,“好帅啊。”

直播间的下半场比拼科技力

尽管在直播中,机器人G1的表现还稍显“僵硬”,与主播和观众的实时互动还难比肩真人主播,但这场科技跨界或是直播行业的“奇点时刻”。

“交个朋友”方面表示,此次G1机器人真正实现“自然语言交流+多模态直播互动”,有望成为电商主播界的技术天花板。“交个朋友直播间”率先布局AI机器人主播,希望以技术创新的尝试继续引领行业变革。

这厢机器人上阵带货,在杭州另一头,超头直播机构谦寻同样将重心转向科技赋能电商。旗下全流程直播SaaS平台“羚客”,能完成从招商选品、资质审核到直播排期、

诚信是商家挺立潮头的最好“船票”

王 珂

直播带货作为一种消费新场景、新模式、新业态,具有巨大的发展潜力和市场空间。用诚信和品质打动消费者,直播带货才能更好释放其应有价值。

直播带货作为一种新兴的电商模式,发展势头迅猛,为消费者提供了便捷的购物体验,也为扩大消费注入新活力。然而值得关注的是,随着行业快速发展,一些问题也随之而来。市场监管总局数据显示,2024年,全国市场监管部门通过全国12315平台等渠道接收直播带货投诉举报40.2万件,同比增长19.3%。其中,社交种草类直播平台增长较快,同比增长3倍;其次是短视频类直播平台,同比增长48.8%。

不少消费者反映,一些直播间售卖的产品以次充好,给消费者健康安全带来隐患;有的直播间夸大其词误导消

费者做出购买决策;还有直播间售后服务不到位,消费者维权遭遇“踢皮球”……诸多乱象如果得不到及时整治,不仅侵犯消费者的合法权益,也影响行业持续健康发展。在规范中更好发展直播带货,显得尤为紧迫。

中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《提振消费专项行动方案》明确提出,“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,倡导实价优质,依法严厉打击假冒伪劣产品行为,加强缺陷产品召回监管。”这充分体现了对直播带货行业的重视和引导产业规范化发展的决心,为行业的未来健康发展提供了有力的政策支持和保障。

规范直播带货,需要多方努力形成合力持续用力。监管部门要持续推进《中华人民共和国电子商务法》《网络交易监督管理办法》等法律法规贯彻落实,着力规范直播带货等网络经营活动秩序,依法惩处直播带货领域的违法行

为。对于广大消费者反映强烈的问题,要进一步规范信息

披露、平台管理、营销行为,明确平台、直播间运营者和主播的责任,通过依法依规继续加大打击惩处力度,压实平台和经营责任,切实保护消费者合法权益。平台要严格履行管理主体责任,加强对主播和商家的审核与监管,建立健全消费者权益保护制度,引导商家强化自律,诚信经营,提供更加优质的产品和服务。

中国消费市场是一片大海,诚信者自能扬帆破浪。直播带货作为一种消费新场景、新模式、新业态,具有巨大的发展潜力和市场空间。抓住市场机遇,靠的不是直播间的“演技”,而是诚信。当流量红利退潮,诚信才是商家挺立潮头的最好“船票”。让我们共同努力,推动直播带货在规范中赢得更大发展,为消费者创造更加放心、安心、舒心的消费环境。用诚信和品质打动消费者,直播带货才能更好释放其应有价值,为扩大消费和满足人民美好生活发挥更大作用。

(来源:《人民日报》)

