

来源：新华视点

电商直播风起云涌。众多明星、网络红人通过直播推荐商品，观众“一键下单”。“网红带货”方便快捷，有互动效应，颇受欢迎。但是，以这种方式购买的商品质量到底如何？“网红”直播靠谱吗？

“网红带货”乱象不断，消费者投诉持续攀升

江苏南通市民杨先生观看了某直播平台的主播带货后，购买了一床鹅绒被。主播直播时，称该鹅绒被填充物为100%鹅绒，面料为全棉防羽布。但杨先生收货后发现，面料是化纤布，且被子里面填充物是垃圾棉。

杨先生的遭遇并非个案。一些消费者向记者反映，通过直播购买的一些商品不仅质量差，还是“三无”产品，无任何保障。

“之前在直播平台看到，一位拥有50多万粉丝的主播推荐一款洗衣液，称效果非常好。但购买后发现，竟然是小作坊生产的‘三无’产品。”济南市民李霞说，这款“鸾净洗衣液”无生产日期和生产厂家，瓶身也没有贴任何标签信息，根本不敢使用。

此外，不少消费者反映，直播购物的售后体验比较差。有的“网红”主播只顾销量，漠视消费者的售后服务要求。南京大学学生姚菲告诉记者，之前看到某“网红”直播推荐后购买了一双靴子，但收货后发现尺码不合适。她申请退货，但遭商家拒绝。“最终还是平台介入，反复与商家协商后才成功退货。”

记者从江苏、山东等地消保组织了解到，关于电商直播带货的消费投诉越来越多。江苏省消保委发布的一份调查报告显示，在直播平台购买过物品的消费者中，超过三分之一的消费者遇到过“三无”商品及商家售后服务态度差的问题。2019年，山东省消协受理的133起电商购物投诉中，与直播带货相关的占近半数，其中广告宣传与实物不符为突出问题。

中消协不久前发布的《直播电商购物消费者满意度在线调查报告》显示，六成消费者担心商品质量问题，超过四成消费者担心售后问题。不少消费者还认为，直播带货中“夸大其词”“假货太多”“货不对板”等问题同样突出。

数据造假严重，行业鱼龙混杂

记者了解到，与传统电商卖家全权负责产品销售和售后服务不同，“网红带货”模式多为商家与经纪公司合作，由经纪公司安排“网红”推广产品。

某经纪公司工作人员刘冬告诉记者，经纪公司只与商家约定带货的产品和流程，对产品质量的把关并不严。带货的“网红”很少会事先对产品进行全面了解，工作内容只是在镜头前进行产品推荐。因此，由于产品质量不过关等问题，带货直播“事故”屡屡发生。

除了流水线式的接单，经纪公司还会与合作商家约定，根据带货效果收取佣金。不过有商家告诉记者，“网红”在镜头前带货、经纪公司在镜头后刷流量已是行业惯例。

此前，微博粉丝380万的某时尚博主为一款产品进行线上推广，相关视频在发布一天后浏览量达353万，评论中表示已经下单支持的粉丝不在少数。但最终商家发现，数据造假现象严重，产品销量为零，随后微博平台对相关账号进行了处理。

记者加入一个专刷视频流量的微信群。群内刷视频评论量、浏览量、观看人数、互动人数的广告铺天盖地。多位发布广告的人员宣称，除可以刷各种基础数据外，还提供“代开直播间”“视频推热门”“更改销量”等“服务”。

记者发出刷流量的需求，随即有多位成员表示可以提供“服务”。费用方面，刷20万浏览量加1000条评论，一般报价100元。“视频推热门”等项目，则根据直播平台不同，收费为5000元到5万元不等。一位广告发布者表示，“现在团队主攻几大短视频平台，每天能接上百单，八成以上是生活用品和服饰类的订单。”

平台对产品质量疏于把控，也导致“网红带货”各类问题频现。山东一家电商公司负责人苗雨说，传统电商平台对产品质量和服务有比较严格的要求，头部商家往往有很强的综合实力；但“网红带货”目前多在短视频平台上流行，这类平台对产品质量缺乏明确的准入门槛和规范标准，“三无”产品和小作坊借机进入，导致行业鱼龙混杂。

### 亟待加强对直播带货的法律规范

中消协发布的《直播电商购物消费者满意度在线调查报告》提到，根据相关数据统计显示，2019年我国直播电商市场规模已达4338亿元，预计2020年行业总规模还将继续扩大。

专家认为，对丰富电商销售模式、拓宽销售渠道而言，直播带货是一种顺应潮流的创新；但应当通过建立完善的规章制度加以引导，更好地维护消费者合法权益。

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍说，目前，电子商务法对电子商务平台责任已有规定，但对短视频这类平台在电商行业中的性质，暂无明确规定；有关部门

可进一步明确各类短视频平台和电商平台之间的性质、关系，完善相关法律规定，避免直播带货领域成为法律空白地带。

北京师范大学法学院教授刘德良认为，直播平台要提高准入标准，完善诚信评价机制。例如，平台应进一步完善内容审核机制，约束商家建立完备的售后机制。相关监管、执法部门可建立针对直播平台的网上巡查机制，在全网开展数据打假行动，防范数据欺诈行为。对于存在售假、伪造流量等行为的主播、“网红”，应列入失信名单，定期向社会公布。

山东省消协相关负责人表示，从直播购物遇到的问题来看，多数消费者极易被夸大宣传或虚假信息所误导，存在冲动消费行为。消费者在购买前应确认自己的实际需求，了解商品详细信息，在交易中保留必要的交易凭证。一旦发现权益受损，及时联系消保组织揭露和举报相关违法违规行为。

新华社“新华视点”记者邵鲁文、郑生竹