

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”，直播电商备受关注。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。

直播带货看似热热闹闹、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。”

张晓芸说，有时为了直播间所说的福利、优惠，需要等很久，而且这在短视频平台的直播带货中，快成固定模式了。几乎每个主播在上架优惠商品前，都会用话术吸引观众眼球，然后再介绍几款其他商品，一段时间后再将此前说的商品上架销售。如果考虑时间成本，在直播平台购买商品远不如在传统电商平台方便、直接。

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！”



新华社发

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。在一些明星带货的直播间内，也经常出现明星为“回馈”粉丝执意卖“低价商品”、与工作团队吵得不可开交的“剧情”。

——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，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，或大量刷屏提高成交量，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。

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，实际上每天都有。此外，在商品宣传中，可以通过编造“剧本”的方式，凸显让利的夸张，再加上安排一些机器人账号负责起哄、刷屏，从而吸引真实观众购买。

“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，就能提供给记者一个有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。

让直播带货少点“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，担好自己应承担的法律责任、社会责任。

(新华社)

以高标准可持续惠民生为目标 继续推动共建“一带一路”高质量发展

(上接A01版)

习近平指出，要稳步拓展合作新领域。要稳妥开展健康、绿色、数字、创新等新领域合作，培育合作新增长点。要加强抗疫国际合作，继续向共建国家提供力所能及的帮助。要支持发展中国家绿色低碳发展，推进绿色低碳发展信息共享和能力建设，深化生态环境和气候治理合作。要深化数字领域合作，发展“丝路电商”，构建数字合作格局。要实施好科技创新行动计划，加强知识产权保护国际合作，打造开放、公平、公正、非歧视的科技发展环境。

习近平强调，要更好服务构建新发展格局。要统筹考虑和谋划构建新发展格局和共建“一带一路”，聚焦新发力点，塑造新结合点。要加快完善各具特色、互为补充、畅通安全的陆上通道，优化海上布局，为畅通国内国际双循环提供有力支撑。要加强产业链供应链畅通衔接，推动来源多元化。要优质打造标志性工程。民生工程是快速提升共建国家民众获得感的重要途径，要加强统筹谋划，形成更多接地气、聚人心的合作成果。

习近平强调，要全面加强风险防控。要落实风险防控制度，压紧压实企业主体责任和主管部门管理责任。要探索建立境外项目风险的全天候预警评估综合服务平台，及时预警、定期评估。要加强海外利益保护、国际反恐、安全保障等机制的协同协作。要统筹推进疫情防控和共建“一带一路”合作，全力保障境外人员生命安全和身心健康，突出防控措施的精准性，着力保障用工需求、人员倒班回国、物资供应、资金支持等。要教育引导我国在海外企业和公民自觉遵守当地法律，尊重当地风俗习惯。要加快形成系统完备的反腐败涉外法律法规体系，加大跨境腐败治理力度。各类企业要规范经营行为，

决不允许损害国家声誉。对违纪违法问题，发现一起就严肃处理一起。

习近平强调，要强化统筹协调。要坚持党的集中统一领导，领导小组要抓好重大规划、重大政策、重大项目、重大问题和年度重点工作等协调把关。有关部门要把共建“一带一路”工作纳入重要议事日程，统筹落实好境外项目建设和风险防控责任。地方要找准参与共建“一带一路”定位。要营造良好舆论氛围，深入阐释共建“一带一路”的理念、原则、方式等，共同讲好共建“一带一路”故事。

韩正主持会议时表示，习近平总书记的重要讲话为新时代推进共建“一带一路”工作提供了根本遵循，我们要深入学习领会，认真贯彻落实。推进“一带一路”建设工作领导小组要在以习近平同志为核心的党中央坚强领导下，充分发挥牵头抓总作用。领导小组办公室要履行好统筹协调、督促落实职责，加强重大项目管理，深化重大问题研究，切实防范风险，抓好重点任务推进。各地方各部门各单位要找准定位，充分激发积极性创造性，加强横向协同、上下联动，落实落细各项举措，不折不扣完成各项任务。要更加紧密地团结在以习近平同志为核心的党中央周围，坚定不移推进共建“一带一路”高质量发展，为实现中华民族伟大复兴的中国梦、推动构建人类命运共同体作出新的更大贡献。

部分中共中央政治局委员、国务委员出席座谈会。

推进“一带一路”建设工作领导小组成员单位、中央和国家机关有关部门、各省区市和新疆生产建设兵团主要负责同志，有关企业负责人及行业商会、专家学者代表等参加座谈会。会议以电视电话会议形式召开，各省区市和新疆生产建设兵团分会场。

广泛汇聚向上向善力量 共建网上美好精神家园

(上接A01版)

开幕式上，中共中央政治局委员、中宣部部长黄坤明宣读了习近平的贺信并讲话。他说，要认真学习贯彻习近平总书记重要指示精神，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，以文化培育为基础，以实践养成成为关键，以综合治网为保障，以共建共享为目标，在网上大力培育和践行社会主义核心价值观，传播文明理念，培育文明

风尚，营造更加清朗的网络空间，更好涵育广大网民特别是青少年爱国情怀、道德情操和网络素养，在新时代新征程上凝聚强大精神力量。

首届中国网络文明大会主题为“汇聚向上向善力量，携手建设网络文明”，由中央网信办、中央文明办、中共北京市委、北京市人民政府共同主办。有关部门负责同志、互联网企业和网络社会组织代表、专家学者和网民代表参加大会。

推广

平安六福保险产品计划荣获“2021 金牌保险产品方舟奖”

近日，由证券时报组织的“2021年中国保险业方舟奖”评选结果重磅出炉，经过两个月的专家评委打分和大众投票，中国平安人寿保险股份有限公司(以下简称“平安人寿”)推出的平安六福保险产品计划(以下简称“平

安六福”)因充分洞悉客户需求，凭借创新的产品特色荣获“2021 金牌保险产品方舟奖”。

2021年，“中国保险业方舟奖评选”已经进行到第六届，始终秉承“公平、公开、公正”原则。证券时报通过方舟奖评选，对优秀

保险公司、保险资产管理公司、保险中介及创新保险平台进行评选和表彰，如今已经成为一个具有权威影响力和公信力的行业评选活动。平安六福能够在众多参选保险产品中脱颖而出，充分展现了平安人寿产品设计坚持从客户

需求出发，为客户提供有温度的保险的理念。

据介绍，平安六福是平安人寿进一步丰富重疾产品体系，满足客户多次重疾保险保障需求的重要举措。平安六福由平安六福两全保险(主险)、

平安附加平安六福提前给付重大疾病保险、平安附加中症轻症豁免保费疾病保险组成，兼具多次重疾赔付、轻中重症全覆盖、满期生存金给付、运动涨保障等特色亮点。

平安人寿表示，未来，公司

将持续依托“产品+”策略，立足客户需求进行产品设计和和服务创新，在保单全周期内给予客户暖心守护，打造更有温度的保险，帮助客户拥有更精彩的生活。

(陈慧炜)

