

直播带货频频翻车 莫让带货变“带祸”

□ 林平

直播造假,频频翻车,这届消费者想要买一件货真价实的商品,真的很难。而经过粉饰的直播数据宛如皇帝的新衣,迎合了那群想要迎合的人群和机构,而叫苦不迭的是商家。

脱口秀新人李雪琴参与的一场直播,一共有311万观看观众,但实际上只有11万真实粉,剩下全是机器人。而李雪琴方面则是“否认三连”:本人及其工作团队并没有参与任何直播运营,对直播数据统计过程也毫不知情,不会参加任何造假。

日前,中消协发布《“双11”消费维权舆情分析报告》,直接点名李雪琴、汪涵、李佳琦等直播间存在机器刷量数据造假现象以及“买完不让换”等问题。对此,李佳琦方面回应称,已退款,会负责到底。汪涵本人并未进行回应,但其签约方回应称,未刷单。而占到快手电商直播交易额大半个江山的辛巴,在燕窝上也翻了车,其直播间涉嫌虚假宣传,产品卖了1549.57万元,但自身也退赔了超过6000万元。而杨坤带货13.5万元的坑位费,只销售了3万元,商家不满杨坤直播带货刷单,直接选择报警。更早时候,6月底,财经作家吴晓波直播首秀,商家给出了60万元坑位费,但其实际只卖出了15罐奶粉,其中3罐后续还被退回。7月10日,吴晓波承认直播带货翻车。

7月8日,明星叶一茜直播间显示有近90万在线观看人数,却只卖出了不到2000元的茶具。随后叶一茜回应称,出现争议后已积极沟通协商,并且直播公司退还了全额合作费用。

无论是明星还是网红带货,都不应该沉浸在自身流量的虚假繁荣之中,一旦带了货,便需要承担销售员的义务和责任。而在这个过程中,如果发生翻车事故,不应该只是用嘉宾驻场、友情参与

等托词来回避责任。

根据相关法律规定,主播直播间售假需要承担连带责任。《食品安全法》第一百四十四条指出:社会团体或者其他组织、个人在虚假广告或者其他虚假宣传中向消费者推荐食品,使消费者的合法权益受到损害的,应当与食品生产经营者承担连带责任。

不过对于主播、平台方、商家等三方责任问题,中国食品产业分析师朱丹蓬在接受界面新闻采访时表示,目前对于商家、平台、主播等直播带货主体,已有的法律法规并没有进行准确的责任分工,因此很难确认。不过从产品质量角度看,商家应当承担主责,平台与主播则更为次要。

不可否认,直播带货的直接优势仍是价格,哪里便宜消费者便会去哪里。而要长期保持价格优势,需要在供应链上下足功夫,流水的网红,铁打的供应链。不过,供应链建设非一朝一夕之功,强调供应链能力的辛巴也曾多次翻过车。

从本质来看,直播带货的商业模式便是用低价来获利。而商家在看重主播流量优势,满足主播超低价要求的同时,还希望从中获取利润,这样导致的结果是,在产品动手脚成为惯例,产品质量问题频频翻车。而为了保持数据的可观赏性,刷量刷单行为成为行业的一股热浪。直播带货的流量与坑位费、开播费关联巨大,只用少量的钱购买流量和单量,便可获取丰厚的利润,对直播运营方来说何乐而不为?

不过对于商家来说,付出了高额的坑位费、开播费以及分佣提成成本后,到头来终是一场空,而这些虚假数据也侵害了消费者的利益。

日前,艾瑞咨询发布的《双十一网购消费洞察报告》显示,“平台信赖”已经超过价格成为消费者网购最主要的

考量因素之一。这表明,消费者的自我意识已经觉醒,相较于低价和便宜,靠谱更重要些。

对于直播间购物行为,职业打假人王海曾建议道,首要,要拒绝冲动消费,对直播间产品保持质疑的态度;其次,主动核实厂家的主体信息以及产品执行标准和生产许可证;最后,可以查询替代方案,通过对比竞品信息来识别真假优劣。而在政策层面,监管覆盖面也越来越详细。今年7月1日开始实施的《网络直播营销行为规范》规定,营销主体不得利用刷单、炒信等流量造假方式篡改交易数据和用户的评价信息。

11月6日,国家市场监督管理总局发布《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》,指出要严格规范网络直播营销行为,依法查处网络直播营销违法行为。

在中消协点名后不久,11月23日,国家广播电视总局发布关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知,要求网络秀场直播平台要建立直播间和主播的业务评分档案,细化节目质量评分和违规评分等级,并将评分与推荐推广挂钩。

对于主播带货乱象,通知要求要做好主播尤其是头部主播政策法律法规和知识培训。对于多次出现问题的直播间和主播,应采取停止推荐、限制时长、排序沉底、限期整改等处理措施;对于问题性质严重、屡教不改的,关闭直播间,将相关主播纳入黑名单并向广播电视主管部门报告,不允许其更换“马甲”或更换平台后再度开播。

对于数据造假,通知要求要对头部直播间、头部主播及账号、高流量或高成交的直播带货活动进行重点管理,加强合规性检查。要探索建立科学分类分级的实时动态管理机制,设置奖惩退禁办法,提高甄别和打击数据造假的能力,为维护诚信市场环境发挥积极作用。

此外,通知还对各类电商主题活动提出了要求。以直播间、直播演出、直播综艺及其他直播节目形式举办电商节、电商日、促销日等主题电商活动,应按照网络视听节目直播服务管理的有关规定,提前14个工作日将活动嘉宾、主播、内容、设置等信息报广播电视主管部门备案。而存在问题的平台,通知要求限期于11月30日前完成整改。

网经社电子商务研究中心特约研究员、北京盈科(杭州)律师事务所严哲瑀律师表示,本次举措还是符合广电总局的管理范围,但落地的难点主要在稽查技术手段上,特别是证据固定上需要比较大的人力物力,特别是直播的数据是海量的,这对于监查的稽查技术手段和需要投入的技术成本要求更高。

直播带货的监管政策较多,但依旧有不少乱象出现,对此,网经社电子商务研究中心特约研究员、浙江垦丁律师事务所丁梦丹律师表示,管理要求的落地化执行难,比如平台自我备案或是第三方备案,实名制登记后的核验校对难点、中小平台的运营权利与监管义务之间的平衡;惩戒违法违规、不作为行为的执法力度小,可适用的法律、法规等专门性依据仍然有限,监督管理与惩戒力度小,行政机关管辖及职权有待明确;强化对平台履行强监管义务的要求,忽视对主播人员、尤其是主播服务机构提出强监管义务的要求,如要求MCN机构对主播的行为进行规范化培训、资质门槛、提高主播门槛、直播中的人员身份动态管理及核验等举措。

不过,可以预见的是,直播带货行业野蛮生长的时代已经过去,在法律监管不断细化的当下,直播带货行业也将进入到常态化发展。而借助于需求增长和技术创新,直播带货也会朝着更更丰富的方向演变。

(联商网)

<<<上接12版

在“国际食品安全最佳实践”主题,专家认为,作为食品生产领域重要环节,做好全产业链供应商管理对食品安全尤为重要。为维护供应商管理的有效性和有序性,与供应商建立共同的认知和价值观,以及共同可以遵守的行为规范,这对推进食品安全文化建设提供有益帮助。此外,在符合相关食品法规的前提下,应根据企业自身发展特点,找准适合企业特点的管理系统、发展模式,做到食品生产的全程可控,进一步提高食品安全管理水平,促进企业发展。同时,在“互联网+”时代下,食品与互联网的融合越来越紧密,这也为食品行业的快速发展提供了助力。面对层出不穷的新产品,产品如何在早期做好风险识别和评估也显得十分重要。专家表示,食品安全监管工作就是要通过风险监测有的放矢、抓重点。风险管控做到心中有数,能够把控,这样企业在食品安全当中才能有底气、有信心。

棕榈油是生产和加工食品的重要原料,来自科技界与产业界的中外专

家,围绕“国际棕榈油可持续发展”这一主题,就棕榈油生产、应用、营养、结构、安全等的研究进展以及后疫情时代国际棕榈油市场形势进行了分析。专家认为,全球食品工业需要一个可靠和可持续的油脂解决方案,以满足日益增长的消费需求。棕榈油具有生产效能高、应用范围广、贸易量大等重要优势,随着分提技术的发展和完善,可以提供不同熔点的棕榈油,适用于不同场景。此外,在可持续棕榈油发展方面,中国认证率远低于欧洲等其他国家和地区,可持续棕榈油在中国的推动仍任重道远,需多方合作推动。

引领行业

关注发展趋势,引领行业未来风向

特殊食品产业迎来新机遇 围绕“后疫情时代特殊食品产业的新机遇”,专家指出,一是具有优良营养特性的乳制品将迎来发展机遇期。随着特医行业的需求日益增加,特配粉也将进入快速发展期。与此同时,我们也应清醒地看

到,整个行业大而不强,品牌建设还需付出更多努力。二是公众对特医食品的认知依然不足,特医食品需规范经营与合理应用。要充分认识到营养是一线治疗,应加强营养科学研究,推动特医食品的规范经营与合理应用。三是探索具有中国特色的标准和监管体系,让产业释放活力。

夯实植物基食品科学基础 目前植物基食品发展面临的科学问题主要有以下两方面:

一是诸多核心技术有待突破。在技术方面,我国植物基整肉的模拟技术尚未达到大规模工业化等级,尚未实现真正意义商业化。而相对技术成熟的碎肉产品,产品品质也参差不齐;在风味方面,通过添加肉味香精等对风味调控,出现肉味香精包埋效果差,香气弱,粉味重,以及大豆蛋白制品容易产生豆腥等异味问题。二是需解决营养素密度低问题。近三、四十年来,我国居民膳食模式发生了极大变化,动物性食物消费不断增加。从营养的角度来说,植物基食品与肉制品相比,需面临很多产品营养素密度较低的挑战,需要研究如何满足对

人体健康的需要。

安全保障 卫生设计要先行

新产品的不断问世以及企业自身管理要求的不断提升,使越来越多的生产企业将重点转移至企业卫生设计和生产过程管理中。为使国内外最佳卫生设计实践案例得以广泛分享,中国食品科学技术学会携手欧洲卫生工程与设计组织(EHEDG),分别召开两场以肉制品、乳制品加工企业卫生设计为主题的培训。与会专家和行业代表就生产过程中应遵循的标准法规和工厂卫生设计原则、案例等内容进行了分享和探讨。

与会专家指出,从源头保障产品安全需要企业在生产过程中严格遵循各项法规标准。在生产加工环节,依据已发布的与工厂建设和生产流程相关的标准,规范企业设计厂房和生产流程管理。此外,企业要朝着工艺现代化、装备自动化、制造智能化、管理电子化方向发展,增强企业、行业综合竞争力。