

直播电商新规征求意见 剑指直播间“套路”

据新华社消息 近年来,我国直播电商快速发展,在提振消费、促进灵活就业等方面发挥了重要作用。近日,市场监管总局发布《直播电商监督管理办法(征求意见稿)》(以下简称《办法》),就直播电商领域消费者关注的问题向社会公开征集监管意见。专家表示,该《办法》有望进一步规范直播电商行业,释放消费活力。

天眼查数据显示,当前我国直播电商现存相关企业总量已接近36万家。《2024年直播电商行业发展趋势观察》报告显示,2024年1月至11月,全国直播电商零售额达4.3万亿元。但随着市场急速拓展,消费者不愉快的购物体验也接踵而至。

中国消费者协会发布的《2024年“双11”消费维权舆情分析报告》显示,当前直播行业从业人员鱼龙混杂,大量网红和小型商家缺乏运营、品控、售后的相关经验,甚至抱着“赚一笔就走”的想法。

结合市场监管部门查处案例,辗转于多家直播电商平台直播间进行暗访,发现不少直播间存在虚假宣传、“评价”造假等问题。不少直播间的主播利用信息不对称,大肆进行虚假宣传,欺诈消费

者;“观看量破亿”“秒光10万单”等这些光鲜的“评价”数据背后,藏着刷单、机器人互动等黑产操作。一位业内人士表示,当前市场上,不少MCN机构还会联合商家刷单,骗取平台流量扶持。

一些平台还在使用AI数字人进行“忽悠”,消费者大多不知情。多家带货直播间主播有些“撞脸”,不同店面竟用了长相完全一样的同款AI数字人,只是带货内容不同。看似现场直播,实为AI设计好的录播,但直播间中没有任何关于“AI数字人”的相关提示。值得注意的是,在面向老年人的保健品带货直播间,AI数字人出现几率更高,“主播”用同样的话术,不断催促不同产品直播间的观众赶紧下单。

针对直播电商存在的问题,市场监管总局在充分调研和广泛征求意见的基础上,会同国家网信办研究起草了《办法》。对于直播间运营者及主播,《办法》要求建立选品、纠错等制度,确保商品介绍真实准确,禁止欺骗误导消费者。针对违法违规行为,《办法》要求平台须根据情节采取警示、限流、停播、封号等处置措施,严重者纳入黑名单,并禁止“复

活”。此外,数字人主播等AI生成内容也被纳入监管视野,避免人工智能成了生成或传播虚假信息的“挡箭牌”。

“就价值取向而言,AI产业发展不能凌驾于网络安全之上。对于利用AI技术生成的短视频,网络用户特别是未成年人和老年人由于缺乏必要的鉴别能力,容易上当受骗,给自己财产造成损失。”重庆大学国家网络空间安全与大数据法治战略研究院副院长罗勇认为,这些行为存在较为普遍的违法违规现象。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江认为,当前一些头部直播电商平台均已建立符合相关定义的业务功能,符合该管理办法关于“直播电商平台经营者”的认定标准。“随着监管趋严,行业将迎来洗牌,真正优质的主播和商家将脱颖而出,而靠‘套路’生存的玩家终将被淘汰。”陈音江说,消费者的信任是直播电商的基石,唯有建立透明、公平的交易环境,行业才能真正走向成熟。

市场监管总局网监司相关负责人表示,《办法》既明确主体责任,又兼顾行业发展需求;下一步将根据征求意见完善内容,推动《办法》尽快出台实施。

新疆首届农民电商直播大赛举办

本报讯 王小军 新疆首届农民电商直播大赛近日在乌鲁木齐市举办,新疆维吾尔自治区14个地(州、市)的14支队伍同台竞技,展现农产品电商实战能力。

此前,新疆维吾尔自治区农业农村厅主办新型农业经营主体数字化技能应用实训,通过7天线上课程和3天线下实战,为农民电商学员及农产品电商经营者讲解“选品策划-直播运营-销售转化”全流程。本次大赛正是检验实训成果的重要平台。

新疆农业广播电视学校副校长马宇含介绍,前期已开展直播带货、网店运营等系统培训。大赛设置理论考核、实操比拼等环节,由电商导师和创业者担任评委,赛后还会为优秀选手提供孵化支持。她表示,电商是乡村振兴新引擎,后续将推动大赛常态化,完善“培训-比赛-孵化”链条,建立乡村电商人才库。

喀什“疆品来助农”团队代表阿力穆江·艾力说,实训提升了大家的电商实操能力,希望借此让新疆农产品销往全国。乌鲁木齐“绒耀天山”团队通过直播展示新疆天山毛纺织产品,负责人刘祖琪称,实训帮助团队掌握了直播技巧和电商运营规范。

新疆农产品品牌建设与产销服务中心主任贺娇龙分享经验时提到,新疆农产品品质好,但销售仍有提升空间。她鼓励“新农人”注重个人品质,选好产品,利用新疆特色场景做直播,期待更多优秀直播人才涌现。

黄埔海关今年监管跨境电商出口货值破千亿

本报讯 濮宣 近日,一批包含电子产品、日用品等在内的跨境电商出口商品正有序通过高速运转的分拣线,办结海关监管手续后将被运往马来西亚。随着这批商品的装运发出,标志着今年黄埔海关监管跨境电商出口货值突破1000亿元、清单超7亿票。

东莞易通致远电子商务有限公司主营跨境电商出口业务,出口品类涵盖衣服、手提袋、3C类产品等。东莞市易通致远公司负责人陈创杰说:“我们的出口包裹对时效要求很高,海关加强出口申报指导,支持‘24小时预约通关’模式错峰办理业务,提升通关效率,现在我们日均跨境电商出口清单能达到约50万单。”

黄埔海关支持跨境电商企业通过东莞-香港国际空港中心出口,助企拓展物流通道。同时,指导企业规范申报,严格监管出口管制物项,发挥非侵入式查验设备智能审图、同屏比对等功能,确保既“管得住”又“放得活”。

为了保障国内商家“卖得出、退得回”,黄埔海关加强出口退货保障,支持跨境电商零售出口跨关区退货,打破退货只能在同一直属关区内开展的限制,提高出口退货的灵活性和便利性。今年1-5月,黄埔海关开展跨关区退货7万余个包裹。

“海关完善大批量退货商品监管模式,指导开展‘境外预理货+境内快速通关’模式,退货周期从20天缩短至5天。陈创杰说。

黄埔海关将深入落实促进跨境贸易便利化系列措施,支持企业拓展海外新兴市场,助力更多中国企业在全球跨境电商市场浪潮中乘风破浪、行稳致远。

抖音电商发布2025荔枝消费报告

6月30日,抖音电商发布2025荔枝消费报告,呈现今年夏天平台荔枝销售情况、用户口味偏好等趋势。数据显示,5月20日至6月25日,平台广东荔枝订单量同比增长1509%,单品规模与增速均居行业前列。其中,茂名荔枝占比近七成。

今年是荔枝丰收大年,荔枝增产效果显著,主产区广东产量比往年平均增长超50%。中国荔枝看广东,广东荔枝看茂名。数据显示,世界每五颗荔枝就有一颗来自广东茂名,当地共有85%的农户从事荔枝产业,全产业链产值超110亿元。

为助力荔枝销售,抖音电商联合字节跳动公益开展“夏日味道在抖音”茂名荔枝助农专项活动,旨在通过产业品牌打造、产地溯源直播、本地商家激励等手段提高销售额,帮助茂名擦亮“中国荔枝第一城”名片。

5月以来,平台陆续发起#这一口荔枝等了一年#等热点话题和“去茂名溜溜”抖音星乡村星农人”线下溯源活动,邀约@全进华、@谷哥徐志新、@陈丽蓉等30多位优质创作者前往产地溯源,@董宇辉、@贾乃亮等超5000名达人及商家参与直播带货。

报告显示,截至6月底,在抖音上,“茂名荔枝”相关视频总投稿量超4.5万个,环比增长831%,收获点赞637万次。#荔枝奔赴茂名# #快喊你的好朋友请你吃荔枝#等16个话题冲上热榜,相关内容播放量超11.2亿次,带货荔枝的直播时长累计达40万小时。

优质短视频及直播内容带动广东荔枝动销商家数和动销商品数大幅增长。活动期间,广东荔枝动销商家数同比增长315%,动销商品数同比增长432%。

报告显示,在荔枝消费人群中,白领人群是主力军,成交额占比23%,城市中等收入群体和Z世代紧随其后。此外,精致妈妈群体荔枝下单量增速最快。

在消费者最喜爱的荔枝品种中,桂味、白糖罂、妃子笑名列前三。在短视频、直播和商城货架的助推下,不少消费者也开始尝鲜仙进奉、挂绿等小众口味。

作为世界闻名的“中国荔乡”,茂名荔枝种植历史悠久,品种繁多,包括白糖罂、妃子笑、桂味、糯米糍、冰荔、仙进奉、贵妃红、三月红等40多个优良品种。不同地区的消费者在荔枝消费上也呈现出有趣的差异。从整体销量来看,口味清甜的茂名荔枝更受嗜甜的南方消费者青睐。数据显示,上海、重庆、成都、深圳、杭州五城消费者买下最多茂名荔枝。尤其是上海消费者,37天内买下19万单,领跑全国“吃货”。在口味选择上,桂味、白糖罂和妃子笑最受上海人喜欢,深圳人偏爱白蜡和糯米糍,广州人则买下最多仙进奉。

销量大幅增长背后,离不开众多商家和达人的共同努力。荔枝好吃,却不易保鲜。为了让消费者解锁“从枝头到舌尖”的极速鲜甜,今年荔枝季,抖音电商联合一众商家与达人,创新与物流企业合作,通过干线转运和销地配送的全新供应链模式,缩短中途运输时间。报告显示,顺君农业、欢乐果园官方旗舰店、王品果业水果旗舰店、中源果农生鲜、大乐鲜果和荔皇果蔬旗舰店是消费者最爱的荔枝店铺。

荔枝的爆火还带动荔枝相关产品热销。在抖音电商平台,荔枝果干、荔枝味茶饮料、荔枝味汽水也备受消费者追捧,成交额同比增长228%、170%和399%。

(据《新民晚报》)

