



扫码订阅

人民日报社主管、主办 《讽刺与幽默》报社出版 □第1525期 □2024年4月26日 □本期16版 □邮发代号:1-70 □国内统一连续出版物号:CN11-0067

如此直播，揽客还是逐客？

文/周明华

图/谭希光

本来正惬意地泡着温泉，享受难得的静谧，却意外发现自己成为他人手机里的一道“风景”；本来正在餐馆吃饭，却冷不丁被人将自己的“吃相”分享给别人把玩鉴赏；本来正在健身房素面朝天地龇牙发力，突然就入镜商家的直播画面……凡此种种，都给消费者带来不适，这反映出一些直播无序违规揽客的问题，“揽客直播”是否合法合规、理所当然？

数字时代，直播成为一种流行的营销手段，尤其是“揽客直播”通过实时视频展示产品或服务，能够快速吸引潜在顾客。

直播的确是一种动态交互，可以增强顾客的消费体验，从而建立起一种近似面对面交流的信任感。此外，通过观看直播，顾客能够直观地了解产品特性和使用场景，以及商家服务情况，这比传统的图文介绍，单向灌输式宣传，更生动、更具体、更有效，且推销成本也更低。

但“揽客直播”存在不少问题。首先是质量控制难题。由于直播的即时性，一旦出现失误或误导信息，影响会迅速放大。其次，一些商家为了吸引眼球而过度包装甚至虚假宣传，损害了消费者权益，

也破坏了市场公平竞争环境。再者，直播平台的内容审核机制尚不完善，一些违规内容可以逃避监管，对社会秩序和道德底线构成挑战。比如，把未经别人同意的健身、游泳等私人信息切换到直播场景，进行商业宣传，这对直播者来说，会引来流量，但涉嫌侵犯消费者肖像权和隐私权。

对此，我们需要加强规范与监管。一方面，政府应出台明确的直播营销法规，加大对违法违规行为的惩处力度；另一方面，直播平台需要完善内容审核机制，确保直播内容的合法性和真实性。同时，商

家应承担起社会责任，坚持诚信经营，不断提升直播内容的质量，不侵犯被直播者的个人权利，更不能将消费者带有个人隐私的镜头用于商业推广。如果发现直播中透露了个人信息和个人隐私，如身份证号、银行账户、密码等，要及时举报、尽快制止侵权行为。

而对消费者来说，提高辨别能力很重要。对于直播中的信息持审慎态度，不轻信夸大的促销语言和过度的营销手法，不盲目跟风，理性消费。如果发现直播中存在违法违规行为，应及时向相关部门投诉举报。



《讽刺与幽默》新媒体

下载学习强国APP
我的一订阅一添加
讽刺与幽默报



微博



微信



抖音