



# 直播带货禁不起花式翻车

文/蔡茂

中秋前夕，知名带货主播“疯狂小杨哥”以及三只羊旗下主播，在直播销售“香港美诚月饼”时，使用了“高端月饼”“大牌子”“香港美诚你在线下买200多块”等话术。媒体揭露，月饼的产地有两个：广州与佛山，香港既非产地，也无线下销售点，带货主播明显涉嫌虚假宣传。这关涉食品安全等敏感问题，外加社交媒体的助推与明星效应的加持，舆论一片哗然。

直播带货兴起不过8年多时间，各种“翻车”事件屡见不鲜，娱乐明星、财经专家、电商主播都出现过五花八门的翻车现象。

有的是产品质量问题，如商品质量不达标，与宣传描述不符，消费者收到货物后感到失望，引发退货及负面评价。有的存在虚假宣传，为了提高销量，一些主播夸大产品的功能和效果，一旦被消费者识破，就会失去信任。价格混乱也是诱因，消费者如果发现商品在其他渠道有更优惠的价格，就会不满。供应链及售后服务也有问题。比如库存不足、发货延迟等，影响消费者的购物体验，消费者购买产品后，如果遇到问题得不到及时和满意的反馈，就会投诉或者在媒体曝光。主播专业性不强，法律意识淡薄的情

况也很普遍。主播对产品体验不够，无法准确回答消费者的问题，甚至在推荐过程中出现错误，都会影响消费者的购物热情。

虚假流量和刷单行为也是导火索，一些主播和商家通过刷单、虚假评论等方式制造子虚乌有的火爆销售场面，在观看量和互动量上造假，一旦被揭发，就会信誉扫地，乃至被监管部门查处。随着消费者权益保护意识的增强，夸大宣传、饥饿营销等也容易被揭发和追责。

为什么直播带货行业会无序发展，频频翻车呢？

普遍认为，直播带货行业缺乏品牌意识，一些人只想赚热钱，甚至将网络当作规避责任的“安全屋”，个别人只做一锤子买卖，捞一把就跑。究其成因，一是因为直播带货是新兴职业，行业道德规范和主播的职业操守有待提高；二是因为对直播带货依托的平台缺乏完善的审核、监管和惩罚机制。

要解决直播带货野蛮发展的问题，可以从四个方面着手。一是直播行业改变观念，诚信经营，筑牢品牌意识，加强

内部管理，切实维护行业健康发展。二是培养消费者理性消费的意识，比如设定预算、评估需求、货比三家、寻求帮助、延迟满足等。三是平台应加大对带货主播的监督和惩处力度，对情节严重、屡罚屡犯的终身禁播，逐出此行业。四是政府强化对直播行业的监管，如法规建设、内容审核、实名认证、技术保障

等，政府部门、行业协会、企业要通力合作，形成监管合力，同时利用区块链技术提高内容追溯和版权保护的效率，运用大数据技术分析行业趋势，预测用户行为，为监管提供数据支持。



注“水”易翻车

画/洪琥



《讽刺与幽默》新媒体



微博



微信



抖音

强国号

下载学习强国App  
我的一订阅一添加  
讽刺与幽默报