

金台视线

# 直播带货，热闹下的烦恼咋消除

本报记者 史一棋 孙立权

不少读者来信反映，直播带货行业迅速发展的同时，暴露出一些问题。无论是买家还是卖家，在“买买买”的热闹表象下都有着各自的烦恼。《直播电商行业高质量发展报告（2023—2024年度）》显示，截至2023年12月，直播电商用户达到5.97亿，占网民整体的54.7%，同比增长15.9%。

记者采访了消费者、带货主播及专家学者，探讨如何让直播间销售买得安心、卖得顺心。

## 读者反映，直播间购物遭遇欺诈，维权被“踢皮球”

“在官方旗舰店直播间购买的纯牛奶疑似变质”“明星直播、无人售后、虚假宣传活动欺骗消费者”……在消费投诉平台上，不少问题涉及直播间购物。

《“双11”直播带货消费调查报告》显示，39.26%的受访者遇到过直播间欺骗消费者、销售假冒伪劣商品的问题。如今，欺诈形式花样翻新，维权却面临困难。

四川雅安市读者张兰（化名）今年40多岁，“身边朋友都看直播购物，感觉自己落伍了，正好想买电动自行车，就在网络直播间看了看。”

10月8日凌晨，张兰在抖音直播间听某品牌主播介绍，国庆期间店铺搞百亿补贴，厂家福利活动，该品牌一款电动车仅售399元。“太便宜了，就下单了。”

张兰按照直播间给的链接，支付了399元，却一直找不到电动自行车的订单。到直播间询问，主播说要等到下午1点后才能显示。等到下午仍没看到订单，她便开始联系客服，结果发现进入了怪圈。

张兰说，抖音直播的客服认为，订单问题应向抖音商城投诉。抖音商城认为，张兰没有订单记录，不属于商城问题，建议向抖音直播投诉。“不是同一家公司吗？处理问题却东推西推，互踢皮球。”更让她无法理解的是，“打12345时，他们告诉我，投诉抖音直播要打北京12345；投诉抖音商城要打上海12345。因为两家公司地址不一样。”

看不到订单，那么399元付到哪里去了呢？张兰向人民网“人民投诉”投诉，得到抖音平台的答复，张兰才发现399元变成了给直播间的打赏。“我有直播间广告截图，怎么可能变成打赏，且打赏的还是另一个直播间？”但平台认为张兰属于“自身输入错误、操作不当导致”，无法为她“转移服务或者退款”。

广东网友“锋行天下”有类似遭遇。今年6月底、7月初，她在小红书直播间“承包拆卡”购买多笔拆卡订单，总计花费832元。后续查看时，她怀疑主播拆卡包时调包，将原本难抽到的卡片，换成常见的卡片。她向店铺投诉，店家拒绝公开直播回放视频，也不肯退款。

经查询，“承包拆卡”营业执照地址在河北承德市，但直播间由陕西某文化传媒有限公司运营。网友“锋行天下”先向承德市市场监管部门投诉，执法人员现场调查发现该地址

并无该公司。由于该直播间发货地址是陕西，她又向陕西相关部门投诉。西安市雁塔区市场监管局回复，小红书平台的商家主体信息显示经营场所河北承德市，陕西某文化传媒有限公司作为一家直播带货基地，只收取场地费，直播经营与该公司无关。她非常生气，再次查证出“承包拆卡”经营者是陕西这家公司的监事，两家公司绝非仅是租赁关系。在她两个多月的努力维权下，9月25日，才收到了来自陕西某文化传媒公司450元的退款。

国家市场监督管理总局公布的统计数据显示，截至2023年，全国12315平台接收直播带货投诉举报量逐年上升，5年来增幅高达47.1倍，售后维权困难是主要问题之一。

北京师范大学政府管理学院教授张胜军说，直播带货交易背后的权责归属并不清晰，涉及店铺、直播基地、直播平台、注册地或属地主管部门等多方，容易造成维权难，“消费者常常都不知道该找谁索赔，合法权益受到侵害。”

## 主播表示，劳动强度大、保障不足，还有“流量焦虑”、信誉危机

在一些电商平台，消费者不满意，主播也有苦衷。李南（化名）是做进口保健品代购的直播带货主播。没有签约公司，她和丈夫就是整个团队。她一般上午8点或下午2点上线开播，一播就至少3小时。其他时候要拍摄短视频、剪辑直播切片、构思选题、撰写产品介绍与推广文案、关注平台规则和平台消息，常常忙到晚上11点。

从2022年3月开播直播生涯，最初天天直播，每场至少4小时，专场更达6小时。直播期间，不敢喝水，怕上厕所，“生怕一暂停，辛苦积攒的观众就走了，这么卷的行业里，没人愿意等你。”这样的高强度生活持续了一年半，去年大病一场。“没办法，流量与销量直接挂钩，几乎每个主播都有‘流量焦虑’。”李南表示。

店铺同样也有“流量焦虑”。王凤龙是一家销售山西莜面产品企业的负责人，他们已经通过直播间销售两年多时间。直播间销售价格便宜了，但销售量、稳定、薄利多销，比之前赚得多些。“如果卖30块钱，差不多15块钱要用来引流。因为不花钱引流，几乎没什么自然流量。”

最近一段时间，不少头部主播相继“翻车”，虚假宣传、品控不严等问题频频出现。李南坦言，自己见过不少号称海外产地的产品，但包装上连原产地国旗都能印错，甚至直接印有醒目的非原产地文字，“这些假货都通过了相应平台审核，也都是从国内保税仓发货。既然平台、直播间都认可了，主播只是售货员，能怎么办呢？”

《中国网络视听发展研究报告（2024）》显示，截至2023年底，中国职业网络主播数量已达1508万人，意味着每100个人中就有1个职业网络主播。聚光灯下的主播光鲜亮

丽，但真实情况并非如此。

“要想高薪，付出极大强度劳动。一天只播一两场绝对不够，至少4场。我最多一天播过6场，不同场地、不同品牌，14个小时不停说话，一个月有一周这样的强度，薪水才能到1.5万元以上。”小杰（化名）2021年到浙江杭州市做职业主播，至今已经换过7家公司，因为多数小公司只会和主播签署劳务合同而非劳动合同，除非合同里有特别条款，公司与员工解除劳动合同关系几乎不用付出成本，“至于五险一金的保障，不太敢想。”

有一次直播后，不少订单退货了，实际成交额没达到预期，公司就要扣除小杰相应金额的工资作为补偿。“卖货多时没奖励我们，少了却要我们补。”工作时长、强度高，劳动保障不足，让小杰陷入思考：工作责任、风险不应该与收入相当吗？一名主播到底该承担多少？

## 专家建议，明确销售主体责任，保障消费者权益，也保障劳动者权益

实际上，针对有直播间销售夸大其词、虚假宣传的问题，最近电商平台加大了管理力度，取得了一定成效。李南表示，平台政策经常调整，违禁词限制愈发严格。售卖保健品时，“大脑”“心”“肝”等词都不能提，一旦提及，就可能被降信用分甚至封禁账号。王凤龙也举例，以他们生产的莜面来说，主播可以讲有“饱腹感”，但不能提“减肥”。

“一方面，法律法规对虚假宣传处罚力度不算小，但直播间销售，消费者较难举证。”张胜军说，另一方面，平台对违规主播做出暂停带货等处理，但过段时间后，他们换个公司或账号，又开始带货卖货，让监管效果打了折扣。此外，通过电商平台跨区域购买已成为常态，市场监管属地管辖原则如何更好适应新情况，值得关注和探讨。

“消费者在直播间只看到主播卖货，但其背后的主体关系比较复杂。”针对目前直播间销售消费者维权难问题，北京工商大学

法学院教授、商法研究中心主任吕来明认为，直播带货最应该明确的是责任主体是谁，“要明确谁在带货、带谁的货。”

吕来明说，明确责任主体是约束平台、直播间及主播本人的有效前提，也是事后维护消费者权益、处理主播与背后公司纠纷的有效前提。直播带货很多是直播间接受商品公司的委托，吕来明认为，要分清是主播在虚假宣传、商品公司不知情，还是双方对虚假宣传均知情。“不同情况不同处理，谁违法就处罚谁，由谁负责赔偿，这样才有助于消费者更好维权。”他说。

中国消费者协会消费指导部副主任赵宇认为，要压实平台的主体责任。她表示，电商平台应该进一步完善相关规则，建立黑、白名单，加大处罚力度，严厉打击直播间欺诈、售后维权困难等行为，“引导商家诚实守信经营，可以要求商家直播带货时把每种商品的介绍录屏上传，为以后可能发生的各种纠纷留存证据，力争将消费者购物后可能遇到的问题解决在购物之前。”

直播带货属于新就业形态的平台经济，网络主播今年7月被列入“国家确定职业分类”的新职业劳动者，但网络主播与用人单位的劳动关系却不明晰。平台用工往往涉及多个经营主体，企业间关系复杂，还普遍存在层层转包的情况。

对此，张胜军认为应该坚持事实优先的劳动关系认定原则，根据用工事实认定企业和劳动者的关系，“如果主播对个人包装、直播内容、演艺方式、收益分配等没有协商权，对电商公司呈现个体对组织的从属特征，一般倾向于认定劳动关系。既然如此，主播的劳动者权益就应该得到保护。”

“与网络主播等新职业劳动者相适应的社会保障体系尚未形成，在社会保险参保、缴费、享受待遇等方面仍存在短板。”张胜军建议，有关部门、公共机构可适时出台优惠举措，在就业培训、专业人才培养、扩大新社会阶层参与、政府购买服务等方面，对主播人才发展予以支持；行业协会、平台企业、直播企业等应采取积极措施，通过加强专业技能培养、项目资金支持、平台流量扶持、优化绩效考核、完善职级职称评定等方式，支持激励网络主播人才有序、健康发展。

（叶 鹏参与采写）

身边事

青海省海东市互助土族自治县——

## 污水直排河道 垃圾倾倒河岸

流经青海省海东市互助土族自治县哈拉直沟乡的哈拉直沟河，是黄河上游最大支流湟水河的支流。近年来，随着生态环境治理力度的不断加大，河流生态有所好转，但仍存在一些污染风险。日前，笔者在哈拉直沟河边走访时发现，附近几个村的生活污水直排河道，黑绿色污水顺着粗壮的排水管流出，散发出阵阵恶臭。同时，多个中大型垃圾堆放点紧邻河道，河道里塑料垃圾随处可见，甚至看到村民开着拖拉机，将自家的建筑垃圾随意倾倒在河岸边（见下图）。希望相关部门加强排查治理，守护好黄河上游地区的生态环境。

人民网“领导留言板”网友 李先生



建议

## 圈地种菜 社区治理应疏堵结合

平时常走社区，发现不少社区有居民圈地种菜。尤其是一些农民安置社区，不少人有着前院种菜的习惯，就想利用社区公共绿化带，开块“小菜园”。针对这类现象，哪怕社区联合业委会、物业公司等开展集中整治，也会遭到居民抵触，不久还会反弹，效果并不理想。

在公共绿化带种菜，带来了小区环境卫生、邻里纠纷、物业管理等一系列问题，确实属于侵占公共利益的不文明行为。但有些居民不太理解，尤其是城镇化后进入社区居住的居民，他们觉得院子里有地，种点菜有什么不好？对于小区约束种菜的相关规章制度，不太接受。

整治绿化带种菜，简单粗暴地制止恐怕收效甚微，应该既讲规范，也给出路，采用疏堵结合的办法进行治理。比如，有条件的小区可以在合适的地方，整理出公共菜地，或有偿使用，收益纳入小区公共收益；或种出来的菜，部分与社区居民共享，总之要通过合理方式分配给喜欢种菜的居民耕种。随着科学技术的发展，还可以在小区推广无土栽培、立体种植等方法，为爱种菜的居民找到更现代的种植途径。

解决了哪里可以种菜的问题，满足了一些居民的个性化需求，然后再由社区、业委会或物业公司出台文明养护公约，用规章制度激发大家爱护家园、共同参与小区治理的自觉性，才能既保障全体业主的公共利益，又构建和谐宜居的小区环境。

浙江宁波市 郑建钢

## 客流量少

## 用小型公交车更划算

近年来，由于共享单车的普及以及私家车的增多，公交公司面临着不小挑战。一些公交线路客流越来越少，但多数公交线路日常仍然采用8至12米甚至更长车型的公交车。大型车辆需要更高运营成本，一些线路入不敷出、难以维系。

笔者建议在客流量较少的线路，推广小型新能源公交车，比如6米长、准乘19人的新车型。这种新能源车车型变小，电池容量更大，续航里程由原来100余公里提高到280余公里。而且6米车长相比于之前8至12米车长更加灵活，可有效适配部分狭窄道路，减少城市道路拥堵，扩大公交线路的覆盖面。不仅改善乘客体验，也可以降低运营成本，提高运营效率。

河南商丘市 李方向

本版责编：史一棋

## 征集

人民日报“读者来信”版联合人民网“领导留言板”开展群众急难愁盼问题征集活动，欢迎提供线索，提出意见建议。  
邮箱：rnrbdzlx@126.com  
传真：(010)65368495



百姓关注

# 没标准、难量化，婚介服务有点乱

向子丰 刘姿含

“百忙之中来领个对象吧”“咱们这边优质男士很多，给您牵线优质伴侣”……近年来，婚介中介服务成为许多单身人士寻找配偶的途径之一。然而，应为人们搭建幸福桥梁的婚介机构，却屡屡出现诱导消费、虚假宣传、合同埋雷等问题，损害了消费者权益，更造成了大众对婚介中介服务的信任危机。

“因为我日常生活中交友接触面比较窄，所以就和婚介机构联系了，想去试试，结果发现都是套路。”北京市的李先生接连体验了3家婚介机构，效果都不尽如人意。“最开始，他们会了解你的个人信息、情感经历和个人需求，然后展示他们准备好的嘉宾照片和资料。如果你对其中几个嘉宾表示认可，他们就开始推销付费套餐。一般几名销售人员轮番上阵，以深入了解你为名估算收入情况和预算，一旦发现你购买意愿不高或购买力不强，就会翻脸不认人。”

李先生的遭遇并非个例。许多读者反映一些婚介机构功利心太重，营销手段粗糙，甚至涉嫌欺诈。对于有付费意向的客户，一些婚介机构不惜夸大事实，甚至捏造虚假的客户信息。

构前后支付了17万元的服务费，机构承诺会为她介绍优质对象。然而实际介绍的几位对象远不符合她的要求，甚至有的“年龄、工作单位信息都存在出入”。这一现象不仅让消费者感到不满，更暴露出婚介机构对会员资料审核不严等问题，甚至存在“婚托”之嫌。“介绍的人电话不对，联系不上；或者加了微信，对方爱搭不理，回应冷淡。怀疑所谓对象其实是在婚介机构兼职，并非真的想找对象。”甘肃庆阳市读者焦先生说。

在签订合同后，部分婚介机构还会通过模糊的收费标准和混乱的服务项目误导消费者，甚至制定“霸王条款”。动辄3个月会费过万元，一年收费5万元，而提供的服务往往只有与相亲对象见面，然后加私人联系方式。还有所谓“高端服务”也只是几次简短电话沟通。安徽合肥市的张女士支付了4万余元的婚介服务费并签订了电子合同。回看合同时，才发现作为甲方的消费者，权利与义务一栏只有义务没有权利，而公司的注册信息显示为“平面设计”。

当然，婚介中介服务本身有其规范难点。一名业内人士表示，婚介机构的产品无法量

化，服务质量也难以标准化。且无论多么高端、多么昂贵的婚介中介服务，都不可能百分之百确保为会员找到理想的另一半。换句话说，无论最后结果如何，消费者都不能让婚介机构负全责。这导致不少婚介中介并不在意用户能否找到合适的对象，只想利用消费者急于脱单的心理，设计好聊天、签约、收费的固定套路，赚取不菲的“服务费”。

一旦消费者意识到服务质量不佳或要求解约，婚介机构则会以各种理由拒绝退款。浙江杭州市李女士在人民网“领导留言板”上反映，自己在婚介机构现场签约3.5万元。付款后发现该机构信誉不佳，她决定在未接受任何服务的前提下终止合同，却被告知“需扣除违约金30%，也就是1万多元”。这家婚介机构存在大量合同纠纷和消费者投诉，其套路如出一辙。但合同明确发生纠纷或争议时由指定仲裁机构仲裁。”她表示，这种不合理条款往往使得消费者在面对婚介机构时处于不利地位，让顾客明明知道权益受损也很难维权。

婚介机构乱象频发的根源在于行业监管缺失与法律执行不到位。“一方面，婚恋中介服务无法通过量化标准来评价，由此很难对中介机构的服务是否尽责予以判断。另一方



制图：南海春（新华社发）