

# 话术多、流量假…… 直播带货还有哪些“猫腻”？

近年来，直播带货在一些短视频平台上越来越热，每天直播时长动辄百万小时以上，吸引了不少消费者。

然而，记者调查发现，直播带货话术多、“套路”多，直播观看量和带货订单量存在不少“水分”。业内人士建议，进一步规范直播带货行业秩序，加强行业自律，让消费者在直播平台能放心购物。

## 直播带货“套路”多

今年“双十一”，直播电商愈受关注。直播带货看似热热闹闹、红红火火，但一些消费者“吐槽”，在直播间想要低价买东西并不容易，在种种“套路”下，买到的东西价格也未必便宜多少。

——直播话术多，想“秒杀”得看半小时直播。济南市民张晓芸告诉记者，为抢购一款“双十一”预售商品，她在某短视频博主的直播间内等候了近半个小时。“一开始主播说马上上架，并且是‘秒杀价’，但随后主播开始介绍其他商品，接着又介绍直播间的各种活动，20多分钟后我想要的商品才上架。”

张晓芸说，有时为了直播间所说的福利、优惠，需要等很久，而且这在短视频平台的直播带货中，快成固定模式了。几乎每个主播在上架优惠商品前，都会用话术吸引观众眼球，然后再介绍几款其他商品，一段时间后再将此前说的商品上架销售。如果考虑时间成本，在直播平台购买商品远不

如在传统电商平台方便、直接。

中国消费者协会投诉部工作人员谢龙说，在不少带货的直播间，消费者付出了很多时间，但东西很多时候并没有便宜多少，导致消费者没有获得感，只有失落感。

——卖东西还得演剧本，“吵架式”“打架式”带货流行。“我们贴了多少你知道吗？贴了两千多万。”“不要再贴了！”在不久前的一场直播带货中，一名女主播在直播间大声嘶吼，试图阻止搭档男主播“降价倒贴”的行为，而男主播自称为了粉丝，甘愿赔本补贴，互相推搡、摔话筒，演得几乎以假乱真。

类似这种“套路”，每天都出现在不少短视频平台的直播间中。记者在一些直播间看到，主播和搭档一番“争吵”“推搡”后推出的商品，价格相比其他电商平台，并没有太大优惠，有时甚至比别的平台贵，但凭借“节目效果”，往往能吸引消费者的关注。在一些明星带货的直播间内，也经常出现明星

为“回馈”粉丝执意卖“低价商品”、与工作团队吵得不可开交的“剧情”。

——带货数据有“猫腻”，有的直播间没人互动，订单却不少。齐鲁工业大学大三学生王琪说，让她不解的是，有的直播间观众人数有几千，但上架的商品少有人购买；而在另外一些直播间，观看人数只有几十人，主播上架的商品又频频被“秒杀”。

电商行业从业者张向阳告诉记者，为了提高直播间热度，很多直播间使用机器人刷人气，或大量刷单提高成交量，事后再退款。尤其是对于小主播而言，需要通过虚假的数据，营造出高人气假象，这几乎已成直播带货行业“潜规则”。

今年10月，北京市消费者协会和河北省消费者权益保护委员会联合开展了直播带货消费体验调查活动。从结果看，调查活动共有100个直播带货体验样本，其中33个涉嫌存在虚假宣传、利用使人误解的价格手段误导消费者等违法违规问题。

## 让直播带货少点“演技”多点实惠

记者从山东省消协了解到，在今年上半年受理的投诉中，关于网络消费的投诉有增无减，尤其是近两年直播电商快速发展，出现了各种消费陷阱，部分商品质量不达标，商品售后服务难以保障。

艾瑞咨询今年9月发布的《2021年中国直播电商行业研究报告》提到，2020年中国直播电商市场规模超1.2万亿元，年增长率为197%；2023年将超过4.9万亿元。

业内专家认为，直播带货市场越来越大，对于这个行业，应持续进行规范，引导其良性发展；对抖音、快手等责任平台要加大监管力度，让它们自觉维护平台秩序，担好自己应担的法律

责任、社会责任。

北京大学电子商务法研究中心主任薛军建议，监管部门应继续压实抖音、快手等平台的责任，对于使用不合规手段进行宣传的主播，及时引导、规范；对于屡次违规的，纳入黑名单管理，形成震慑效应。

北京师范大学法学院教授刘德良认为，电商直播行业人才培养处于“野蛮生长”状态，对于一些机构和个人以培训为噱头牟利，收取天价学费、教唆虚假宣传、刷流量等违规行为，监管部门应及时予以规范。

（据新华社）

## 直播“演技”培训竟成“产业链”

记者调查发现，围绕直播带货的话术培训、数据造假等，已形成了一条“产业链”；一些培训价格不菲，“学费”动辄高达上万元。

记者在某电商平台搜索“直播带货话术”“直播带货剧本”等关键词，发现相关的教学课程、话术脚本等商品有上千种，其中不少销量超过3000件。记者找到一款描述为“带货话术脚本写作”的商品，在花费18.8元购买后，对方提供了“主播基础必备的几百条话术”“带货剧本案例”等文档。文档中提到，要用大让利、大红包留住观众，在这之后不要急于卖商品，而是用大嗓门、快语速尽可能推销店铺内其

余商品，给观众反复洗脑，激发购买冲动。

这些文档还提供了很多营销手法。例如主播可以用送所谓“限量商品”的方式留住顾客，但这些“限量商品”仅仅是营销噱头，实际上每天都有。此外，在商品宣传中，可以通过编造“剧本”的方式，凸显让利的夸张，再加上安排一些机器人账号负责起哄、刷单，从而吸引真实观众购买。

“我们团队培养出不少带货营收超百万元的主播。”这家店铺的客服表示，如果需要进一步的培训，还可以缴纳2万元学费，有“专业导师”提供15天的特训。

记者在济南联系了一家提供带货培训课程的公司。在对方提供的教学明细中，不但有直播话术等材料，还包含一对一培训、流量扶持和5万粉丝账号等内容。公司负责人说，培训完成后，就能提供给记者一个有5万以上粉丝的直播账号，并且在直播的第一周，会代刷观看人数，确保直播热度超过1万人。

北京市中闻律师事务所律师李斌说，直播带货“套路”存在诸多问题。一些话术涉嫌虚假宣传；先抬价后降价，或者通过夸张表演营造出“亏本让利”效果，诱导消费者下单，则涉嫌价格欺诈。

## 5、践行“八礼四仪”，争当新时代好少年

“八礼”是指：仪表之礼、仪式之礼、言谈之礼、待人之礼、行走之礼、观赏之礼、游览之礼、餐饮之礼；

“四仪”是指：7岁入学仪式、10岁成长仪式、14岁青春仪式、18岁成人仪式。

近年来，无锡市坚持立德树人的根本任务，积极开展未成年人“八礼四仪”文明礼仪养成教育，把文明礼仪养成教育作为促进中小学生健康成长和全面发展的基础工程，开展丰富多样的文明礼仪培育活动，并构建起学校、社会、家庭“三位一体”的教育体系，中小校园周边环境持续改善，全社会广泛形成关爱未成年人健康成长的浓厚氛围。

## 文明城市创建应知应会之 文明有“数”（二）

### 6、活跃志愿者年均服务时长超25小时

无锡市大力弘扬奉献、友爱、互助、进步的志愿精神，常态化开展垃圾分类、文明交通、扶贫助残、洁美行动、便民利民等各类志愿服务活动项目，活跃志愿者年均服务时长超过25小时。特别是在新冠疫情防控、抗击台风、防汛行动中，全市广大市民众志成城，积极参与志愿服务，形成志愿红色防线。截至去年年底全市注册志愿者达到171万人，位居全省第2位，市民对志愿服务活动认同和支持率超过98%。无锡市志愿服务工

作经验多次在全国宣传推广，志愿服务已成为无锡城市的闪亮名片。

### 7、道德讲堂的“6个1”

道德讲堂践行社会主义核心价值观，弘扬“爱、敬、诚、善”，以“身边人讲身边事、身边人讲自己事、身边事教身边人”的形式，传播凡人善举，是创新思想教育、提升文明素养的理论课堂、百姓舞台。

道德讲堂的“6个1”流程为：唱一首歌曲，看一部短片，讲一个故事，作一番点评，诵一段经典，送一份吉祥，使广大群众受到教育、感化、启迪

和道德提升。

### 8、文明家庭评选8个标准

文明家庭评选的8个标准为：爱国守法、遵德守礼、平等和谐、敬业诚信、家教良好、家风淳朴、绿色节俭、热心公益。

近年来，无锡市深入推进家庭文明建设，坚持培育和践行社会主义核心价值观，把爱家庭与爱祖国、爱江苏、爱无锡统一起来，并制定出台了《无锡市级以上文明家庭礼遇关爱措施清单（试行）》和《无锡市文明家庭激励和管理办法》，以更好发挥文明家庭的榜样引领作用、巩固文明家庭创建成果、加强文明家庭动态管理。截至目前，全市共有全国文明家庭3个、江苏省文明家庭17个、无锡市文明家庭30个。