

网购直播天花乱坠 售后维权难上天

跟着主播“买买买”并不靠谱

电商年中大促再次掀起一波“买买买”热潮，而直播卖货更是成为推波助澜的新兴方式。诱人的海鲜直播吃，好看的裙子现场试，边看视频边下单的新鲜体验让“剁手”变得更加有趣轻松。但光鲜的直播背后，问题产品退货难、投诉难，跟着主播“买买买”并非毫无风险。而在网络直播购物成为消费新模式的同时，野蛮生长的主播们与电商平台也在透支着消费者的信任，商品质量与描述不符、退货找不到渠道……“网红”产品摇身一变成“雷货”，汹涌的网络直播大潮下消费者又该如何“避雷”？记者对此展开了调查。

主播并非总靠谱

在流量变现的助推下,抖音、快手等拥有大量受众的视频平台均开设了自己的购物平台,或与其他电商平台合作,在视频中直接贴入购物链接。

网红主播推荐好用的产品，消费者观看视频后可以一键下单，相比于这样顺畅、轻松的购物流程，消费者在需要售后服务时却总是坎坷颇多。

网友晓晓关注了一名拥有300余万粉丝的主播，今年5月她在主播推荐下买了两双运动鞋。“收到后发现质量特别差，鞋底鼓着大包，和视频里的完全不同。”晓晓说，自己联系了卖家，却被告知不属于质量问题，不予退换。

她去该主播的视频下留言希望警示其他网友，却发现自己很快被主播屏蔽，无法发言。

记者进入某视频平台的网上商城,发现产品页面内并没有评论界面,只有“晒单”选项,只有已经购买者拍摄的视频才能显示在这里。但是记者看到,无论是销量为119件的一款连衣裙,还是高达6000余件的一款海鲜,显示的晒单数量均为零。这为消费者了解商品真实情况造成巨大鸿沟。

而这一线上商城也没有搜索功能，消费者无法在平台内对同类商品进行搜索对比。大学生小杨表示，他的爸爸在主播推荐下，花了68元买了张瓷砖贴纸，而淘宝上同类产品只要7.9元一张。

“我按照商家留下的联系电话打过去，却从来没人接听。”小杨说。

购物一时爽
退款千般难

与传统的电商平台不同，依靠社交属性和直播形式，网络主播们利用单品流量进行引导、推广，并吸引顾客来光顾。但主播们“带货”虽快，退货率也一直居高不下，有的甚至能达到 50%。

“网络直播购物，像翡翠首饰这些东西我们看不懂，主播们说得头头是道，我也就信了。”湖北武汉的李女士告诉记者，自己在某直播平台上被主播“种草”了一块翡翠，购买后发现质量与描述不符，但是这个平台却没有退款选项，又联系不上客服，售后更是形同虚设，“上万块钱就这么打了水漂。”

与李女士的经历类似，王先生通过一主播购买的空调有明显质量问题，商家承诺寄回后退款，但王先生寄出产品后，却迟迟未收到商家退款。

被称为“遛娃神器”的“网红”儿童轻便童车，抽样结果显示 100%存在安全风险；发光冰块其实是内置了 LED 小灯泡；走红的美白产品暗地里添加了违规的化学成分，使用时会释放出甲醛……类似报道屡见不鲜。此前，某大型电商平台还曾因“种草笔记”造假、存在大量软文，并诱导消费者不合理消费屡被推上浪尖。微博、抖音、快手等社交媒体的火爆，在带火了“种草经济”的同时，也带来了产品质量不过关、流量造假等问题。

不少网友抱怨，自己购买的“网红”产品存在质量问题，找背后的商家投诉被置之不理，找“网红”的社交平台投诉最终也查无音讯。

此外，一些中小型电商更是瞄准对网购不太熟悉的中老年群体，由于其缺少对比同类商品和比价意识，“只要产品看起来新奇实用就会产生购买欲望，而部分商户定价可以做到大型电商平台的2—3倍，利润空间极大。”一位业内人士向记者透露。

如今的一天几千几万单的电商公司，都是靠着薄利多销赚钱的，利润基本并没有那么大，有时候更是亏本在卖的。这类公司其实很容易倒闭，一旦前期投资的钱后期赚不回来，最直接的结果就是破产。而如今真正赚钱的还是直播卖货的，一年下来赚得真的不少。

有老的淘宝卖家吐槽，现在的直播卖货的公司太赚钱了，明明直播卖货就跟电视购物差不多的，都是很老的套路了，但就是能赚钱，而背后的利润非常高。

依靠社交属性和直播形式，短视频平台上的电商发展迅速，而传统的电商平台不同，这类电商主要利用单品流量进行引导、推广，并吸引顾客来光顾。看似更加亲切直接的售货方式，却存在诸多问题。

——**售后服务堪忧。**由于平台缺乏对售货商家的有效监管，不少商家并不按电商有关规定执行退换货政策，售后服务态度恶劣。网友李先生在某视频APP直连的购物平台上买了海鲜，但到货后发现已经变质，出售者拒

“根据《中华人民共和国广告法》的有关规定，广告应当真实、合法，不得含有虚假或者引人误解的内容，不得欺骗、误导消费者，否则构成虚假广告。电商平台销售同样要遵循以上规定。”北京京师律师事务所律师刘仁堂告诉记者，无论是广告主还是发布广告的“网络红人”，都应该保证广告中产品的功能、产地、用途、质量、成分、销售状况、曾获荣誉等信息的真实性。

直播暴利堪比电视购物

他告诉记者，看到过一些直播间卖女装，同样的女装在淘宝的普通店面上只卖80元左右，但是这些直播卖货的店铺却就能卖到150元。至于拿货的成本，其实就是50元而已，卖一件就能赚到100元。而且这些直播卖货不需要开直通车，只需要少量刷单就可以，不需要搞什么爆款，运营成本非常低，卖掉一件就是赚一件的钱。卖个一两万件利润就能高达一两万元，这是普通淘宝店根本无法比拟的。

而这种服装行业的直播利润还不算是高

消费者面临好多“坑”

不退货。李先生联系平台客服,却被告知“我们无从判断产品质量,无能为力”。与他的经历类似,网友王先生通过一主播购买的风扇有明显质量问题,商家承诺寄回后退款,但王先生寄出产品后,商家却拒不退款。

——**虚假宣传横行**。很多消费者投诉，他们在短视频平台上购买的商品与视频直播中的产品严重不符，商家虚假宣传成为“常规操作”。网友贺女士通过一位号称玉石专家的主播购买了一块玉牌，收到后却发现，

平台监管仍需加强

但只要其在平台内开设店铺，从事销售商品或服务的经营活动，就应该按照消费者权益保护法和电子商务法履行电商平台的责任义务。”中国消费者权益保护法学研究会副秘书长陈音江说。

他表示,消费者通过抖音、快手官方购物渠道购买的商品出现质量问题,可以向销售者要求赔偿。如果平台不能提供销售者的真实名称、地址和有效联系方式,消费者也可以向平台要求赔偿。平台赔偿消费者后,

的，那些直播玉石、珠宝的，更可能是一本万利，忽悠一些不太懂行的消费者入坑，结果收到的货竟是残缺品，或者干脆就是假货。

这位淘宝卖家还表示，包括一些生鲜、电子产品、化妆品等，越是一些小商家、小品牌，利润就越高。通过主播的单一点对点宣传，瞬间炒暴知名度，而粉丝们往往在此时缺乏辨别能力，一些甚至根本无法在正规电商平台出售的假冒伪劣产品都能大行其道，攫取暴利。

这块号称“飘绿”“水头好”的翡翠已经被磕碰缺角，颜色也与视频中明显不符。网友张先生在一直播平台购买了“亏本甩卖黑曜石手串”，收到后却发现是塑料制成的。

——价格信息不对称。业内人士表示，这类电商青睐那些对网上购物不太熟悉的群体，他们缺少对同类商品和比价意识，只要产品看起来新奇实用就会产生购买欲望，而部分商户定价可以做到大型电商平台的2~3倍，利润空间极大。

可以向销售者追偿。

在被“曝出”种种问题后,今年以来一些电商平台也加大了对商品售卖的管理力度,如发布平台电商经营管理的规则、对违规用户进行处罚、关闭一些主播的直播功能等。

刘仁堂提示,消费者在直播平台上购买商品,应尽量保存好商家承诺、交易记录等消费凭证,遇到问题及时与商家协商解决。如果协商不成,可以向消协或市场监管部门投诉,依法维权。

(综合自新华社、央广网等)



资料图片