看似物美价廉,实则暗藏"猫腻"

治理网络直播售假还需切实强化监管力度

近年来. 网络直播 带货日渐兴起。在一些 直播间内,低廉的商品 价格、主播极具诱惑性 的销售话术, 让不少消 费者怦然心动。

然而,一些直播带 货的商品看似物美价 廉,背后却可能潜藏制 侧售假的"猫腻"。今 年以来,各地公安、市 场监管等部门已查处多 起通过直播平台售假案 件,其中不少案件涉案 金额超过千万元。



资料图片

直播售假问题多多

"百达翡丽、理杳德米勒、欧米茄、劳 力士等名表在直播间'秒杀价'只要数百 元, 你心动了吗?"2022年11月, 四川省 南充市公安局顺庆区分局侦破一起网络直播 带货售假案,犯罪嫌疑人通过直播销售各类 假冒名表上千元,涉案金额 2000 余万元。

2022年"双 11"活动当天,武汉青山 警方联合当地市场监管部门,将正在直播卖 假货的网店店主潘某夫妇及 4 名店员当场抓 获。被抓时,直播间内电脑屏幕显示该店铺 "双 11"直播活动的营业额还在不停增长。 经查,潘某等人先后向 13 个省份、上万名

消费者销售假冒品牌商品3万余件,涉案金 额 1545 万元。

记者发现, 服装、配饰等是直播售假的 "重灾区"。此外,酒水类售假也屡见不鲜。 山东德州警方近期查处一起通过直播带货销 售假茅台酒案件,涉案金额巨大,而犯罪嫌 疑人用于制作假酒的基酒每斤成本只有8.5

直播售假已成为网购中不容忽视的问 不少"网红"也曾因售假问题被监管部 门处罚。2020年,有消费者质疑某主播团 队成员在直播间售卖的燕窝是糖水。广州市

场监管部门对相关人员作出责令停止违法行 为、罚款 90 万元的行政处罚。

而在黑猫投诉平台,消费者针对电商直 播平台的投诉已达万余条,涉及商品以次充 好、虚假营销、售卖假冒伪劣产品等多方面 问题。中国消费者协会近日发布的《2022 "双 11"消费维权舆情分析报告》指出,对 10月20日至11月13日期间相关消费维权 情况进行网络大数据舆情分析,共收集有关 "直播销售"负面信息 50 多万条,从收集到 的直播类热点舆情信息看,假冒伪劣、货不 对版、优惠差异等仍是主要问题。

售假套路多 监管有盲区

多名办案民警向记者表示, 围绕销售假 冒伪劣产品,网络主播的一些常用套路有迹 可循。

在山东菏泽警方破获的一起通过电商直 播销售冒牌服装的案件中,犯罪嫌疑人采用 大量营销手段宣传产品,并用话术诱导消费 者。菏泽市公安局食品药品与环境犯罪侦查 支队支队长方辉杰说,犯罪嫌疑人直播前会 在多个社交平台进行新款产品的预热,甚至 花钱购买流量引流,直播间几乎每次都有上 万人观看。在销售过程中,以"大牌尾单""工厂原单"等名义,利用部分消费者贪图 便宜的心理, 销售价格比正品便宜很多的假

业内人士告诉记者,不少售假团伙甚至 还总结出多种固定套路。例如, 在推销产品 时,常常用"全部是内部渠道弄到的货,要 是假货我还用那么麻烦吗?""费力搞到货 别人却不领情,这种心情你懂吗?"等话术 营造找到货源不容易的感觉。而在鼓动消费 者下单时,常常会使用"一共30单就上一 分钟""错过就再也没有了""这 上这一次,一会恢复原价"等说辞。 "这个价格就

一些主播在直播平台上长期售假,也凸 显出平台自身存在监管盲区。德州市公安局 德城分局食品药品与环境犯罪侦查大队民警

马恒说, 查处的销售假酒案件中, 犯罪嫌疑 人曾在直播间连续直播卖货多时,仅一个月 就销售假酒 2000 多箱。

中消协在《2022"双 11"消费维权舆 情分析报告》中提到,在"双11"转型升 级、商品与交易逻辑再梳理的渐进过程中, 平台与商家的规则边界意识还有待强化。从 2022 年"双 11"的"全网"交易场景来看,直播翻车、社交小程序团购"收钱不发货" 等经营不诚信、管理不到位问题,成为"双 11"乐章中刺耳的不和谐音符,相关主体品 质保障、诚实营商的底线边界意识缺失, 让

根治直播售假乱象 不断压实监管责任

一些平台已经采取措施,对直播售假行 为进行治理。2022年9月,抖音电商就曾发 布关于"三无商品"的专项治理公告,对销售 无产品名称、无生产厂厂名、无厂址商品的商 家进行严厉打击。此后,抖音电商还公布"打 击售卖劣质羽绒服专项行动"阶段治理成果, 封禁违规羽绒服商品 33491 件,清退相关店 铺 522 个,处罚相关商家 596 个。

受访专家认为, 假冒伪劣产品的生产和 销售,影响了正常的经营秩序,也侵害了相 关品牌企业的切身利益,同时侵犯了消费者 权益, 亟须严肃治理。中国人民大学商法研 究所所长刘俊海说,借助直播平台售假现象 增多, 凸显出对这一新兴领域的监管尚存不 足。2021年5月,国家互联网信息办公室 等七部门制定的《网络直播营销管理办法 (试行)》开始施行。相关监管部门应秉持对 假货"零容忍"的态度,严肃查处各类制 假、售假行为,保护消费者合法权益。

2022年3月,国家互联网信息办公室、 国家税务总局、国家市场监督管理总局发布 《关于进一步规范网络直播营利行为促进行 业健康发展的意见》,进一步明确了平台方 的监管职责

"各互联网平台需要进一步压实自身责 对于人驻的电商经营者尽到主体资格审 核义务, 在保障消费者权利的同时, 这也是 促进自身业务增长的方式之一。"中消协律 师团律师李斌认为,各大平台要做到严格落 实监管,引导入驻商家恪守诚实信用原则, 确保守法合规经营。

多地公安和消保部门也发出消费提示, 呼吁消费者不断提升自我保护意识和风险防 范能力, 尤其是避免盲目冲动, 做到科学消 费。遇到消费纠纷时,及时向相关部门提供 线索,维护自身合法权益。



平台不压实责任 直播售假难禁绝

直播带货如今已成为网购不可或缺的 销售形式, 但售假问题却一直如影随形。 仅今年"双十一"期间,消费者的相关投 诉就多达50多万条。

真实感、贴近感是直播电商风靡的重 要原因,但看上去距离再近终究隔着屏 幕。大量不法分子便打起了直播带货的主 意。其中固定套路也很多, 比如, 在推销 产品时,常常用"全部是内部渠道弄到的 货,要是假货我还用那么麻烦吗?" 力搞到货别人却不领情,这种心情你懂 吗?"等话术营造货源来之不易的感觉; 比如, 在鼓动消费者下单时, 常常会使用 "一共30单就上一分钟" "这个价格就上 这一次,一会儿恢复原价"等说辞营造抢 购氛围; 再如, 有的主播在直播时故意辱 骂供货商价格太高,展示自己不惜代价为 "老铁"谋福利的"担当"……在重重 "剧本"中,消费者经常被迷得晕头转向, 稀里糊涂下单了一堆假冒伪劣商品

针对直播带货售假愈演愈烈的问题, 各地公安、市场监管等部门持续进行查 处。但直播带货规模极大,监管力量再强 也做不到对每个直播间逐一巡查。对此, 掌握大量后台数据、能够审核主播资质。 24 小时巡查直播内容的平台理应负起责 任。然而, 当下几大短视频平台都将电商 业务作为自身未来增长的重要支撑点,投 入大量金钱和流量扶持主播、增加货品、 抢占市场。在这样的"打法" 下,平台与 主播、商家常常是"利益共同体",导致 资质审核能松就松, 售假投诉能拖则拖, 打假行动往往是捱到舆论发酵后才被动进 行。因此我们看到,当前直播带货的种种 问题与电子商务的早期情况如出一辙,很 大程度是平台没有压实自身责任, 睁一只 眼闭一只眼造成的。

业,越要警惕其走上歧途。以更大视角看,未来,构建"双循环"新发展格局, 扩大内需是重点工作之一。其中, 能够提 振消费总量、促进消费升级的直播带货无 疑可以扮演更加重要的角色。对此, 平台 应当在计算营收压力、股价涨跌、估值大 小等"小账"之外,多算些形象口碑、社 会效益、企业责任的"大账", 让这个商 业链条上的参与者老老实实、本本分分, 实现与消费者的共赢。这无疑是对互联网 行业"利润是创造价值带来的副产品"信 条最好的践行。

网络不是法外之地, 越是红火的产

有机构测算,2023年我国直播电商 市场规模将达到 4.92 万亿元。商家把好 品质关, 主播把好入口关, 平台拿出责任 感, 这个崭新的行业才能行稳致远。

资料图

社址: 上海市小木桥路 268 弄 1 号(200032) 电话总机: 34160933 订阅热线: 33675000 广告热线: 零售价: 1.50 元 64177374 交通安全周刊电话: 28953353