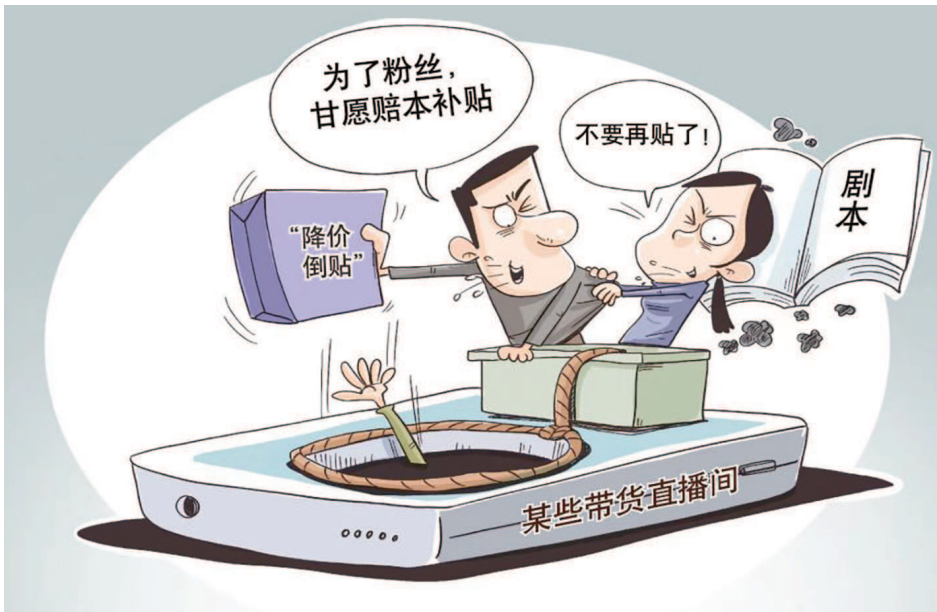


看似物美价廉，实则暗藏“猫腻”

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，背后却可能潜藏制假售假的“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

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 元。

直播售假已成为网购中不容忽视的问题，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

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

货。

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”“这个价格就上一次，一会恢复原价”等说辞。

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，让消费者无法买得踏实、安心。

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？”“费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”“这个价格就上一次，一会恢复原价”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承担起责任。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。

网络不是法外之地，越是红火的产业，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在、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。

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。

(来源:新华社、北京日报等)

根治直播售假乱象 不断压实监管责任

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任，对于入驻的电商经营者尽到主体资格审核义务，在保障消费者权益的同时，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。



资料图片