

财经  
观潮虚假宣传、言行不当、人设崩塌  
主播、网红频“翻车”流量为王的带货模式  
还能走多远

本报记者 楼纯 许伊雯

2024年,被不少网友称作网红“翻车”元年。

短短几个月内,就有多位网红接连遭遇信任危机,各大平台上,有关“网红翻车”的话题屡见不鲜,带有“千万网红”或“百万网红”的词条更是霸榜热搜。

直播野蛮生长时代已经过去,围绕网红直播带货、平台监管等的争议,引发社会大众的关注:流量为王的模式还能走多远? 消费者的信任还能持续多久?

视觉中国供图

A  
虚假宣传成“塌房”主因  
言行不当、人设崩塌也来添堵

回顾这些主播、网红的“塌房”事件,出现频率最高的就是“虚假宣传”。

今年中秋,疯狂小杨哥售卖香港“知名”月饼屡次登上热搜,介绍的“香港月饼”在香港却无法买到,最后被查出该款月饼只是在香港注册,生产地却是广州。随后,有人扒出其直播间的同款月饼在其他平台的价格只有小杨哥直播间的零头……刹那间,已经历过“槽头肉”“假茅台”和“假牛肉卷”的小杨哥和三只羊,再次陷入舆论漩涡。

9月26日,合肥市市场监督管理局通报,依据《行政处罚法》《反不正当竞争法》等相关规定,拟对三只羊公司没收违法所得、罚款共计6894.91万元,责令其暂停经营限期整改,承担相关法律责任。对在工作过程中失察失职的单位和相关人员,纪检监察部门将立案调查,依法依规严肃处理。

今年2月,网红“猫一杯”发布了一则关于“在巴黎捡到小学生秦朗丢失作业本”的视频,爆火网络后却发现“秦朗”查无此人。最终,杭州市公安针对该事件涉嫌网络造谣恶意炒作,对“猫一杯”作出行政处罚等处理。

最近,坐拥超2000万粉丝的“东北雨姐”则同时在“人设”和“虚假宣传”上翻了车。“东北雨姐”先是被曝出所售红薯粉被监管部门查出并不含红薯成分而被罚165万元,随后又曝出“东北雨姐”并不是拍摄地本村人,只是在村里租了房子专门用来拍摄,随即被网友质疑“摆拍”和“表演”,人设由此快速“崩塌”……目前,“东北雨姐”的抖音账号最新的一则视频停留在10月12日的一则道歉声明上。

据不完全统计,今年已有16名网红相继塌房,他们轻则被网友声讨,退款、道歉,重则被罚款、退网甚至受到法律制裁。

B  
专业素养、法律意识等方面  
主播、团队、平台亟待提升

网红带货翻车背后,涉及主播和团队对产品缺乏了解,甚至是其本身道德有瑕疵、法律意识淡薄。

最初,主播、网红对选品和道德底线把握严格,担心失去粉丝信任,但随着行业竞争加剧,部分主播、网红追求快钱,导致品控放松、商业利益冲突,更是出现了虚假宣传和以次充好的情况。

对此,《主播经济产业高地前沿报告》作者、浙江传媒学院教授朱永祥表示,主播作为直播环节的核心人物,其个人素质、专业知识和团队管理等方面的问题,往往会直接影响到用户的购买决策和直播间的整体形象,从而对整个行业产生重要影响。主播因此承担着巨大的责任和风险,必须不断提高自身的专业能力和综合素质,特别是要加强团队管理和产品质量控制,以树立良好的行业形象和个人品牌。

此外,他还提出,当前直播行业中存在的流量推荐机制可能带来的问题,例如过度追求短期流量增长可能导致的内容质量下降等问题,平台应优化流量推荐机制,引导健康的行业发展方向。

浙江省政协委员、浙江传媒学院教授葛继宏也深表赞同。他认为,工商等监管部门及平台需定期对直播带货人员和运营商进行法律法规及道德培训,甚至建议实行持证上岗制度,提高其法律意识和专业素养,净化网络环境,避免为了追求流量而出现无底线的行为。同时,通过政策扶持鼓励传播正能量、有正确价值观和创新精神的网红发展。

针对主播、网红可能存在的虚假宣传和消费欺诈,浙江润杭律师事务所律师缪建林表示,若消费者遇到网红带货假货的情况,可以向市场监管局和售卖平台进行举报,同时可主张退货及退一赔三的惩罚性赔偿。

缪建林强调,网红也应增强自身的责任感,对所推荐的产品进行严格筛选和了解,确保产品质量和真实性。消费者在购物时要保持理性,仔细辨别商品的优劣,不要盲目跟风,共同营造一个健康、有序的直播带货环境。

C  
完善监管机制  
才能维护健康有序直播环境

葛继宏一直关注着网红直播带货。他告诉记者,直播带货行业在快速发展的同时,面临诸多挑战和问题,尤其是监管不到位,“翻车”是必然结果。

主播、网红直播带货翻车事件不仅损害了消费者的合法权益,也对市场秩序造成了不良影响。但对于违规行为,大多数平台要么下架产品,要么禁止直播,葛继宏认为此举效果有限、容易反弹,“直播平台作为直播带货的重要环节,应当承担起不可推卸的责任。”他指出,要建立严格的审查制度,对入驻平台的商家和主播进行严格审查和管理。同时,平台应主动与政府合作,利用其资源和技术手段,共同维护健康有序的直播环境。

缪建林则表示,建立健全的监督机制和举报机制至关重要,一方面可以让消费者有渠道维护自身权益;另一方面也能对网红和商家形成有力的约束,“监管部门应加大对直播带货的监管力度,加强对网红和商家的资质审核,对售假行为进行严厉打击。”

针对行业未来发展,朱永祥认为,当前直播电商行业不应仅仅局限于通过主播间的竞争来争夺流量,从业者应着眼于更高层次的发展目标,平台应思考如何为整个生态创造更多价值,怎样建立更健康的直播电商生态而非仅仅追求流量的最大化利益。

葛继宏提出,监管部门和行业平台需高度重视主播“翻车”事件,采取具体措施进行解决,而非仅仅停留在口头表态,“监管部门应加大对直播带货中违法行为的处罚力度,例如,可以设定阶梯式罚款制度,根据投诉次数和销售额比例来增加罚款金额,甚至在没收全部销售额后,再增加总销售额的百分之八九十的罚款,形成不敢违规的威慑力。”

小杨哥带货月饼现场  
(直播截图)

“东北雨姐”的“布景”之一 图片来源:央视新闻

search...

直播带货

监管