

绿幕抠像、AI合成虚拟工厂

## 直播带货“工厂直发”是真的吗？



图据新华社

无标识产品被主播吹嘘能“药到病除”  
网购“三品一械”产品易遇虚假宣传

记者近日发现,一些自称“医生”“中医”“XX专家”的主播,在直播间大肆宣传推广具有保健功能、医疗功能的产品,其中一些并不直接在直播间内售卖,而是引导消费者添加主播的私人社交账号交易。记者查看多款对方推荐的产品,发现都没有药品相关标识。

受访专家指出,上述情况是典型的直播带货虚假宣传问题,这一问题在“三品一械”(药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品)领域格外突出。

■据《法治日报》

## 健全主播培训体系 建立实时监测机制

在中国法学会消费者权益保护法研究会近日主办的一场研讨会上,北京阳光消费大数据研究院、北京市食品药品安全法治研究会等联合发布《“三品一械”直播带货消费调查报告》(以下简称《消费调查报告》)称,受访者通过网络直播渠道购买药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品时,最担心和遇到最多的都是虚假宣传问题。

从本次调查结果来看,近八成受访者认为主播在直播间介绍“三品一械”产品会起到广告宣传效果,超八成受访者认为网红明星主播会起到广告代言作用。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江发现,在直播间,主播宣传推荐“三品一械”产品行为并未纳入有效监管,导致各种“三品一械”网络直播虚假宣传、违规广告代言等侵权问题时有发生,不仅损害了消费者合法权益,也扰乱了网络市场交易秩序。

对此,《消费调查报告》建议,有关商家、MCN机构和主播要严格遵守有关法律法规和规章制度,不得通过虚假夸大“三品一械”或普通食品功效等方式,欺骗误导消费者;不得以介绍健康、养生知识等形式违规发布或者变相发布“三品一械”广告。

陈音江认为,可以设立专门的“三品一械”主播培训体系,要求主播在开播前完成相关法律法规、产品知识、职业道德

等方面的培训,确保主播在直播过程中能够准确传递产品信息,避免误导消费者。同时,根据主播的直播行为、消费者反馈等信息,建立主播信用评分体系,以此激励主播自觉遵守规定。

北京嘉淮律师事务所执行主任葛友山认为,主播应履行全面、真实、准确的说明义务。比如,主播在直播销售中需承担起提供翔实、真实和准确信息的信息;应对“三品一械”产品的批准文号、功效、适用人群、禁忌证等信息进行详细披露并确保信息的真实性;还应明确自己的推广身份,说明自己的作用仅限于宣传和推荐,防止消费者对主播的角色产生误解等。

除了规范直播带货的主播行为之外,《消费调查报告》还呼吁平台承担更多责任:除了要入驻的“三品一械”商家进行严格的资质审核确保商家具备合法经营资格之外,还要对商家的宣传内容加强审核和管控。采用人工智能等技术手段对“三品一械”直播内容进行初步审核,过滤掉明显的违法违规内容;同时设置人工复审环节,对疑似违规内容做进一步审核,确保审核的全面性和准确性。

“建立实时监测机制,对‘三品一械’直播过程进行全程监控,一旦发现违规行为立即采取应急措施,畅通维权渠道,确保消费者投诉问题及时得到妥善解决。”《消费调查报告》称。

## 完善相关法律法规 细化违法行为标准

陈音江认为,相关监管部门应该加大对“三品一械”直播带货行为监管和执法力度,尤其是对直播间里的主播宣传推荐行为加大监管力度,依法查处各种违法违规或损害消费者权益的行为,并及时向社会公开曝光典型案例,形成有力震慑。同时建立健全跨部门协作机制,加强相关部门之间的信息共享和联合执法,形成监管合力。

葛友山认为,根治直播带货虚假宣传问题需要多措并举。首要措施在于加快完善监管体系。面对《互联网直播服务管理规定》等在实际中的局限性,

迫切需要出台更为详细的补充细则和操作指南,针对“三品一械”直播带货的特殊性,明确监管的范围、标准和流程,以便更好地适应和引导直播带货市场的健康发展。

在葛友山看来,还可以利用人工智能、大数据等现代信息技术,构建智能化的监管平台,实现对直播内容的实时监控和自动识别。可以有效提升监管效率,及时发现并处置违规行为。此外,应建立信用监管体系,例如通过“黑名单”制度,对屡次违规的直播主体进行记录和限制,防止其通过变更身份逃避监管。

记者近日调查发现,在短视频平台、电商平台和社交平台上,有不少直播间打着“工厂直发”“工厂实景直播”等口号进行带货,其实直播间是精心搭建的,其背景可能只是静态图片或循环播放的录播视频,抑或用绿幕抠图等技术合成的虚拟场景。

■据《法制日报》

## 主播宣称工厂直发,观众求实景被拉黑

记者在某短视频平台上随机选取了20个宣称“工厂直发”的直播间,发现这些直播间采用了相似的话术和布景,却难以提供真实的工厂场景。一旦观众要求其展示真实的工厂场景,他们直接避而不谈或迅速转移话题。

一个名为“工厂直发”的直播间采用了循环播放切肉机切片的动态影像。主播声称这是“河北工厂直发的切片机”,当记者咨询如何证明时,主播沉默了一下,随后跳过该问题,继续回答其他弹幕疑问。在一个香肠带货直播

间,一名主播坐在镜头前讲解,其背后的白色背景墙上贴着一张A4纸,上面写着“工厂直卖”。主播称自己正在工厂进行直播,环境不太好。当记者询问能否拍下工厂车间时,对方以正在直播、不方便为由拒绝并将记者拉黑。

有业内人士告诉记者,这些直播间的背景很有可能是假的,用户在屏幕上看到的工厂流水线,实际上是临时搭建的“伪流水线”,看似繁忙实则是同一批商品来回倒腾,“实际上是精心搭建的‘虚拟工厂’”。

## 绿幕抠像或AI合成,即可打造虚拟工厂

经深入调查,记者发现,搭建一个所谓的“工厂直播间”并不复杂,主要有两种方式:其一,借助传送带等道具巧妙伪装,营造出虚假的生产流水线运作场景;其二,通过绿幕抠像、AI合成等高科技视觉特效技术,构造直播画面中的环境背景。

还有部分商家向记者分享了直播间传送带展示效果的实拍视频。视频显示,客户可以采用双面胶将待展示的商品牢牢固定在传送带上,当传送

带启动后,商品便会在短距离内循环展示,从而给消费者营造出一种商品源源不断、持续产出的虚假场景。在一个小房间里面就能实现“工厂直播”,看似在工厂流水线上直播,实则传送带只有一小节,旁边可以放补光灯调节亮度,模拟更为真实的工厂流水线场景。

此外,记者发现,有些账号打着“AI直播教学方案”“绿幕教学”的标签,宣称可以帮助打造直播场景。

## 直播套路防不胜防,诱导购买涉嫌欺诈

在记者调查的20个宣称“工厂直发”的直播间,主播普遍使用“没有中间商赚差价”等话术。

业内人士介绍,从开播留人、促成交易到催单下单,各个环节都有特定的语言模板。这些套路不只是吸引人停留观看,还能一步步推动成交。此外,平台对工厂场景的审核相对宽松,使得此类直播间大量存在,一旦流量达到一定规模,主播就可以通过带货佣金轻松获利。“越贴近生产流程的直播间,越容易获得用户信任、激发购买

欲,采用生产车间或工厂、果园、乡间等场景,往往能起到意想不到的效果。”业内人士说。

在中国人民大学法学院副教授黄尹旭看来,以“工厂直发”“工厂实景直播”为噱头的虚假直播行为,涉嫌侵犯消费者的知情权、选择权、公平交易权,并涉及虚假宣传等问题。

记者注意到,还有不少消费者反映自己买回来的玩具、纸巾、零食等,无论分量还是质量都不如直播间展示的那般,明显货不对板。