

网红带货出问题 如何监管?

商务部:必须保障消费者合法权益

“口红一哥”李佳琦直播5分钟卖出15000支口红;“带货女王”薇娅直播2小时销售额超2.67亿元……今年以来大“火”的直播带货,在给各大电商平台带来超高成交额的同时,却也“翻车不断”,直播中“不粘锅粘锅”“状元蟹不是大闸蟹”等话题频上热搜。

14日下午,商务部新闻发言人高峰答记者问时表示,网络直播促销作为一种新兴的电子商务营销模式,可以帮助消费者提升消费体验,为许多质量有保证、服务有保障的产品打开销路。同时任何业态模式运行都必须符合有关法律法规,必须保障消费者的合法权益。

■据《羊城晚报》

直播带货是广告?

直播带货在2019年究竟有多火?根据艾媒咨询此前发布的《2019上半年中国在线直播行业研究报告》,2019年中国在线直播用户规模预计超过5亿,其中超过五成的直播平台用户观看过明星/网红电商直播。报告认为,随着直播电商的进一步落地,市场发展或将持续加速,电商+直播或将成为连接人、货、场的重要模式。

而在刚刚过去的双11,仅仅用时1小时3分,淘宝直播引导成交额超去年全天;11日8时55分,淘宝直播引导成交额已突破100亿元。

那么,究竟什么是直播带货?主播给粉丝“种草”,与朋友之间的“种草”一样吗?

主播带货靠谱吗?

即便是广告,品牌商也会找符合自身品牌定位的明星来进行代言推广,如果明星与品牌之间发生了“错位”,就容易引起消费者的不满及怀疑。

而在直播带货中,却似乎不是如此。打开各大直播平台,可以看到才艺主播在卖货,游戏主播在卖货,户外主播也在卖货。如果主播自身是某品类商品的达人,对产品具有深刻的了解,能够帮助消费者们避雷,那也无可厚非。但如果卖美妆产品的主播一转身就卖起了家居用品、生鲜农货,只怕不少人心不免嘀咕

出了问题谁担责?

“人肉聚划算”“线上奥特莱斯”“全网最低价”……许多网红通过“高性价比”吸引了无数粉丝,并且以此创造出多个“亿元直播间”的财富神话。但藏在性价比之下的假货、三无产品等商品质量问题需要消费者时刻警惕,购物体验差可以“退款”挽救,一旦购买的产品损害了个人健康,那就得不偿失了。

而问题产品出现在直播间里,究竟是主播的问题还是平台的问题?

崔丽丽表示,按照《广告法》的规定,明星代言产品,一旦产品出现了质量问题,代言人和广告机构应该承担相应的责任。这种逻辑应该也适用于互联网平台,以此类推,即主播推荐的产品出现了“假冒伪劣”等质量问题,主播也是为此承担责任的。

崔丽丽还表示,监管部门要针对电商制定

“直播带货是基于短视频或者互联网平台的一种广告、营销行为。”对此,上海财经大学电子商务研究所所长崔丽丽在接受记者采访时这样表示,如李佳琦、薇娅这样的专业直播主播,有点类似与电视购物中的导购或者主持人。

网经社电子商务研究中心法律权益部助理分析师蒙慧欣也对记者表示,《广告法》中对广告定义为通过一定媒介和形式直接或间接介绍自己所推销的商品或服务,直播带货表现形式更为活泼且具有互动性,其本质与传统的电视广告是一样的,都是一种广告行为。

一句:靠谱吗?

“直播带货的含金量要消费者自己去判断。”崔丽丽对记者强调,网红直播带货与达人、关键意见领袖带货是有区别的,直播带货并不一定会从专业角度出发,对产品产生认可了以后才带货,而是通过主播的镜头感染力、个人粉丝号召力,去将商品推销给消费者。

崔丽丽表示,直播带货一段时间内可能会是相对主流的营销方式,消费者通过观看直播,可以形象地了解到产品的特性,但对于主播所推荐的产品,仍然需要理性地去看待。

相应条例,推出专门针对于短视频或者直播的法律法规,对直播平台或者购物平台起到监管责任。

网经社电子商务研究中心特约研究员、资深金融律师董毅智对记者表示,平台为了完成业绩,希望能够通过网红直播带来流量转化,因此双方之间有某种默契,所以让平台去做监管是很难的,需要监管部门和媒体去监督,同时,消费者自身也要提高警惕。

蒙慧欣则提醒消费者,首先要提高对商品的判断能力,对于低价、小众的商品应当理性购买;其次,在购买商品时有取证维权意识,及时保留网红推荐图片、视频等作为证据;最后,遇到消费维权“瓶颈”时,可以选择向消协等部门投诉,甚至提起法律诉讼。



三无产品、资质造假、安全隐患…… 儿童纹身贴乱象调查

■新华社电

儿童贴纸、儿童纹身贴是一类临时粘贴装饰品,因其色彩多样、造型丰富,深受各年龄段儿童们的喜爱。

刚上3年級的梁小鱼(化名)最近爱上了儿童纹身贴,她最喜欢的是蝴蝶贴,贴满手臂之后,五颜六色的像一道彩虹。汽车、恐龙等动漫形象则成了班上男生们的“宠儿”。只要一下课,调皮的男生就会亮出胳膊上的图案,扮演着各种动画片里的角色。作为奖励,梁小鱼的妈妈也通常会送给她儿童纹身贴,“孩子喜欢,每次贴上之后都不舍得洗掉,一般能保持两三天。”

记者在电商平台检索“儿童贴”等关键词,便会出现让人眼花缭乱的各种儿童贴,价格从1元到50元不等,有的销量已过万。记者注意到,除了宣传儿童纹身贴使用寿命长、保持更持久之外,大多数儿童纹身贴商家都会注重介绍产品的安全性,“无毒油墨”“无毒检测认证”。

然而事实如此吗?此前央视记者将四款纹身贴样品送往专业检测中心进行成分检测。检测员介绍,记者采购的这四件样品均属“三无”产品。最终,检测员参照粘黏性玩具欧洲标准,对四件样品可迁移的19种元素进行检测,样品中有三件均检出了重金属元素,而且均超过相关标准。

电商售卖这些的儿童纹身贴是否有质检报告?对此,许多商家迟迟不回消息,有的表示交易后期才能给出质检报告。少数商家给记者出示了质检报告,但均为过期的旧版。根据多家商铺提供的质检报告信息,记者先后在中国合格评定委员会官网、中国质量认证中心查询,但均未查到任何信息。有文具店老板坦言,“这没什么资质检测,这成千上万个东西,根本检测不过来,也没有精力去查。”

而这些“合格”的质检报告又从何而来?“只需检测样品,只要样品合格,就能出报告。”多个做过儿童纹身贴质检报告“订制”的商家给出建议,并表示可先采购有环保材质的产品送检,“好样本,次商品。”如有个别小项不合格,也可以去掉。“整个行业都是这样。”

中国消法研究会副秘书长陈音江表示,市面上“三无”儿童贴纸、儿童纹身贴产品较多的原因,主要是这类产品目前没有行业标准,很多都是委托小厂加工生产,产品质量安全没有保障,而且其销售渠道也相对分散,主要集中在各种小店和网售渠道,监管起来也相对困难。但“三无”产品直接危害到儿童的身体健康,亟待引起有关部门的高度重视。

早前国家市场监管总局也发布提醒称,在选购和使用儿童贴纸、儿童纹身贴产品时,要慎重购买聚氯乙烯(PVC)基材的儿童贴纸,谨防聚氯乙烯(PVC)材料中邻苯二甲酸酯对人体造成伤害。

陈音江建议,有关部门在严厉查处不合规“三无”儿童贴纸、儿童纹身贴产品的同时,定期开展产品质量抽检,一旦抽检发现质量不合格产品,应立即责令全面停止销售并依法给予查处。