

# 直播间的“低价”黑幕： “价值上千”的翡翠 进价30元

数据显示,2020年前11个月,电商直播已超过2000万场。而狂欢的背后,头部主播屡屡“翻车”,虚假宣传、问题产品的投诉不断。近日,记者调查发现,部分直播带货套路满满,演戏砍价、哄抬价值。还有主播低价售卖三无日化产品,一些卫生用品生产商,甚至专门生产劣质湿巾,专供直播带货。



秋风在直播间叫卖劣质玉石,并在展示商品时进行“砍价表演”。视频截图

## 直播间里的“表演”

1

2020年12月24日,记者以供货商的名义,参加了一场直播带货。这位名为“秋风在行动”(以下称秋风)的主播,在5个多小时直播里,推销了几十种货物,衣服、玉石、日化用品等应有尽有。

当晚数据显示,这场直播3万多人观看,卖出上千件商品。主播秋风粉丝量近150万。直播时,他会穿上西装和高领毛衣,对着屏幕亲切地喊着“家人们”,“家人们今天想要什么,秋风给你们先送一拨。”

记者在现场注意到,除了秋风,房间内还有5名工作人员。挨着秋风的两位,一个负责在直

播间上架商品,一个给主播递上展示商品。还有一位则窝在房间角落,盯着直播页面,在适当的时候配合秋风“演戏”。

几乎每件商品,秋风都宣称是为了给粉丝送福利“亏本销售”。在直播中,配合演戏的工作人员,会适时出来劝阻。

在销售一款翡翠山水吊牌时,秋风宣称该山水吊牌“价值上千元”,为了回馈粉丝,只卖99元。为了激发粉丝的抢购欲望,秋风宣称只准备了5块吊牌,还特意叮嘱工作人员不能抢购,“你们不准抢,总共就5个,你抢了别人还买不了?”

一番展示后,这款山水吊牌的销量迅速飙升到19单。但戏剧的是,这远远超出了主播宣称的“5个库存”。见状,秋风赶忙解释:“怎么抢到十几个,不好意思,设置错了。”上架的工作人员也赶忙表示是自己疏忽写错了库存量。

这时有粉丝为了不让“秋风”亏本,主动提出退货。秋风表情尴尬,勉强挤出笑脸,说会联系粉丝办理退款。

事后,一名工作人员告诉记者,这个环节是他们故意安排的,“库存远不止5块。”当晚,翡翠最终卖出了14块,主播也都一发货。

## “价值上千”的翡翠进价30元

2

这款翡翠也并非秋风宣称的“价值上千元”。记者从供货商处了解到,这款玉石的出货价仅20多元,配上一个成本三块二的缎面包装盒后,看起来会高档不少。

一位业内人士看了这款玉石的图片后,当即判断该吊牌价值低廉。“纹路、工艺都比较粗糙,肯定是机器刻的,雕刻一个工费就几块钱。从成色看,也是比较低等的材料。”这款“亏本销售”、价格打了一折的翡翠,算上快递费,也能给秋风带来每件63元的利润。

当晚,秋风还卖了一款“新疆金丝玉平安扣”,售价199元。一

名从事珠宝鉴定的行业人士告诉记者,金丝玉通俗的叫法就是鹅卵石,价值低廉。但在各种套路助力下,这款产品卖出了110件。

事实上,在直播平台上,卖玉的生意非常火爆。公开资料显示,仅在云南瑞丽,就有近4万人从事珠宝玉石直播销售工作,2020年1至5月,瑞丽直播销售额高达36.6亿元。此外广东等地也有大量主播在直播卖玉。

不容忽视的是,这股热潮背后,虚假宣传、质量差,甚至遇骗的投诉也居高不下。

据报道,2018年7月,福建宁

德破获一起利用翡翠直播进行电信诈骗的骗局,主播高价兜售废石,不仅“演戏”,连视频中的市场都是在租赁房内搭起来的。2020年5月12日,瑞丽市公安局摧毁一个诈骗团伙,他们在直播间诱导消费者买玉石原料,购买金额较大时,则以原石被切垮为由将资金吞没。

一位业内人士透露,玉石直播的套路难辨真假,直播中的美玉常与实物落差很大。直播间会以强光灯照射展台,透过镜头,玉质的白度被提升了几个档次,但同时玉质的瑕疵很难展现出来。

## 2元一瓶的“三无”洗手液

3

直播中,秋风还售卖了一款居能牌小苏打抑菌洗手液。99元两瓶,每瓶500毫升。记者从供货商处了解到,进货价仅为每瓶2元。

而在直播时,这款洗手液标价59元,主播表示为粉丝送福利,“99元拍一发二,只有50单!”很快,在主播推销下一个商品前,粉丝已经抢购了46单。

记者在小商品市场走访发现,品牌的洗手液进货价普遍在10元左右,2元一瓶的廉价洗手液也能买到,但都是当地小工厂生产的。

甚至有批发商报价“每瓶16元”。商贩坦言,这样的廉价洗手液在市场上也不少见,因为价格低廉受带货主播青睐。

秋风卖的这款洗手液并非购自厂家,而是由一家供应链公司提供,除了日化用品外,这家公司还向主播提供各类化妆品、食品等,几乎相当于一个小超市。

记者从供货商处得知,这款洗手液并非在广州生产,而是产自本地。在供货商的介绍下,记者在临沂一处城中村的仓库见到了“厂家负责人”,对方坦言这款

洗手液确实没有化妆品生产许可证,也没有消毒产品的卫生许可证,生产厂家就在附近的镇上。面对记者“参观车间”的请求,对方也以各种理由婉拒。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江告诉记者,疫情期间消费者普遍偏爱这类带有抑菌功能的洗手液,2020年年初销售非常火爆。没有取得卫生行政许可,就意味着生产厂家的卫生情况得不到保障,这样的产品不仅起不到消毒杀菌的作用,消费者使用后,反而会造成细菌二次污染。



一家公司生产的廉价湿巾,专供直播带货。新京报



秋风的直播间里,摆着待销售的样品。新京报

## 厂家特制次品湿巾 6毛一包专供主播

除了日用品,湿巾也是很多直播间的热销品。

临沂靓倩卫生用品有限公司,是一家专门生产婴幼儿湿巾和卸妆湿巾的湿巾企业,为了打开销路,该公司通过代理商向大大小小的各级主播供货。

2020年12月底,记者以进货的名义前往该公司,一名负责人提议,“如果是直播卖货的话,建议你买进价便宜的湿巾。一分钱一分货,品质高的价格高,但是在直播间卖不动。”

这位负责人向记者推荐了一款“专门面向直播带货”的婴幼儿手口湿巾。“这种湿巾就是专供带货主播的,卖得非常好,一包80片只要6毛5,一箱十包。”他给记者算了笔账,即使打着送福利的名义,一箱湿巾卖9.9元,主播依然还有利润。

“我们一个月能卖出10万箱,都是通过主播带货卖出去的。”记者现场打开一包样品发现,这种湿巾的材质较差,轻轻一扯就烂,比正常湿巾也窄了很多。

这名负责人透露,这是厂家专门针对直播带货开发的产品,价格比正常湿巾中低了一半,所以品质也是湿巾中最差的。“在网购平台或实体店没法卖,只有通过直播带货才卖得动。”

为直播带货定制次品,这家公司不是特例。记者调查发现,另一家生物科技也有这个“套路”。该公司市场负责人透露,他们公司生产的湿巾里,也有一款婴幼儿湿巾,“是专门面向直播带货渠道的,出厂价也是所有产品中最低的,一包仅需6毛7。”

## 专家:应加大直播售假处罚力度

声音

上述负责人还告诉记者,为了在直播间打开销路,公司特意在“天猫商城”开设了厂家直营旗舰店,“故意把旗舰店里的商品价格标高,以此凸显主播带货的价格优势。”

对方以一款羽绒服清洁湿巾为例介绍,在天猫旗舰店上售价为19.9元,厂家实际出货价4.9元,主播带货的话一般会卖14.9元。

张强(化名)经营内衣批发生意多年,后来转型直播带货。他提供货源,邀请主播到店直播。他称,一些主播卖的品牌服装其实品质也很一般,有些甚至是贴牌产品。他在直播间卖出的内衣,虽然吊牌写着知名品牌,但其实是贴牌产品,“只需要花3块钱从厂家买个吊牌,小厂货就能摇身一变成为品牌货,售价也能跟着提高,在直播间也很受欢迎。”

事实上,随着直播带货的风行,引发的消费纠纷也居高不下,甚至不少明星直播间的产品也频频爆出质量问题。

2020年11月6日,国家市场监督管理总局发布了《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》,指出“售卖假冒伪劣产品”“在产品中掺杂掺假、以假充真”等都属于网络直播营销中的违法行为。

2020年11月13日,国家互联网信息办公室发布了《互联网直播营销信息内容服务管理规定(征求意见稿)》,其中第十二条第三款指出,直播营销平台应当建立黑名单制度,对严重违法违规的直播营销人员及因违法犯罪或破坏公序良俗造成恶劣社会影响的人员列入黑名单。

对此,中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍表示,直播带货行业鱼龙混杂,处于信息劣势地位的消费者往往在“全网最低价”“限量秒杀”等言语引导下冲动消费。还有一些演戏砍价的行为,也违反商业伦理,甚至涉嫌销售欺诈。他觉得,从监管上来看,应加大对直播售假行为的处罚力度。除了建立黑名单制度外,还需要跨部门监管,对直播营销行业进行全面管理。(新京报)