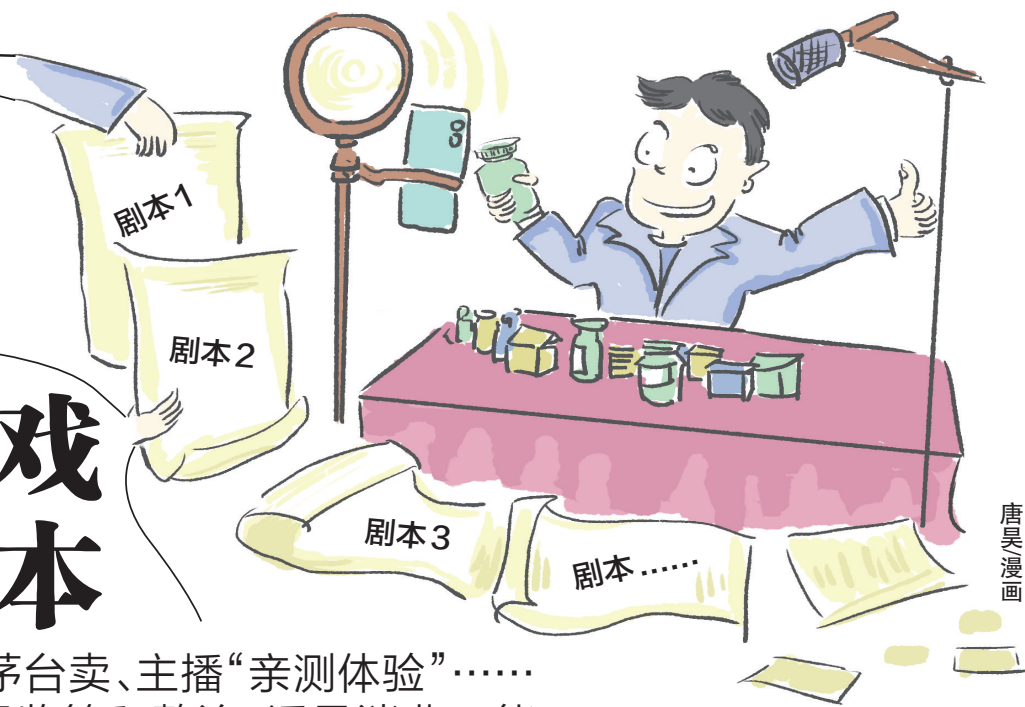


Z 央视网
北京日报客户端

央视“3·15”晚会揭露的消费黑幕中,直播间里“苦情戏”让不少老人沉迷其中,声嘶力竭的主播们通过编造低俗夸张剧情博取同情,在一口一个“爹妈们”中,收割老年人流量。目前,被曝光的“马洪亮”“小张说事”等账号已被平台下架。但实际上,直播间带货的剧本套路远不止这些,主播“亲测体验”也有脚本,“剁手”请留心。



唐昊漫画

不止“狗血”苦情戏 直播间带货有剧本

“直播间儿子”卖“神药”、普通酒充当茅台卖、主播“亲测体验”……直播带货话术套路满满;律师表示,应加强监管和整治,诱导消费不能成为商业模式

“直播间儿子”专骗“爹妈”买“神药”

在央视“3·15”晚会曝光的案例中,李先生的母亲和杨女士的母亲被一些帮人解决纠纷、调解家庭矛盾的情感类直播迷住。主播们通过设计好的桥段,与雇用的演员进行荒诞的表演,上演一幕幕“苦情戏”,只为利用老人的同情心。在主播一声声“爹妈们”的叫喊中,老人不但给主播点赞刷好评,还买了不少直播间里推荐的号称有神奇疗效的产品,可这些产品都是固体饮料、压片糖

果等普通食品。 “我妈妈整天买他们的东西,我说了妈妈都不信了,就相信主播,真的快疯了。”“我爸刚因为这个跟我吵完架!”“我妈买了一款内裤,399元一条,说有紫外线什么的功效,可以调节身上的病。都没想到我妈会上这种当。”“我80岁的姥姥沉迷看这个,说也不听。”直播间苦情戏骗老人买“神药”被曝光后,不少网友在评论区留言表示,自家也有“同款”老人深陷其中。

除了装出一副正气凛然的样子帮“爹妈们”解决纠纷,主播在直播间的另一个常用称呼就是“家人们”。品牌方给一个价,直播中主播却突然抛出一个更低价格,品牌方不同意,于是双方吵了起来,主播说自己“倒贴钱”也要卖给“家人们”;还有的故意标错产品价格,如将原本99元的产品,被助理标成59元,主播现场大骂助理,最终忍痛“亏本”销售给“家人们”。 这些看似“狗血”的低劣



桥段,却常令老人看得入神。几天前,知名带货主播“辛巴”炮轰过这一现象,称情感主播编排剧本坑骗老年人消费,导致退货无门,而平台则纵容情感主播,制造虚假人气和虚假数据。

“骨折价”满是套路 诱导消费乱象当止

甚至,就连主播张口就来的“骨折价”,也是早已备好的话术套路。比如,观众经常在直播间里听到的“惊喜福利部分”,如“这价格是主播真正回馈粉丝”“亏本销售,总代都拿不到这个价”“不用想,直接拍,只有我们这里有这样的价格”等,都是主播必备话术的培训内容之一。

在“超低价格”的套路下,消费者成为受害者。市民卢先生去年“双11”曾在某直播间购买了一双某品牌男子运动鞋。主播表示,579元的价格系所有平台最低的,不是最便宜的就退款。但卢先生拿到鞋后一对比,发现有平台给出了559元的价格,找主播退款被拒绝。

上海汉盛律师事务所高级合伙人李旻表示,直播骗局是互联网经济大发展过程中的阶段性产物,其从产生到屡禁不止都有自身的原因,但这种现象的本质仍是消费领域的不诚信,甚至欺诈消费行为,对消费者权益的损害极大,对于这类现象的整治也尤为重要。

他建议,一方面监管层面仍需进一步加强法律法规、规范的制定和落实,加强对整个行业,包括直播平台、直播从业人员的监管和规范;另一方面,直播平台应当进一步完善平台规则,从直播从业人员的入驻、直播活动的开展和进行等角度,加强监管和整治。

直播时挡住酒瓶上的字,普通酒充当茅台卖

炸”中,不少消费者最终掏了腰包,殊不知,这每一轮推销没有一个环节是真的。 昨天,一家酒类销售公司的法定代表人因为在网络直播中虚假宣传、价格欺诈、违规有奖销售,接到北京市市场监管综合执法总队下发的行政处罚告知书,上述违法行为被叫停,同时拟对其罚款115万元。

这些普通酒是怎么一步步吸引消费者买单的? 据介绍,这名当事人在直播平台、电商平台销售茅台保健酒业公司某款白酒时,多次故意用酒瓶、

手指等不同方式遮挡“贵州茅台酒厂(集团)保健酒业有限公司”中的“保健酒业有限公司”或“保健酒业”字样,从而让消费者误认为该款酒为贵州茅台酒厂生产。

当执法人员来到当事人在北京亦庄某写字楼的办公地点,发现该公司有两间50多平方米的直播间。其中一间不时传出主播与助播们大声推销的声音,“这已经是最低价了”“全球限量版”;另一间有3个不同的直播场景,摆满各种名酒充当背景。该公司员工说,这些瓶子其实都是买来的

空瓶。当事人宣称“茅台某款酒全球限量发行19999套”“五粮液某款酒限量发行不超过1000盒”,经核实均不属实。还有一款名为“金奖1915”的酒,宣称获得了“1915年博览会金奖”,其实也是假的。

另外,当事人实际控制的两家公司分别在直播销售平台、传统电商平台销售同款白酒,在直播平台标价为998元,而在传统电商平台销售标价为7980元,以巨大的差价吸引消费者购买,存在被比较价格不真实准确的价格欺诈行为。

主播“亲测体验”也有脚本,众多商家在售卖

记者调查发现,直播间的剧本,远不止“狗血”情感剧。 “这款芦荟胶是我自己一直备着的护肤品,镇静作用特别好”“这款护肤水吸收快,我用后完全不堵毛孔”“我抹过这款唇膜后,原本的干皮、起屑、干纹都有明显改善”……直播间里,主播们举着一款款产品,不遗余力地向观众推荐并描述自己的使用体验。

“都是有台词脚本的。”某KOL(意见领袖)内容和电

商整合营销平台负责人告诉记者,这已成为一个成熟的产业链,有写剧本的、提供带货话术的,还有接受主播定制口播文案的。“没经验的小主播带货时在直播间照着现成的文字念,有经验的大主播或中等主播,一般会根据他们个人特色定制台词。”

记者在某电商平台搜索后发现,有众多商家售卖现成的直播带货话术或台词脚本。记者以19.8元下单了某月销近百件的“直播

间带货话术拆解”,发现这些话术已精确细分到各个商品品类,如护肤类、食品类、美妆类、电器类等。

以口红为例,某分类脚本写道:“绝美口红在线索命,上嘴很顺滑”“看它外壳掉漆的程度,就知道我有多爱它”“我天天用,搭配任何一件衣服都很好用”,同时在备注中提示主播,对口红一定不要简单停留在质地、颜色的描述上,要采用“洗脑式销售话术”,比如“涂上你就是贵妇”

“会挤出水的嘴巴”“小狼狗都要扑到你身上”等。

“这是刚上市的新品卸妆湿巾,我拿到手之后就一直用,根本停不下来!(向观众展示空盒)”“这款护肤水是我们店里的新品,我自己这瓶已用得只剩一点了”“xxx明星同款沐浴露,我们家就是用这款沐浴露洗澡”……记者看到,护肤类、日用类商品同样有大量“亲测”台词供主播选用,甚至备注了配合动作。

写在最后

虚假宣传不能成为商业模式

直播带货走上风口,传统电商面临非常大的竞争压力。不过,要看到的是,传统电商平台经过多年发展,已经探索出一套成熟的平台治理体系,消费者的利益相对有保障。

遇到纠纷时也有相应的解决办法,而这种优势恰恰是目前很多直播平台所缺乏的。

虽然平台也建立了一套体系,但平台和主播

们的诉求未必是一致的。平台当然想追求一套规范,而活跃在平台上的商家和主播们,为了自己的短期利益,就不会顾忌这么多。

从明星主播到普通主播,从卖酒到卖化妆品,虚假宣传问题,俨然已成为直播带货最大的隐忧,这个问题不容回避,直播带货如果要走得更远,就必须积极应对。

