

质量差、退货难、数据假

——“网红带货”乱象值得警惕



电商直播风起云涌。众多明星、网络红人通过直播推荐商品,观众“一键下单”。“网红带货”方便快捷,有互动效应,颇受欢迎。但是,以这种方式购买的商品质量到底如何?“网红”直播靠谱吗?

“网红带货”乱象不断,消费者投诉持续攀升

江苏南通市民杨先生观看了某直播平台的主播带货后,购买了一床鹅绒被。主播直播时,称该鹅绒被填充物为100%鹅绒,面料为全棉防羽布。但杨先生收货后发现,面料是化纤布,且被子里面填充物是垃圾棉。

杨先生的遭遇并非个案。一些消费者向记者反映,通过直播购买的一些商品不仅质量差,还是“三无”产品,无任何保障。

“之前在直播平台看到,一位拥有50多万粉丝的主播推荐一款洗衣液,称效果非常好。但购买后发现,竟然是小作坊生产的‘三无’产品。”

数据造假严重,行业鱼龙混杂

记者了解到,与传统电商卖家全权负责产品销售和售后服务不同,“网红带货”模式多为商家与经纪公司合作,由经纪公司安排“网红”推广产品。

某经纪公司工作人员刘冬告诉记者,经纪公司只与商家约定带货的产品和流程,对产品质量的把关并不严。带货的“网红”很少会事先对产品进行全面了解,工作内容只是在镜头前进行产品推荐。因此,由于产品质量不过关等问题,带货直播“事故”屡屡发生。

除了流水线式的接单,经纪公司还会与合作商家约定,根据带货效果收取佣金。不过有商家告诉记者,“网红”在镜头前带货、经纪公司在镜头

亟待加强对直播带货的法律规范

中消协发布的《直播电商购物消费者满意度在线调查报告》提到,根据相关数据统计显示,2019年我国直播电商市场规模已达4338亿元,预计2020年行业总规模还将继续扩大。

专家认为,对丰富电商销售模式、拓宽销售渠道而言,直播带货是一种顺应潮流的创新;但应当通过建立完善的规章制度加以引导,更好地维护消费者合法权益。

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍说,目前,电子商务法对电子商务平台

南市民李霞说,这款“鹭净洗衣液”无生产日期和生产厂家,瓶身也没有贴任何标签信息,根本不敢使用。

此外,不少消费者反映,直播购物的售后体验比较差。有的“网红”主播只顾销量,漠视消费者的售后服务要求。南京大学学生姚非告诉记者,之前看到某“网红”直播推荐后购买了一双靴子,但收货后发现尺码不合适。她申请退货,但遭商家拒绝。“最终还是平台介入,反复与商家协商后才成功退货。”

记者从江苏、山东等地消保组织了解到,关于电商直播带货的消费投诉越来越多。

后刷流量已是行业惯例。

此前,微博粉丝380万的某时尚博主为一款产品进行线上推广,相关视频在发布一天后浏览量达353万,评论中表示已经下单支持的粉丝不在少数。但最终商家发现,数据造假现象严重,产品销量为零,随后微博平台对相关账号进行了处理。

记者加入一个专刷视频流量的微信群。群内刷视频评论量、浏览量、观看人数、互动人数的广告铺天盖地。多位发布广告的人员宣称,除可以刷各种基础数据外,还提供“代开直播间”“视频推热门”“更改销量”等“服务”。

记者发出刷流量的需求,随即有多位成员表示可以提供“服务”。费用方面,刷20

责任已有规定,但对短视频这类平台在电商行业中的性质,暂无明确规定;有关部门可进一步明确各类短视频平台和电商平台之间的性质、关系,完善相关法律规定,避免直播带货领域成为法律空白地带。

北京师范大学法学院教授刘德良认为,直播平台要提高准入标准,完善诚信评价机制。例如,平台应进一步完善内容审核机制,约束商家建立完备的售后机制。相关监管、执法部门可建立针对直播平台的网上巡查机制,在全网开展数据打假行动,防范数据欺

江苏省消保委发布的一份调查报告显示,在直播平台购买过物品的消费者中,超过三分之一的消费者遇到过“三无”商品及商家售后服务态度差的问题。2019年,山东省消协受理的133起电商购物投诉中,与直播带货相关的占近半数,其中广告宣传与实物不符为突出问题。

中消协不久前发布的《直播电商购物消费者满意度在线调查报告》显示,六成消费者担心商品质量问题,超过四成消费者担心售后问题。不少消费者还认为,直播带货中“夸大其词”“假货太多”“货不对板”等问题同样突出。

万浏览量加1000条评论,一般报价100元。“视频推热门”等项目,则根据直播平台不同,收费为5000元到5万元不等。一位广告发布者表示,“现在团队主攻几大短视频平台,每天能接上百单,八成以上是生活用品和服饰类的订单。”

平台对产品质量疏于把控,也导致“网红带货”各类问题频现。山东一家电商公司负责人苗雨说,传统电商平台对产品质量和服务有比较严格的要求,头部商家往往有很强的综合实力;但“网红带货”目前多在短视频平台上流行,这类平台对产品质量缺乏明确的准入门槛和规范标准,“三无”产品和小作坊借机进入,导致行业鱼龙混杂。

诈行为。对于存在售假、伪造流量等行为的主播、“网红”,应列入失信名单,定期向社会公布。

山东省消协相关负责人表示,从直播购物遇到的问题来看,多数消费者极易被夸大宣传或虚假信息所误导,存在冲动消费行为。消费者在购买前应确认自己的实际需求,了解商品详细信息,在交易中保留必要的交易凭证。一旦发现权益受损,及时联系消保组织揭露和举报相关违法违规行。

据新华社电

无法消费的消费卡

——疫情之下的预付卡纠纷调查

健身房老板“跑路”,导致数千元的消费卡作废;教育机构一纸公告宣布倒闭,连带余额过万元的课程费“打水漂”……疫情期间,多地频现预付费消费纠纷。仅今年2月份以来,全国有数十家教育培训机构因关停、不返还消费者预交费被投诉,其中不乏知名机构。

疫情下预付费风险凸现 涉案金额动辄数百万

去年7月,王女士花3000元在深圳天焱健身俱乐部办了一张年卡。今年2月,一些行业开始复工,但关闭多时的健身房却迟迟没有消息。

“不会是老板跑路了吧?”王女士通过微信联系了私教。令她吃惊的是,教练叫苦连天。因被拖欠工资,10多位教练已申请劳动仲裁。300多名维权消费者中,有人办了3年的卡,有人买了100节私教课。初步统计,涉及金额超过百万元。

由于健身房负责人失联,消委会无法开展调解,只能将企业经营异常的信息推送至深圳市公共信用中心并进行公示。

教育机构也是预付费消费纠纷的“重灾区”。3月16日,儿童体能培训机构“趣动旅程”突然宣布公司现金流枯竭,正通过破产重整寻求各种可能的机会。“孩子在这儿上课快两年了,没想到突然会倒,可气的是预交的钱估计讨不回来了。”家长高先生卡上还剩余126个课时,费用折合约2.7万元。据不完全统计,该机构在北京地区十几家门店涉及会员4000余名,还有28万余个课时未履行完成,折合服务费约4300万元。

疫情之下,多地服务机构经营受挫,资金链断裂,被迫关闭门店,导致预付费消费纠纷凸现。

中国消费者协会不久前公布,2020年1月20日至2月29日,全国消协组织共受理涉疫情消费者投诉180972件。其中,合同问题投诉量为35260件,培训服务类预付费纠纷成为投诉热点。

“打两三百个电话也没用” 监管主体不明投诉无力

今年3月,北京黄先生为讨回培训机构预付卡里的余额想尽办法。“群里的家长为此打了无数个电话,投诉热线打了不下1000次,其他各部门也打了两三百次”,但均无果。

很多消费者经历了相似的投诉历程:派出所称并无直接证据证明企业有诈骗或经济犯罪行为,所以无法立案。12345热线起初反馈很快,说“会转到相关部门”,但之后迟迟没有下文。也有消费者一开始就发起诉讼,法院表示会合并审理,但也一直没有进展。

那么,预付费消费纠纷究竟该如何依法管、由谁管?

“市场监管、商务等部门对预付卡都有一定监管权,但由于权责划分不明确,导致监管形同虚设。”长期关注预付费消费的中国消费者权益保护法学研究会副秘书长陈音江说:“我的亲戚朋友很多都有类似遭

遇,我和他们一起去找过各个部门,但基本都未解决。”

陈音江说,目前,按相关文件,单用途预付卡的主体监管部门是商务部,多用途预付卡的主体监管部门是中国人民银行。不过,这两个部门都没有基层执法力量,消费者遇到问题还是找市场监管部门。可是,市场监管部门都是进行事后监管,面对消费者的投诉只能尽力找商家调解。如果商家失联,他们往往也无能为力。

广东省消委会表示,预付费消费市场准入门槛低,大量规模小、资质差的经营者涌入营销行列,导致市场主体身份复杂、良莠不齐,难以规范。

值得注意的是,作为防范措施之一的企业备案制度难以发挥作用。

2012年9月颁布的《单用途商业预付卡管理办法(试行)》规定,发卡企业应在开展单用途卡业务之日起30日内办理备案,规模、集团和品牌发卡企业实行资金存管制度。然而,在实际操作中,企业是否备案、存入存管资金,基本都靠发卡企业自愿自律,资金使用情况也无法做到跟踪监管。一位业内人士说,截至2017年10月18日,上海市发卡企业约达10万家,但只有396家企业备案。

多措并举帮助企业渡过难关 强化事前消费者资金安全保障

疫情之下,多数经营者都受到或大或小的影响,一方面经营者延迟复工甚至无法复工,另一方面消费者出于安全考虑减少了大部分消费活动。持续性的支出大于收入,对经营者的资金链而言是巨大的考验。

对此,广州大学法学院教授欧卫安等专家建议,监管部门应适当出台减免政策,积极筛查经营者状况,对于遇到经营困难主动求助的经营者,给予相应帮扶,以助企业恢复正常经营状态。此外,在疫情期间,监管部门对于预付费消费应加大监管力度,严格筛查经营者备案情况,及时公开备案信息。

对于如何确保预付卡消费安全,多位专家表示,我国现有法律主要强调对消费者的事后救济,应通过更加完备、严密的规定,强化事前对消费者资金安全的保障。

欧卫安建议,目前预付卡的管理办法仅适用于企业法人,有必要将个体工商户纳入规范范围,健全分类监管机制。此外,应针对发卡主体的资格、经济实力、管理人员资信等情况进行严格规定。

中央财经大学教授陈端建议技术赋能监管,运用大数据技术搭建跨部门的信息共享平台,把发卡主体资质审核、经营状况及风险提示、失信惩戒信息等打通,及时向消费者公布和预警。

陈音江提出,要通过担保机构进行严格的资金托管,出现纠纷消费者可索回剩余款项。此外,还可采取部分资金监管方式,企业将20%或30%的预付款资金存入专项账户,解决退款问题。据新华社电