

# 在直播间抢到的商品真的便宜吗

## 记者调查“双11”直播带货乱象

中国互联网络信息中心数据显示，在电商直播中购买过商品的用户已占整体电商直播用户的66.2%，直播电商消费习惯逐步养成。今年“双11”，电商们抓住直播带货良机，以让利、赠品等形式纷纷挤进知名网红的直播间；而那些没有挤进去的，要么自己在平台上直播，要么邀请一些不太知名的主播做直播。

价格低廉、购物便捷、秒杀福利、补贴红包……直播间的这些噱头吸引着越来越多的消费者选择直播购物。然而，记者近日调查发现，主播素质参差不齐、虚假宣传、价格误导等现象引起诸多消费者吐槽，在营销套路、平台规则的裹挟下，消费者要抢到真正划算的商品越来越难。



(网络图)

### 乱象一

#### 饥饿营销 价格误导

一盒面霜原价350元，直播间的价格也是350元，但会赠送一些面膜或者水乳等小样，将这些赠品的价格也算入面霜价，再告诉消费者：面霜打了折！

这是资深“剁手族”刘默(化名)近日在某“头部主播”直播间购物时总结出来的直播营销套路——将赠品的价格附加至商品中。

据刘默介绍，与往年“双11”的直播活动不同，今年各大直播间的商品价格普遍不低，尽管主播们高喊“家人专属福利”“全网最低价”“七折、六折、五折”，但许多商品的折扣是通过赠送小样或单品的形式实现的。

“举个例子，一瓶水乳预售188元后送价值60元的面膜，主播就说打了六八折，可这款面膜在全网都找不到价钱。而该水乳之前也只卖168元一瓶，感觉有厂商在借‘双11’狂欢清理库存。”经过一番计算，刘默最终放弃购买该水乳。

对于主播的这种行为，服装电商从业者爱园说：“赠品或小样并没有流入市场，价值也不太高，如果将赠品的价格加入商品中，其实是不太合理的。”

11月4日，记者观看了某女明星的一场“双11”直播。其宣称某品牌面膜平时需要18元/片，但在直播间购买价格为128元/50片，平均每片面膜2.56元。

记者同时进入电商平台搜索同款面膜，发现在该平台上这款面膜的售价为109元/40片，购买两件可以领取优惠券，最终可以198元的价格购买80片面膜，平均每片只需2.48元。

一份由申万宏源发布的“双11”化妆品全渠道比价指南也反映了直播间的价格并非“最实惠”：该机构详细对比了41款包含国内外品牌的美妆商品全网最低价，发现有16款商品的全网最低价是出自免税店或者官方旗舰店等渠道。

既然直播间价格并非“全网最低价”，为何一些消费者仍然会对直播购物趋之若鹜？记者采访发现，主播们普遍采用的“饥饿营销”是背后原因之一。

北京某公司职员赵磊平常喜欢看抓鱼相关的视频和直播，近期他给关注的一位主播起了一个新名字“永远30秒”。“这个主播一边直播抓鱼，一边卖诱鱼剂，每次介绍时都说，只上架30秒，大家赶快抢购。几分钟后，又上架30秒。他直播一两个小时，会有无数个30秒。”赵磊对此有点哭笑不得。

刘默也遇到过类似情况。她发现，主播会将商品分批次上链接，“第一批上了300件，卖完后有些消费者没有抢到，过一会主播会说跟商家协商补货，可以继续抢购，过一会再上第三次、第四次链接”。

直播行业从业者陈栋告诉记者，一些主播为了刺激消费，会制造商品非常难抢的假象，“比如主播说这件商品只准备了500件，但实际上卖出500件之后商品链接还在，消费者还可以继续购买”。

“直播是一种沉浸式购物，与搜索式购物的不同之处就是来不及比价。很多主播介绍商品的时间特别短，加上又极力宣称快没货了，诱导消费者匆匆下单，但消费者购买之后发现可能还有更低价。”陈栋说。

### 乱象二

#### 憋单话术 耗时耗力

除了价格误导外，一些主播在介绍商品时超快的语速、超短的时间也让许多消费者“迷失”在直播间。

刘默本来雄心勃勃地想要在今年“双11”鏖战一番，为此她早在主播上架商品预告时便提前做好抢购准备。没想到，预售当晚“挤进”“头部主播”直播间的品牌、商品相当多，几乎所有主播都提高了介绍商品的语速，即便是普通“腰部主播”，介绍一款商品的用时也不会超过3分钟。

“还没来得及听清楚、看清楚商品长啥样，就过去了，在直播间要想抢到真正划算的商品越来越难了。”刘默吐槽说，为了不错过心仪商品，她只能全神贯注地盯着屏幕，生怕一走神，链接就从眼皮底下溜走了。

有媒体统计，在10月20日“双11”预售当天下午4点到晚上8点的4个小时里，主播薇娅共讲解了341款商品，平均42秒一款商品；主播李佳琦共讲解了252款商品，平均57秒一款商品。

“信息密度如此大的商品介绍，对于消费者注意力集中的程度和耐心度要求非常高。”陈栋说。

对于这种现象，有网友打趣说，自己在学生时代上课时都未如此认真地“听讲”。

记者在采访中还发现，在长时间的直播过程中，当粉丝没有耐心时，有的主播会设置一些秒杀商品或超低价商品给粉丝送福利，吸引大家持续关注。

但刘默从来没有抢到过这些秒杀商品，“比如说秒杀100件商品，可往往在上线那一瞬间，就已经抢购完了。真的是网络或手速原因导致抢不到，还是暗藏玄机？”刘默很不理解。

对此，陈栋给出了一种解释：“不排除确实是消费者没有抢到的情况，毕竟超低价商品大家都会抢，但也可能是主播故弄玄虚，实际上根本没有上这么多商品链接。”

据陈栋介绍，直播带货中有一种话术叫“憋单”，即主播在直播刚开始的时候向消费者介绍今天会有多少单是福利，几元钱就可以买到较贵的商品，但一直不上线，消费者等不下去打算离开时，主播又会说再过一会就上链接，等等等等，最后消费者还是拍不到。

“整个直播行业都在使用这种套路。”陈栋介绍说，在直播购物中，消费者的期待值被不断拉高，可下订单时却发现与自己的心理预期不相符，耗时耗力。

### 乱象三

#### 质量不一 素质不齐

虽然直播间有各种价格套路，但记者调查发现，有些商品价格确实很低，甚至低于市场正常价格。

针对上述情况，爱园解释说：“商家为了销售库存商品，快速回笼资金，会选择低价出售。还有一些残次品、存有瑕疵的或者临近保质期的商品，商家也会以较低的价格出售。”

据爱园透露，由于直播行业销售量、商品流转速度快、退换货率高且价格低廉等特性，商家在生产时会生产不同批次的商品以面向不同渠道的消费者，“直播间的商品大多为流水线生产的商品，很多衣服都是简单剪裁、缝纫好之后就直接发货。像这样的商品，成本确实低，自然价格也低”。

“一些主播在介绍商品时有选择性和片面性，甚至会故意隐藏一些关键信息。”陈栋告诉记者，他之前在某直播间购买一件衬衫，主播描述商品物美价廉，但等到收货时才发现与主播描述的完全不一致。

最后，陈栋选择忍气吞声，自认倒霉，因为“寻找售后赔偿或退换货会让自己更生气，售后回复的速度又慢又拖沓，非常考验耐心”。

而对于一些在直播间购买了海鲜、水果的消费者来说，售后维权之难更让人唏嘘。据爱园介绍，有些卖海鲜、水果的主播在直播时会打出超低价，但很可能最后根本不发货，甚至连人都找不到。过段时间，换个账号，主播依然能继续敛钱。

“这种情况主要发生在那些没有资质、自己带货的小主播身上。”陈栋在直播行业耕耘多年，对此深有体会。

在陈栋看来，主播素质参差不齐也是导致如今直播行业乱象丛生的原因。“现在的直播体现出较强的草根化、平民化，不需要持证上岗，一些素质较低的主播也跃跃欲试。”

爱园则提出，专业素质低是一些带货主播“最坑人”的地方。

“有些主播对衣服成分并不了解，在介绍商品时会出现较明显的错误。比如，在介绍衣服的羊毛、羊绒含量、是否脱毛、是否起球等情况时，刚说其中含有羊绒，立马又保证说一定不会掉毛，这明显不符合常识。”爱园说，直播带货乱象亟待整治和规范。

(据《法治日报》)