

## 流量红利见顶,直播间带货“翻车”

## 2024年,大主播遭遇大危机

9月26日,合肥市联合调查组针对合肥三只羊网络科技有限公司(下称“三只羊公司”)及其直播带货中存在的有关问题通报了调查情况:其在直播推介“香港美诚月饼”时,构成虚假、引人误解的商业宣传行为;推介鲜多裕公司的“澳洲谷饲牛肉卷”的行为构成虚假的商业宣传……依据行政处罚法、反不正当竞争法等相关规定,拟决定对三只羊公司没收违法所得、罚款共计6894.91万元,责令暂停经营限期整改;对在工作过程中失职失察的单位和相关人员,将立案调查,依法依规严肃处理。

疯狂小杨哥和他的三只羊公司会“完了”吗?回顾2024年,偷税漏税的薇娅彻底销声匿迹;“嘲讽打工人”的李佳琦低调了许多;辛巴跟平台的关系愈发紧张、直播时间大幅下滑;罗永浩深陷与早期投资人郑刚的讨债风波,逐渐淡出“交个朋友”直播间;董宇辉与东方甄选终于“理性分手”,却在之后的访谈中大“翻车”……

头部主播们到底怎么了?还能不能好好带货?

■新快报记者 郑志辉

“翻车”频发  
“头部”主播危机凸显

在今年的连串大主播“翻车”事故中,无疑以三只羊公司及拥有过亿粉丝的疯狂小杨哥售卖香港美诚月饼事件为引爆点,一度创造了当天微博热搜话题前20条有8条相关的“奇景”,消费者开始重新审视曾经信赖的直播间商品质量问题,头部主播们与各大MCN机构人人自危,对相关话题避之唯恐不及。

在合肥市场监管局的处罚结果公布后,三只羊公司发布声明称,将按照消费者权益保护法、网络直播行为规范等相关

法律法规,全面开展公司内部整顿,依法经营,切实保护消费者合法权益。此外,抖音也表示已对“三只羊”旗下账号进行停播处理。

有电商业内人士认为,疯狂小杨哥可能不至于就此“完了”,但肯定不能再当“鸵鸟”了,除了公司发布声明外,也要站出来公开向消费者道歉,表示自己的诚意,以挽回消费者的信任。参考此前李佳琦的“眉笔风波”以及骆王宇的“橄榄油事件”,当事人均出面道歉。

问题背后  
市场增长放缓,投诉激增

近年来,一些网络主播接连带货“翻车”,引发社会广泛关注,所暴露出来的问题主要集中在购买到“三无”产品、货不对板、售后维权困难。一些网红主播屡次陷入争议,也在社会各界掀起了轩然大波。

根据北京阳光消费大数据研究院、北京工商大学新商业经济研究院等联合发布的《直播带货消费维权舆情分析报告(2023)》数据显示,2023年直播带货消费维权涉及虚假宣传问题的舆情数据最多占比达到了38.97%,排名首位;其次是产品质量问题,占比为34.59%,位列第二;第三是价格误导问题,占比为13.24%;其他分别为不文明带货问题占比7.46%,发货问题占比3.62%,退换货问题占比1.91%,销售违禁商品占比0.18%,诱导场外交易占比0.03%。

报告还分析了17位主播2023年的直播带货消费维权舆情,涉及李佳琦的维权舆情最多,占比高达41.00%;其次是疯狂小杨哥,占比31.30%;香菇来了占比8.59%,排名第三;贾乃亮和辛巴占比分别为4.86%和4.64%,位列四、五位。

分析显示,位列前五位的主播,其直

播带货维权舆情反映的问题,主要涉及虚假宣传、产品质量、价格误导、发货问题、退换货、销售违禁商品和不文明带货等各个方面,其中虚假宣传、产品质量、价格误导、发货问题和退换货问题占到总体舆情的99.90%。

而据黑猫大数据中心联合黑猫投诉平台最新发布的《直播带货投诉数据报告》显示,截至9月25日,黑猫投诉平台今年已累计收到直播带货相关投诉近4万件,相比2023年同期增长了34%。从投诉量趋势来看,除2月和尚未结束的9月外,其他月份投诉量均在4千件以上,8月达到峰值,当月投诉量4,927件。

从数据上看,今年以来,直播带货所暴露出来的种种问题,不仅没有改善,反而还愈演愈烈,并在过去两个月的连串大主播“塌房”事件中达到了顶峰。

与此相对应的是,艾瑞咨询发布的《2023年中国直播电商行业研究报告》显示,2023年中国直播电商市场规模达4.9万亿元,同比增速为35.2%,较此前四年的同比增速(分别为227.7%、189.57%、83.77%和48.21%)大幅放缓。

## 大主播“翻车”案例

头部网红带货一直是社会舆论关注的焦点,今年以来多个头部主播因选品问题出现“翻车”事故,9月成为重灾区。记者粗略整理时间线如下:

●2月18日,打假人王海于微博发文称,东方甄选销售的自营厄瓜多尔南美白虾隐瞒添加并超量使用了虾药焦亚硫酸钠。

●3月16日,王海又发文称,小杨哥与东方甄选都销售过315晚会披露的问题糟头肉扣肉,直播间应退一赔十。

●7月12日,抖音头部美妆博主骆王宇表示其个人将和合作机构共同为在其账号购买了“CSS油橄榄精华”的用户退款,涉及金额达1.5亿元。

●9月9日,武汉市场监督管理局发布的《行政处罚决定书》显示,疯狂小杨哥带货的“鲜多裕”牛肉卷89.9元四斤装,并非原切牛肉,“鲜多裕”公司因虚假宣传被市场监管部门罚款50万元。

●9月11日,交个朋友直播间发布声明表示,所销售的“芬迪卡萨FENDI CASA月饼伴手礼”与奢侈品品牌“FENDI”(包括FENDI CASA系列)并无实际关联。公司进行调查后停止了相关商品的销售并对所有购买用户先行赔付,退一赔三。

●9月14日,博主“科技新一”微博发文表示,在疯狂小杨哥直播间购买的15盒月饼客服不予退货。随后该话题冲至热搜第一,“香港美诚月饼究竟产自哪里”引发全网热议。

●9月19日,有网友投诉其在抖音账号“刘畊宏-我们eye旅行”直播间报名的旅行团实际住宿条件和宣传不符,图片宣传中写的是入住希尔顿旗下酒店,但在目的地却被安排入住维也纳旗下酒店。

●9月23日,有打假博主爆料称,东北雨姐直播间中卖的红薯粉条主要成分实则为木薯,博主于9月20日到辽宁本溪雨姐家上门维权时遭殴打。

## 业内观点

## 直播带货监管将越来越严

市调机构网经社电商中心主任曹磊表示:“有疯狂小杨哥这次声势浩大的虚假宣传风波作为前车之鉴,给了辛巴、李佳琦、蛋蛋、董先生、广东夫妇、董宇辉等大大小小的主播,以及交个朋友、谦寻、东方甄选、辛选、无忧传媒、遥望、够选、优蜜等MCN机构一些教训,一定要加强内部管理和审核机制,确保所推荐的产品符合法律法规和消费者权益保护要求。要完善的选品和审核流程,对产品的真实性、合法性和质量进行严格

把关,否则会有更多‘小杨哥’出现。”

北京东晓腾飞供应链管理公司副总经理陈虎东认为,三只羊公司主要是在虚假宣传、误导性宣传方面违反了相关的法律。这在很大程度上也说明了直播带货这种商业模式正在越来越受到更加严厉的监管。因为直播带货这种模式,如果产生了一些问题,如带货的产品品质、宣传、质检等出现问题的话,泼天流量的加持将会带来巨大的食品安全问题和社会负面效应,影响将会极为恶劣。