

网红直播间都有哪些“圈钱”剧本

“宝子们，优惠券来了!”“家人们，好机会千万不要错过，价格已经打到最低了!”

今年“双11”电商购物节，35岁的宁夏回族自治区女青年刘宁霞，一有空就点进短视频平台的直播间，在卖力的吆喝声中，作为主播口中的“家人”，她也不停地“买买买”。

刘宁霞是一名银行金融产品经，从5年前开始关注带货直播，这5年，因为常看直播带货，刘宁霞的网购方式发生了变化，以前是缺什么买什么，现在经常跟着带货“网红”下单囤货，“但这段时间，直播翻车事故真不少，带的货质量也参差不齐”。

花样百出的直播“剧本”

拥有175万“粉丝”的短视频博主“劳士顿波哥”，是刘宁霞关注较早的一名带货主播。

今年10月15日至22日凌晨，“劳士顿波哥”直播销售零食时，还有低俗表演，直播时段多集中在晚上10点以后，最晚的一次低俗表演从凌晨2点30分直播到3点35分。

刘宁霞和一些网友予以谴责，“为了流量什么都干得出来”“永久封禁，不给任何机会”，并向平台管理方举报。平台方10月22日上午对该博主作出“作品优化提示”。目前，该博主的账号已被设置为私密账号，网友无法查看其短视频内容。

“网红直播带货最看重用户黏性和忠诚度，眼看他的这些数据越来越高，转眼就崩塌了。”刘宁霞感叹。

今年9月中旬，四川警方通报了一起案例。以“凉山曲布”“赵灵儿”“凉山孟阳”“凉山阿泽”为代表的“网红”们，在MCN机构的孵化下，打着助农旗号，通过摆拍虚假视频、打造“大凉山原生态”人设，自称助销大凉山的土蜂蜜等农特产。

“原来发这些短视频内容的尽头是直播带货啊!”刘宁霞曾感动于“曲布”为孝敬父母、摆脱贫困生活而试水直播带货，买过其直播间的山核桃。得知这些都是虚假摆拍，她有一种被欺骗的愤怒感，“虚假助农，卖惨营销，属实可恶”。

抖音集团今年9月11日发布的《2023年第二季度安全治理透明度报告》披露，今年第二季度，发现并处置了9000个涉及摆拍、卖惨、夸张凸显社会与家庭矛盾等不实信息，或借助发布“助农”“助老”“助残”“助困”等谋求商业变现的伪公益账号及其内容。

“网络不是法外之地，对于践踏法律红线的行为，公安机关将坚决依法严厉查处。”在今年9月20日通报“系列网红直播带货案”的新闻发布会上，四川省凉山彝族自治州公安局有关负责人提醒说：“自媒体不是随意收割流量的‘自留地’，相关从业人员切勿造谣引流、非法牟利，扰乱网络空间秩序;希望广大网民积极举报网络谣言违法犯罪线索，与警方一道共同维护良好网络秩序。”

售假套路多 监管有盲区

“辛巴”账号被封了。”11月2日，刘宁霞发现，这名拥有415.1万“粉丝”的“网红”带货博主“违反了平台方相关规定”，网友已无法查看其短视频内容，也无法看到其带货店铺，“我并不觉得意外，他以前就因为销售假燕窝，个人账号被平台方封禁过。现在，短视频博主稍攒点粉丝、有点人气，立马就开始带货了，但有不少都在产品质量上翻了车，甚至有些直接卖假货。”

最近刚入冬，陕西省咸阳市女青年郑茜打算从短视频带货直播间买一些过冬的衣服鞋子。她发现，有些粉丝数千或数万的主播，用一些带货话术，将自己带货的运动鞋称为“倒钩”，“这些鞋和某品牌运动鞋的外形高度相似，简直‘傻傻分不清楚’”。

在一个短视频平台上，郑茜看到一些带货博主，对网友询价的评论，仅回复一个“加微信私聊”的表情。

郑茜添加对方微信询价得知，雪地靴100多元至400多元、三合一冲锋衣不到500元、羽绒服800多元。卖家在微信朋友圈发的服装鞋子样图，和一些品牌产品的外观高度相似，“比如，羽绒服只是品牌标志的字母间隔不同，普通消费者很难看出差别。这些主播卖所谓高仿货，就是知假售假。而且购买规则是‘只换不退、换货邮费自理’”。

她意识到，这些主播之所以不在直播间留言区直接回答网友问题，而是要求加微信



私聊，就是为了尽量避开监管。如果消费者购买产品出现了问题，就只能自认倒霉。消费者的正当权益完全无法得到保障。

带货主播别沦为被流量支配的“工具人”

10多天前，一名有着900多万“粉丝”的“网红”主播在直播时，披头散发、表情狰狞，手中拿着印有某品牌标识的产品。直播间还有一名女主播摆出“一字马”的姿势，身后的牌子上写着“视觉效果 请勿模仿”。

很多网友都留言表达了愤怒。一名网友说：“这太低俗了，一点也不尊重女性。推销美妆产品有必要用这样的视觉效果吗?”

被网友质疑后，这名主播道歉表示“是我太low(低级)，对不起。”事实上，这已不是她第一次因“口无遮拦”而向网友道歉。

“动不动就道歉，一出问题就道歉了事，等风头过了再犯不误。对这些擦边球的主播来说，违规成本也太低了。”安徽淮北女青年周晓桦说。

在直播带货平台上，除了头部主播及其带货团队，还有许多拥有数十万、十几万或几万“粉丝”，在所在区域有一定网络传播影响力的“网红”带货博主，不当言行也常令网友直呼“不忍直视，给当地丢脸了”。

来自宁夏回族自治区固原市的“【以达之名】宁夏海瑞”拥有29.9万“粉丝”，长期带货销售百货商品，平台显示其跟买人数296人、已售商品306件。今年8月，为提高直播热度、吸引粉丝、博取流量，他在直播间与他人互骂、语言低俗，被固原市原州区公安分局头营镇派出所约谈。

2019年以来，他因内容低俗、污言秽语、恶搞丑化人物形象等违规事实，曾多次被当地公安网信部门约谈或封禁。

“对于多次出现问题、屡教不改的主播，

辣条能撕掉“垃圾食品”的标签吗?



这几天，关于辣条的话题热度不减。“男子研究辣条20年给辣条建博物馆，想证明不是垃圾食品”登上热搜，仔细查看留言评论可以发现，这是某辣条品牌的推广活动。紧接着，上海某博主在探店视频里分享了5元一根的“辣条”引发热议。查看完整视频才知道，这是某面包店模仿辣条造型和口味推出的一款面包。

辣条之所以会受到广泛关注，是因为它承载了许多人的童年记忆，也代表了一种便宜又好吃的大众零食。但是，通过短视频营销，辣条就能顺利撕掉“垃圾食品”的标签吗?

辣条能撕掉垃圾食品的标签吗?

添加剂并非最值得关注的问题

近些年，辣条生产企业虽然不断升级，朝健康化道路迈进，但辣条作为零食，仍具有“高油”“高盐”“高添加”的特点。辣条的主要原料是小麦粉和辣椒，其中含许多添加剂。所谓的“好吃”“上瘾”，正是味精、色素

和食品添加剂在起作用。市面上生产的不正规辣条，着色剂滥用，甜蜜素、糖精钠、山梨酸及钾盐等添加剂也超标严重。

业内人士表示，辣条在生产加工过程中主要偏向于使用香精香料、色素以及甜味剂。不过，香精香料这种呈味物质具有较强的“自限性”，添加过多反而会影响味道和口感。而色素和甜味剂，即使考虑口感、观性以及成本，也不宜添加太多。

辣条真正的风险在于生产环节。辣条的生产成本很低，生产工艺又相对简单、市场大销量多。部分厂家为控制成本，根本不注意生产环境，因此部分辣条商品的生产环境及卫生状况很难得到保障。

2019年，央视“3·15”晚会上曾曝光多家辣条企业的卫生乱象，生产过程触目惊心。有些不法商家还会使用地沟油等非法添加剂来加工辣条。当年，辣条“国标”发布，国家市场监督管理总局从统一“辣条”类食品分类、加强原料和生产过程管控、倡导减盐减油减糖等6个方面对加强调味面制品

就应该有更严厉的惩罚措施。比如，纳入“黑名单”或“警示名单”，永久禁言，不允许以更换账号或更换平台等形式再度开播。”周晓桦认为。

“直播带货为年轻人开辟了就业新通道，但网络不是法外之地，遵纪守法、营造良好网络环境才是正道。”抖音集团工作人员刘峰(化名)说。

刘峰参与直播内容监管的工作。在他看来，直播带货平台是“网红”们的名利场，也是风口浪尖之地。“就算‘粉丝群’再庞大，也绝不能忘记直播带货的初心。”

他认为，实体店销售与线上带货的本质并无不同，前者导购“一对一”向消费者卖货;而后者面向“家人们”“一对多”带货，其一举一动、言行举止被数万“粉丝”看在眼里，“因此更要坚守初心、严于律己”。

刘峰说，平台方提倡带货主播及其团队认真思考如何在有限的直播时间段，提升自身销售技能，充分了解所销产品的性能，加强品控甄选能力，为消费者推介物美价廉的好产品，绝不提倡那些千奇百怪的表演设计。“留住消费者是关键，但留客要有道。”

关于新消费文化对青年消费者的影响，西南交通大学公共管理学院讲师、社会学博士王斌指出，“这存在潜在风险。”消费新圈层、新物种和新场景的加快融合，不可避免地催生了新的市场监管漏洞。王斌建议，亟须下大力气严管“种草”平台，依法惩处诱导借贷购物、冲动消费、高价接盘的失德博主。要着力提升青少年数字素养，利用相关课程、讲座、拓展活动，以贴近消费者日常生活的案例，揭开平台的隐蔽算法、盈利模式、诱导话术、成瘾机制等“黑箱”，填补互联网知识空缺。

宁夏“小镇女青年”王倩是直播购物的爱好者，她希望带货主播能够帮助消费者筛选出好的产品，坚决抵制违背公序良俗和主流价值观的语言和行为。“我们拒绝沦为被流量操纵的‘韭菜’，也希望‘网红’带货主播别沦为被流量支配的‘工具人’。”

本报综合消息

质量安全监管提出要求。2021年，国家市场监督管理总局抽查结果显示，调味面制品抽检约4.5万批次中，抽检不合格率低于1.3%。折算下来，不合格辣条产品仍有500余批次。

对于消费者来说，最重要的是通过正规渠道购买辣条，特别是不要在无证摊贩处购买此类产品。购买时注意查看包装是否完整，包装标示的产品生产日期、保质期、贮存条件、配料表、“QS”标识、生产厂名、厂址、联系方式等内容齐全;同时应注意产品有无油脂酸败气味以及油渍渗出问题，如有此类问题切勿购买。

营养含量低，还刺激肠胃

疾控部门不提倡经常食用辣条的另一个重要原因是其营养含量低。辣条大多是用加工过的大豆皮辅以辣椒粉、色素等添加剂腌制或油炸而成，其营养成分被破坏，盐分及脂肪(蛋白质/脂肪)含量升高。

同济大学附属上海市肺科医院呼吸科主治医师胡洋认为，辣条多高盐、重辣和重油，经常吃可能会引起肠胃黏膜损害，出现黏膜糜烂、炎症，表现为腹胀、消化不良或胃肠道痉挛。由于长期辣椒的刺激，容易出现口腔溃疡、咽喉炎、便秘和痔疮。对于气道敏感的孩子，还有可能诱发支气管哮喘。

孩子过多食用辣条会出现味觉退化，表现出厌食、营养摄入不够，维生素缺乏，会影响身体和智力发育。

胡洋提到，《中国儿童青少年零食消费指南》中将零食分为“可经常食用”“适当食用”和“限制食用”3个推荐等级。辣条等廉价零食属于限制食用类。很多儿童和年轻人往往没有自控能力，一吃就欲罢不能，全然不知辣条的危害。他建议家长引导孩子不要食用这类零食，而是吃好一日三餐，保证正常的营养摄入，“即便是家庭自制的辣条，也只能浅尝辄止。”

本报综合消息