

# 直播带货“工厂直发”有多少是真的？

## 主播宣称工厂直发 观众求实景被拉黑

记者在某短视频平台上随机选取了20个宣称“工厂直发”的直播间，发现这些直播间采用了相似的话术和布景，却难以提供真实的工厂场景。一旦观众要求其展示真实的工厂场景，他们直接避而不谈或迅速转移话题。

在某品牌折扣男装直播间，一名主播反复强调：“没有中间商赚差价，价格划算，品质保障。”当记者以顾客身份在弹幕中询问“是工厂直发吗”，该主播回应道：“我们家专供各大商场，做男装已经40年了，价格特别给力。”记者进一步要求展示工厂实景时，主播没有回应，客服则以文字回复：“款式太多，没法展示，每款都有实拍图，喜欢就拍下。”

另一个名为“工厂直发”的直播间则采用了循环播放切肉机切片的动态影像。主播声称这是“河北工厂直发的切片机”，当记者咨询如何证明是工厂直发时，主播沉默了一下，随后跳过该问题，继续回答其他弹幕疑问。

类似的情形也出现在“x x 百货”直播间。该直播间背景为家具商品的动态图片，主播只露出下半身，画面呈现明显的抠图效果。当记者询问是否可以展示真实工厂场景时，主播没有正面回应，只是反复保证，“每一件都是实拍，所见即所得”。

在一个售卖东阿阿胶的直播间，主播同样标榜“工厂直发”。直播间内，一名男士穿着蓝色防护服展示阿胶礼盒，旁边有3名同样穿着蓝色防护服的女士，近景是工人双手切割阿胶的特写镜头。当记者在评论区询问能否拍摄工厂实况时，主播未作回应，而是直接将记者拉黑，屏幕中央弹出“您目前已被禁言”的提示。

在一个香肠带货直播间，一名主播坐在镜头前讲解，其背后的白色背景墙上贴着一张A4纸，上面写着“工厂直发”。主播称自己正在工厂进行直播，环境不太好。当记者询问能否拍下工厂车间时，对方以正在直播、不方便为由拒绝。

有业内人士告诉记者，这些直播间的背景很有可能是假的，用户在屏幕上看到的工厂流水线，实际上是临时搭建的“伪流水线”，看似繁忙实则是同一批商品来回倒腾，“你以为是工厂直播现场，实际上只是对方精心搭建的‘虚拟工厂’”。

“这些直播间的目标受众是辨别能力较低的人群，比如老年人，其接收的信息渠道比较狭窄，很难分辨直播间真伪，一听到‘工厂直发’或‘源头工厂发货’等，就以为性价比很高，迅速下单。”在某直播技术公司工作的岑林(化名)说。

## 绿幕抠像或AI合成 即可打造虚拟工厂

怎么搭建流水线?“虚拟工厂”如何打造?

记者在某社交平台以“工厂直发直播带货”为关键词搜索，发现有用户发布视频攻略，称“在家里就可以搭建工厂带货的场景”。记者以主播新人的身份联系对方，并向其展示多张采用虚拟背景直播的截图，询问能否提供类似培训。对方回复称：“我们提供这种打造场景的软件。开播时只需在大白墙上挂一块绿幕，就能用软件生成逼真的工厂或仓库背景，非常省钱。”

他还建议：“如果新人一开始不适合做带货，就可以从搭建直播场景或拍视频切入，这个赛道也很赚钱。只要账号粉丝数足够，商家就会主动找上门，接单带货也会变得轻松。”

其介绍，某平台带货主要有两种模式，一种是厂家自营，如果主播拥有货源和工厂，可在平台上开店，直接销售产品并负责售后；另一种是橱窗代卖，没有工厂的主播通过橱窗代销别人的产品，只需直播推广，商家负责发货和售后，主播按销量提成。只要粉丝数超过1000，就可以开通达人带货权限。很多新人就是从这种代卖模式开始的。

经深入调查，记者发现，搭建一个所谓的“工厂直播间”并不复杂，主要有两种方

一个卖糖果的直播间，主播被“埋”在糖果堆里，只露出上半身，一边打包糖果一边和观众互动。看着这堆如山的糖果，就好像来到了糖果屋。有好奇的网友说想看全景，结果立马就被主播踢出了直播间。

另一个直播间，一人坐在流水线旁边组装产品，其他人穿着工作服有模有样地给这个人“打配合”。有网友在评论区问能否观看工厂实景，很快就被禁言。

记者近日调查发现，在短视频平台、电商平台和社交平台上，有不少直播间打着“工厂直发”“工厂实景直播”等口号进行带货，其使用的套路如出一辙——端坐在商品堆中的出镜主播、源源不断传送商品的传送带，给观众营造出一种身处工厂的景象。从零食到日用品再到儿童玩具，这些“工厂直播间”涉猎广泛，不少

商品销量惊人。然而，其中不少直播间实际上是被精心搭建而成，其背景可能只是静态图片或循环播放的录播视频，抑或用绿幕抠像等技术合成的虚拟场景。

受访专家认为，一些直播间利用“工厂直发”“源头发货”等标语，抓住消费者对性价比的追求引导下单，此举或涉嫌虚假宣传，侵犯消费者知情权、选择权、公平交易权等。相关平台应强化技术手段以精准识别、有效应对AI合成但未明确标注的虚拟背景，同时完善信用积分管理体系，明确将未遵循诚信原则、故意使用AI合成内容误导消费者的直播间列入信用积分黑名单，并根据情节轻重实施相应的信用惩戒措施，如限制其账号功能、降低信用评级乃至永久封禁等。



式：其一，借助传送带等道具巧妙伪装，营造出虚假的生产流水线运作场景；其二，通过绿幕抠像、AI合成等高科技视觉特效技术，构造直播画面中的环境背景。

记者在某电商平台输入“直播间传送带展示台”“流水线直播”等关键词，发现有不少专门销售直播间专用传送带产品的商家。这些商家声称，他们可根据客户的商品特性进行个性化的尺寸定制，以满足不同直播间的需要；在价格方面，这些传送带大多在几百元至数千元不等。

记者咨询某商家如何购买传送带，对方在了解带货商品种类后迅速提供了相应的方案：“如果用于零食直播，则可以订购1.5米长、带宽30厘米的尺寸，单台板1500元，双台板1600元。”

还有部分商家向记者分享了直播间传送带展示效果的实拍视频。视频显示，客户可以采用双面胶将待展示的商品牢牢固定在传送带上，当传送带启动后，商品便会在短距离内循环展示，从而给消费者营造出一种商品源源不断、持续产出的虚假场景。在一个小房间里就能实现“工厂直播”，看似在工厂流水线上直播，实则传送带只有一小节，旁边可以放补光灯调节亮度，模拟更为真实的工厂流水线场景。

一名商家介绍，其直播间传送带是“带货神器”，加装的是直播间专用电机，与工业电机不一样，主打静音，运转时只有正常风声，能给直播间提供一个舒适的环境。

此外，记者在社交平台检索发现，有些账号打着“AI直播教学方案”“绿幕教学”的标签，宣称可以帮助打造直播场景。

记者联系到一家做技术软件解决方案的工作室。其负责人张先生介绍，工作室有三套系统，第一种是如果客户有录播经验，建议用3D语音训练器系统，画面处理起来不难，在工作人员指导下可以解决；第二种是如果客户没有录播经验，建议使用基础版硬改模式方案，此方案适合新手，简单易学性价比最高；第三种是如果客户的画面需要

有人像露脸还需要对口型，建议用3D视频训练器，上面有超级数字人功能。

“软件应用于无人、半无人、真人直播，以上三套系统可根据个人情况和需求选择单独或搭配使用。三套系统单独购买都在3500元左右，一次购买后不限时使用，两个软件搭配购买可再优惠几百元。”张先生说。

当记者询问能否在办公室直播模拟工厂流水线场景时，张先生建议用基础版解决画面，并声称使用其公司生产的软件可以做到“一次录制，无限生成”“视频随机位移+放缩”“完美规避平台抽帧匹配”“画面毫无违和感”。

## 直播套路防不胜防 诱导购买涉嫌欺诈

在记者调查的20个宣称“工厂直发”的直播间，主播普遍使用“没有中间商赚差价”等话术。对于这类直播的核心逻辑，岑林分析道：“消费者只能看到主播展示的一面，无法验证直播背景的真实性。有了这些场景和话术的配合，物美价廉就显得更为合理，因为视觉上就像直接从工厂发货。”

“消费者看到‘工厂直发’‘没有中间商’这种描述时，也容易产生信任感。”岑林说。

有业内人士介绍，从开播留人、促成交易到催单下单，各个环节都有特定的语言模板。这些套路不只是吸引人停留观看，还能一步步推动成交。此外，平台对工厂场景的审核相对宽松，使得此类直播间大量存在，一旦流量达到一定规模，主播就可以通过带货佣金轻松获利。

“越是贴近生产流程的直播间场景，越容易获得用户的信任、激发用户的购买欲，采用生产车间或工厂、果园、乡间等场景，往往能起到意想不到的效果。这正是部分直播间另辟蹊径，假装生产厂家在车间卖货的原因。”上述业内人士说。

在中国人民大学法学院副教授黄尹旭看来，以“工厂直发”“工厂实景直播”为噱头的虚假直播行为，涉嫌侵犯消费者的知情

权、选择权、公平交易权，并涉及虚假宣传等问题。

黄尹旭分析，如果直播间搭建虚拟场景的目的是向消费者展示商品的真实情况，且所展示的内容与商品实际情况相符，那么这种展示方式并不构成虚假宣传。但如果搭建虚拟场景是为了掩盖商品的真实情况，或者故意夸大、美化商品，以误导消费者，那么这种行为就可能构成虚假宣传。

“直播间搭建场景所传达的信息往往能够影响消费者的购买决策，如果这些信息是虚假的，或者与实际情况存在显著差异，那么消费者的购买决策就可能基于错误的信息，导致权益受损。”黄尹旭说，直播间此举或构成欺诈，消费者有权要求经营者增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务费用的三倍。

中国传媒大学文化产业管理学院法律系主任郑宁也指出，在消费者的传统认知里，一个繁忙而有序的工厂直播画面，往往意味着该品牌在生产管理上的严谨与高效，容易令人将其与商品的高品质、优惠价格挂钩。搭建或生成虚假的工厂场景的直播间便有可能涉及虚假宣传问题。商家可能通过技术手段对场景进行篡改或美化，使消费者难辨真伪，从而在误导下做出购买决定。

“这种情况下的虚假宣传不仅违反了广告法的相关规定，更损害了消费者的合法权益，不利于市场公平竞争环境的营造。”郑宁说。

## 虚拟场景须作标识 完善信用积分管理

记者注意到，除了搭建虚拟场景这一行为涉嫌虚假宣传外，还有不少消费者反映自己买回来的玩具、纸巾、零食等，无论分量还是质量都不如直播间展示的那般，明显货不对板。

“平台有责任对直播间的行为进行监督和管理。一方面，应加强对此类直播间的监管，为消费者构建更加顺畅、友好的售后服务体系与高效的退款流程，捍卫消费者的合法权益。”黄尹旭说。

他指出，根据《互联网信息服务深度合成管理规定》和《生成式人工智能服务管理暂行办法》，使用深度合成技术或人工智能技术完成的作品，如果可能导致公众混淆或者误认，应当进行显著标识。直播间在使用AI技术合成例如工厂车间等虚拟场景时，应确保所传达的信息真实、准确，并主动进行标识，避免误导消费者。

针对当前网络直播带货中存在的虚假宣传等不规范现象，今年7月1日起生效的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》特别强调了直播带货的透明度要求，明确规定主播必须清晰地向消费者说明“谁在带货”以及“带谁的货”。

黄尹旭分析，具体来看分为四点：直播带货必须以显著方式标明或者说明其真实名称和标记；直播如果违法，平台、直播间和主播“人人有责”；直播平台有义务帮助消费者维权；违规直播将面临警告、没收违法所得、罚款、停业整顿、吊销营业执照的处罚。

“平台应遵循上述条例规定，利用先进技术手段，如图像识别、人工智能等，对直播间的画面进行实时监测和分析。如果发现直播间存在虚假宣传、误导消费者等行为，平台应及时采取措施进行干预。”黄尹旭认为，平台有必要提醒消费者，履行好告知义务，同时制定明确的规则和标准，要求直播间在使用AI生成或深度合成技术时，必须进行明确标记。同时，平台应建立相应的监管机制，对违规直播间进行处罚和整改。

“平台应建立健全规章制度，形成信用积分管理体系，明确将未遵循诚信原则、故意使用误导消费者的AI合成内容的直播间列入信用积分黑名单，并根据情节轻重实施相应的信用惩戒措施，如限制其账号功能、降低信用评级乃至永久封禁等，为构建一个更加公平、透明、可信的网络环境奠定坚实基础。此举不仅能够有效震慑潜在的违法违规行，还能激励广大用户自觉遵守规则，共同维护网络空间的良好秩序。”郑宁说。