

直播中的“生产车间”竟是绿幕特效

“绿幕直播间”搭建带货产业链调查

头发花白的“老中医”端坐在一张古朴的木桌后侃侃而谈，背景显示是在一“病房”内，左右两边的病床上各躺着一名面容模糊的“患者”；

肤色黝黑的“农民”手捧饱满的果子大步走到镜头前，“瞅瞅，这一大片全是咱们家的果，保证绿色无添加”。在他身后，十几名工人在果园内劳作，地上堆满了果筐；

穿着工服的“女工”站在生产流水线机器前，手脚麻利地打包着货物，嘴里说着“家人们，我家5000平方米工厂，真正的源头厂家，全网最低价”。背景中，看不清面容的工人们正忙碌着……

在一些直播间，这些看似逼真的场景，其实都是假的——通过绿幕抠图等特效技术合成的虚拟背景。

记者近日调查发现，一些使用虚拟背景的“绿幕直播间”大量存在于多个直播平台，在绿幕特效加持下，商家声称“生产源头直发”，诱导消费者下单。而绿幕抠图技术和教程也在网上公开售卖，提供“场景搭建”一条龙服务。

虚拟背景直播

名为“××源头工厂批发”的直播间内，主播正坐在一条摆满卫生纸的传送带旁，背景中有多名流水线工人在不停地拣货、打包。主播身旁的A4纸上写着“所见即所得，工厂限时补贴，品牌纸巾5折起”。

当记者以消费者身份多次询问是否可以移动机位展示一下工厂全貌时，主播视而不见、避而不答。与此同时，该直播账号开始在评论区刷屏“工厂直发，现货现发，早拍早发货”，迅速将记者的留言顶了下去。

在另一个文案为“售卖自己家的冬枣”的直播间，背景是成堆摆放的水果，但仔细看，整个画面颇为不自然，就连主播身前摆放的冬枣也呈现抠图效果，人物形象和背景交接处边缘模糊。有买家询问产地，主播立即回复；而当记者询问是否可以展现产地实景时，主播却顾左右而言他。记者点开该款产品的评论区，总共276条评论里有60条差评。不少差评表示，“货不对板，跟直播间展示的完全不一样”。

记者近日在多个短视频平台上随机选取了20个宣称“工厂直发”的直播间观看，发现不少直播间采用了相似的话术和布景。然而，当记者在直播间询问“具体工厂在哪”“能不能展示工厂内部实景”等问题时，主播要么视而不见，要么顾左右而言他，没有一家能够提供真实的工厂场景。

“你以为你看到的是工厂直播现场，实际上只是精心搭建的‘虚拟工厂’。”有业内人士告诉记者，消费者看到的诊所、果园或工厂车间等直播现场，实际上是用绿幕搭建的“伪现场”“伪流水线”，看似繁忙实则是同一批商品来回倒腾，渲染“现场感”，就是想让消费者觉得商品货真价实、物美价廉，从而下单。

操作门槛很低

“越是贴近生产流程的直播间场景，越容易获取消费者的信任、激发其购买欲，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，假装产品‘源头’卖货的原因。”上述业内人士说，平台对工厂场景的审核相对较为宽松，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。

该业内人士告诉记者：“真正的工厂以生产为主，其流水线往往有规定的生产节奏，直播需要与生产线紧密配合，比较麻烦，但‘绿幕直播’不一样，成本几乎为零，家中的客厅、卧室，任何一个几平方米的角落，拉上一块绿布就能随时开播。”

博主“古镇灵廊”是一名直播行业从业者。他介绍说，“绿幕直播”的操作门槛很低，“有了相应的软件之后，一块几十元的绿布、一部手机、几盏补光灯就能搞定”。“很多直播平台的直播伴侣软件都带有‘绿幕抠像’功能，一键点击即可更换背景，完全不需要使用者掌握高端剪辑技巧”。

他说，这种直播间的虚拟背景，大部分人看起来都“一眼假”，但是却可能让一些不熟悉网络的老年人信以为真。他家中的老人就屡屡在浏览直播时上当，买回一堆号称“源头



工厂直出”“产地直发”的商品。他出于无奈，制作了多条绿幕虚假直播的揭秘视频。

“古镇灵廊”观察发现，采用绿幕伪造直播场景的一些商家并非源头厂家，而是没有稳定货源的“二道贩子”，这些中间商的选品通常看上去具有源头优势的产品，如各种零食、日用百货、儿童玩具、助农水果、外贸尾单等。“因为这些产品容易用道具摆拍或者靠绿幕背景唬人，成本极低，搞个爆款骗一波，等大家发现上当了，他们就把账号一删，换个‘马甲’再来。”

已形成产业链

上述业内人士透露，“绿幕直播间”搭建服务已经发展成一条成熟的产业链——从素

材包的销售到技术指导，再到代播直播间等应有尽有；

基础服务是出售直播素材包，即卖家把各类背景视频打包出售；技术指导则是负责教授如何搭绿幕、怎样打光才不容易穿帮、用哪个软件“一键抠像”；此外，服务方可以远程控制手机，将绿幕抠像、背景视频都调到最佳状态，主播只需出镜即可。购买素材包通常只需花费几十元，技术指导 and 直播间代播服务则需要几百元甚至上千元。

记者调查发现，不少账号在社交平台、短视频平台等发布搭建虚拟直播间的广告，私信引流后兜售相关服务。

比如，在某兜售此类虚拟直播间的商家

主页，每段视频的开头都是手机对着绿布，随着他的演示，手机屏幕内的直播场景千变万化，既有动态也有静态，涵盖诸多直播带货场景，如眼镜店、鞋店、茶具店、工厂生产线等。

记者在社交平台上联系了一名分享绿幕搭建零食工厂直播间教程的博主，该博主向记者兜售起虚拟直播素材库和虚拟直播间远程搭建服务。素材库售价29.9元，内含各行各业的视频、可用于直播背景的高清大图，每周不定期更新。虚拟直播间远程搭建服务分为三档：188元的个人主播基础套餐、268元的多平台开播套餐、688元的团队高端套餐。

记者在电商平台以“直播视频素材”为关键词进行检索，发现销量最高的一款商品售价仅0.8元。记者咨询后，商家回复称，下单后会自动发送网盘链接，42G的视频总素材，包含117个高清视频，每个视频时长几秒钟到几分钟不等，适用于多个直播带货场景。此外，该店铺内还有“鞋子生产工厂流水线”“食品生产工厂流水线清仓带货”等诸多品类的“绿幕直播带货”的视频素材售卖。

针对平台对“绿幕直播间”的监管问题，记者向两个主流短视频平台的客服进行咨询，客服均回应称，平台对于直播间使用绿幕技术本身并无限制。不过，一名客服同时强调，若是商家用绿幕营造出“源头工厂”的假象，却无法真实展示商品的生产过程或提供相应资质，那便存在误导消费者之嫌，建议消费者留意直播间画面是否有“虚拟背景”的提示，同时核对商品描述与实际是否相符，如若不符可以举报商家虚假宣传。

受访专家认为，这类直播间利用“工厂直发”“源头发货”等标语，抓住消费者对性价比的追求诱导下单，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和有效应对未明确标注的虚拟背景。

虚构场景隐瞒真实货源诱导购买涉嫌欺诈

商家利用绿幕虚构“源头厂家”“百亩果园”，属于通过技术手段伪造商品来源场景，以“源头直发”为卖点诱导消费者的行为，这类行为是零售业虚假宣传顽疾在新业态中的延伸，所带来的流量与销量优势，会直接挤压合规商家的市场空间，形成“劣币驱逐良币”的不公平竞争格局。

从法律上来看，直播间卖货宣传属于商业广告活动，一些“绿幕直播间”虚构场景、隐瞒真实货源的行为，符合广告法第二十八条“以虚假或者引人误解的内容欺骗、误导消费者”的情形，构成虚假广告，商家需承担停止发布、消除影响、罚款等行政责任，情节严重者可能被吊销营业执照。

针对当前网络直播带货中存在的虚假宣传等不规范现象，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”。

直播电商时代，虚假宣传不断迭代的新形态是平台治理一直以来的挑战和难题。对于平台而言，其本身虽然无权对商家提出过多的法律规定之外的要求，但有责任对直播间进行监督和管理，需要通过升级技术手段、优化治理策略等，及时灵活地应对各类新问题。

具体而言，要求直播带货者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、直播间和主播应“人人有责”；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。

值得强调的是，虚假宣传并非直播电商独有的问题，而是整个零售业都存在的普遍问题，并且是长期顽疾。因此，治理诸如“绿幕直播间”等虚假宣传问题的核心，是要合力推倒虚假宣传的“危墙”，改变重流量、轻诚信的行业风气。

这需要政府、平台、商家、行业协会的共同努力，需要经由法律规制、技术升级、信用约束，逐步消除流量至上的短期导向，让行业回归以产品质量为核心、以消费者信任为基础的健康发展轨道。

本报综合消息

一次性拖鞋消毒后还能穿吗？

近日，有网友发帖反映，一家五星级酒店提供的白色拖鞋明显起球，鞋内还有毛发，质疑这些拖鞋被重复使用。最后，涉事酒店相关负责人向媒体承认，出于环保考量，该酒店拖鞋经消毒清洗后会循环使用两三次。

此事一经发布，引发网友热议，快速登上热搜。

穿了消毒后的拖鞋会有什么后果？会不会危害人的身体健康？

拖鞋

确实可能携带病原体

拖鞋是经常接触外界环境的物品，很明确的是，它是病原体的潜在载体，相关的病原体可能是细菌、真菌、病毒，甚至是寄生虫。下面是几个典型的例子：

- **细菌**：金黄色葡萄球菌可能引起毛囊炎，铜绿假单胞菌可能引起绿甲；
- **真菌**：红色毛癣菌可能引起脚气（也就是足癣）；
- **病毒**：人乳头瘤病毒(HPV)可能引起跖疣、寻常疣；
- **寄生虫**：疥螨可能引起疥疮。

具体可能携带什么病原体，要看使用过拖鞋的人的健康状况，也要看拖鞋去过什么地方。

有数据显示，即使在日常地面清洁的情况下，鞋子在接触地面5分钟后也会受到污染，且可将病原体转移到床单上。

再拿一篇类似的研究来说，学者发现，医疗环境中，鞋底能被多种病原体污染，包括耐甲氧西林金黄色葡萄球菌(MRSA)、艰难梭菌、大肠杆菌乃至新冠病毒。尽管酒店环境不同于医院，但住客在内外环境走动，其鞋底(包括拖鞋)接触地面后，同样可能沾染并传播病菌。

共用拖鞋后

传播疾病的风险大不大？

好消息是，总体的传播风险不大。这是因为，疾病要传播，需要一些“天时地利人和”，比如相应的病原体含

量大、传染性强，比如住客穿拖鞋的时间长，抑或是住客免疫状态低，脚的皮肤刚好有一些损伤，让病原体乘虚而入。

坏消息是，具体的风险是未知的。

由于不是疾病高发场所，难以有人统计酒店共用拖鞋这类物品可能会让风险增加多少。说不定，偶然接触受污染的物品(包括拖鞋以及其他)后，皮肤就会沾染病原体。甚至，日常活动(例如走路、跑动、提鞋)会导致地面病原体重新扩散到空气中，形成气溶胶(诸如病毒就有这个特殊功能)。

消毒拖鞋虽有用 但也有局限

新闻中，酒店提到会对拖鞋进行“消毒清洗”，但具体的清洁、消毒效果如何？

先看清洗(洗涤)，清洗不仅是为了去除可见的污渍和污垢，更重要的是消除微生物污染，达到卫生洁净。

通常来说，水温在60℃以上可以确保高水平的卫生效果，能有效灭活多种(虽然不是全部)微生物。如果为了节能而降低清洗温度，则会影响最终的效果。

消毒方面，含氯或活性氧的漂白剂是比较主流的选择，它们有重要的抗菌效果。如果只使用普通洗涤剂(表面活性剂)，比如洗衣液，则主要是物理去除作用，少了有效的“化学灭活”作用。

顺便提一下，拖鞋的清洗和消毒过程中，还有其他污染的风险：

- **交叉污染**：如果将多个住客的拖鞋在一个批次中清洗，可能会发生纺织品之间的交叉污染；
 - **二次污染**：洗衣设备本身如果维护不当，内部形成的生物膜可能成为污染源，在洗涤过程中会反向污染纺织品。
- 当然，上面只是提出一些担忧，如果能够做好清洁和消毒工作，风险就会大大减少。

本报综合消息