

# 演戏炒作、卖惨带货 情感主播敛财有套路

在短视频平台,充斥着一群替网友解决情感问题的主播,日常生活中错综复杂的矛盾纠纷,他们都能分分钟搞定,吸引了大量中老年观众。

“新华视点”记者调查发现,这些情感主播往往打着“调解”的幌子,自编自导自演杜撰的虚假故事,实际目的是带货,所销售的商品多为假冒伪劣,存在诈骗嫌疑。



视觉中国供图

## 现象

### 编造故事“卖惨” 粉丝量多的超千万

记者以“情感主播”为关键词在多个短视频、直播平台搜索,发现在“正能量”标签下,满屏充斥着匪夷所思的伦理故事,如“前男友掏出肾给女友却选择消失”“丈夫去世6年,打工途中又相逢”等。

一旦关注了一名情感主播,平台就开始不断推送类似的情感主播。在直播间里,主播通常以接受“委托人”请求为名义,进行所谓矛盾调解和纠纷处理。开播后,主播以“大家点赞到10万,我就联系委托人进行调解”为噱头,积累直播间观众、人气,后台据此分配其更多的流量。

从夫妻打架到婆媳争吵,从赡养纠纷到虐待儿童,视频或直播中,主播们“调解矛盾”的戏码不断上演。故事的主人公有的是身患绝症的小男孩,有的是被儿女虐待的母亲,他们纷纷因“凄惨遭遇”向情感主播留言“求助”。

主播们时而神色凝重、时而慷慨激昂。连线后,仅需几个小时,看似无比尖锐的矛盾总会“柳暗花明”得到解决。

记者调查发现,有平台情感主播的粉丝量多的超过千万,少的也有几万,一些百万粉丝的主播直播观看数常常在10万人以上。

不光是直播,一些主播号还以短视频形式播出“连续剧”。一个名为“戴四哥”的账号至今已播发200多个短视频,粉丝量540多万,点赞量4600多万,单个视频最高转评赞超过280万。

“卖惨”的内容收获了大量中老年观众的信任。视频中当事人的无奈、恐惧、被骗,一方面满足了他们的猎奇心理,另一方面博得了他们的同情。例如,在剧情是“为母治病”的直播间内,刷满了“这姑娘真善良”“太有孝心了”“帮帮她”“等我儿子回来帮我下单”等弹幕。

资深主播王小燕说,这些情感主播靠团队能力和剧本情节取胜,人设和故事是精心编撰、演绎出来的。

广西南宁市民尹女士的父母60多岁,两人都关注了大量情感主播,每天花好几个小时看这些短视频或直播。“他们其实是被这些视频的戏剧性冲突所吸引。一些主播情绪激烈、语言煽动性强、喜欢道德批判,特别容易让中老年人上瘾。”尹女士说。

## 调查

### 一场直播收入数万元 销售的常是残次品、三无假货

事实上,情感主播按照剧本演绎出“跌宕起伏”的故事,制造“冲突纠纷”,充当“调解员”,最终是为了“吸粉养号”,粉丝达到一定数量后以便带货。

一位情感主播告诉记者,一个普通的粉丝数一万人多的直播间,打赏、带货坑位费、带货利润等日收入在几千元到上万元不等,一个粉丝过百万的直播间,一场直播下来,收入轻松可达5万元以上。

一位贩售电子书的情感主播介绍,其团队在平台的粉丝总数在300万左右,团队收入主要由两部分组成:一是粉丝打赏,此类打赏主要是在解决情感纠纷过程中吸引粉丝“鼓励、支持”剧情当事人和调解人产生;二是带货收入,由于出售的情感疏导类电子书成本几乎为零,利润极高。其团队月收入可达一二十万元。

为了拉近距离,屏幕前的观众被主播称呼为“家人们”。“家人们,来,想听听她们婆媳关系究竟发生了啥,请点个关注,或者加入粉丝团。”

记者进入名为“甜姐为爱前行”的视频账号时,主播正在直播连线一位“当事人”。当事人含着泪,“真情”讲述被婆婆赶出家门的经历,短短几分钟吸引了600多位粉丝观看。

记者了解到,在主播直播间里,关注主播并不需要支付任何费用,但成为主播的“粉丝”,则需要支付一个价值为0.1元人民币的平台货币。“成为

粉丝后,在直播间发言,用户名前会标上‘家族标签’,成为主播的‘家人’。”一位情感主播的老年热心观众唐某说。成为“粉丝”“家人”的这部分观众,代表着和主播建立信任、密切的情感联系,愿意为主播花钱。

在情感故事结束后,直播间内往往有多人上线表演“假砍价”,销售的常常是残次品、三无假货。不少主播表演与“厂商”翻脸,让他们让利甚至搭钱,逼迫降价或再生产。例如,他们兜售化妆品、日用品、首饰时“忽悠”：“买东西是为了帮助更多委托人在直播间解决问题”“厂家直销,绝对最低价、正品”“厂家押了20万元质量保证金在我这里,家人们放心”。

据部分用户反映,他们在情感主播直播间内买到的商品质量差、货不对板、售后服务差。64岁的济南市民刘女士告诉记者,在直播间购买的银饰等商品被鉴定为假货后,她多次联系客服始终没有得到答复,在直播间投诉此事后,被主播骂为“黑粉”,受到人身攻击,被踢出直播间。

近期,某机构一项针对老年人互联网上当受骗经历的调查显示,“虚假广告”是老年人上网时最常见的风险,占比超过了30%。其次是网络诈骗,占比约22%。在不同老年人群中,农村独居老人上当受骗的比例高达90%。而在最常见的受骗场景中,少不了“直播、短视频”。

## 专家

### 情感直播形成产业链 平台应加强监管

某平台安全中心3月发布了《“卖惨带货、演戏炒作”违规行为处罚公示》,称平台已对卖惨带货、编造离奇故事、演戏炒作等行为进行违规处罚,部分主播通过调解感情纠纷、编造离奇剧情、利用同情心等套路,最终目的是为了带货。

记者调查发现,从演员到剧本,从“吸粉”到带货,情感直播市场已经形成了较为完整的产业链。一些公众号甚至有《麦手修炼手册》的文章,麦手可单麦或多麦和主播互通,也可以自己找搭档临时搭戏,最受欢迎的剧情包括出轨类、喜欢表哥或表妹、乡村剧情、家庭暴力等。

“直播间广为使用的‘家人’称呼,对观众具有情感吸引力。情感主播大多偏向伦理道德、家庭纠纷、婆媳关系,对缺乏社交的中老年群体吸引力极大,欺骗性较强。”湖南大学工商管理学院教授朱国玮说。

“情感主播通过编造剧情卖惨炒作,带有一定的欺骗性质,涉嫌违法。”中国传媒大学人类命运共同体研究院副院长王四新说,有关方面应加大力度整治,净化网络空间。

山东日中律师事务所律师陈冠汶表示,通过你来我往表演“砍价”、先虚高标价再“亏本”降价等套路来诱导消费,是典型的价格欺诈行为。

中国人民大学法学院教授刘俊海认为,平台应加大对商品质量、价格的监督,完善消费者评价机制。

专家建议,相关监管部门宜完善对平台管理措施,加大处罚力度。如果平台对经营者的资质资格未尽到审核义务,或者对消费者未尽到安全保障义务,造成消费者损害的,需依法承担相应的责任。

王四新认为,社会生活节奏加快,很多中老年人缺乏子女陪伴,情感需求无法得到满足。同时,他们对新技术新手段缺乏充分了解,辨别力差,易被迷惑。全社会要加强对这个群体的提醒和关爱。此外,消费者对于发现的欺诈行为要积极举报,有关部门也要加大对违法行为的处罚力度。

据新华社