

省消保委发布双十一消费投诉情况:

价格明降暗涨、主播虚假宣传问题突出



售前虚假宣传、售中改变规则、售后客服不到位……11月19日,江苏省消保委发布《2021年“双十一”江苏省消费投诉与舆情分析》。据统计,10月15日至11月15日,江苏省消保委系统共收到投诉28343件,其中涉及网购13839件。舆情方面,涉及江苏省双十一消费类相关舆情数据共计512542条,问题热点集中在预售价格、促销规则、主播带货、物流投递、售后服务等方面。

通讯员 省消委
现代快报+ZAKER南京记者 杜雪迎



数据

双十一期间,收到消费投诉2万多件

与往年相比,2021年的双十一从促销宣传、预付定金到支付尾款,战线拉长,投诉与舆情监测周期也随之延长。

据统计,今年10月15日至11月15日,江苏省消保委系统共收到投诉28343件,其中涉及网购13839件,占总投诉的49.18%。舆情方面,涉及江苏省双十一消费类相关舆情数据共计512542条。

从性质来看,消费类负面(敏感)舆情信息共计74725条,包括维权投诉、负面报道、消费吐槽等,占舆情总量的14.58%。

问题



预付价格更高,促销宣传与实际不符

今年,不少电商平台在双十一前开启了预售模式,然而预售也是套路多多。有南京消费者投诉,在某电商平台定金页面显示到手3299元,付完尾款后实际支付3746元,但是页面直接下单才3299元,联系客服也不退差价。

商品预售还涉嫌虚假宣传,宣称的最低价、价保措施不执行、尾款金额与宣传也不符。



主播虚假宣传,直播乱象饱受诟病

今年双十一,不少明星、大V、网红等都加入直播带货。然而,直播带货乱象多,不仅存在产品质量和售后服务难保障的问题,主播虚假宣传变相误导也引发消费者吐槽。例如,南京的汤先生花23万余元与直播间主播线下交易了一批翡翠和字画,其中,超过11万元买了近百件翡翠。然而,经鉴定,翡翠都是假的。直播平台表示,因查不到交易记录,无法为汤先生维权。

直播带货乱象主要存在产品质量、发货延迟、价格纠纷、虚假发货、售后不到位等问题。



价格明降暗涨,优惠规则套路满满

双十一期间,平台大促的背后是套路满满的复杂促销规则,然而不少消费者吐槽最终其实并不优惠。防不胜防的虚假宣传、价格诱导不仅依然存在,且玩出新花样,篡改价格、虚假发货、宣称“全网最低价”实则“破价”等行为时有发生。

不仅促销规则复杂难懂,部分商家明降暗涨,对比全年价格,消费者吐槽提前涨价现象依然存在。此外,不少消费者表示定金无法退,导致退货时快递已发出,只能承担运费选择无理由退货渠道。



信息保护不完善,物流投递纠纷多

消费者关于快递物流的投诉也不少。11月12日,南京消费者王女士投诉,在某平台购买了一台电热水器并留下详细地址,可平台物流送货时只送到了代收点。联系商家,客服却称王女士家不在物流的送货范围,快件只能放到最近的代收点。

据江苏省消保委统计,消费者投诉比较多的问题主要有,快递业信息保护不完善,消费者担心个人信息存在被泄露风险。此外,快递投递纠纷多,如快递丢失、未经同意投放快递柜、物流信息慢等,还有网购刷单、来路不明快递、海淘伪造境外快递信息等问题。



客服无回应,售后服务不到位

不少消费者的投诉也与网购平台的售后服务无保障有关。有消费者反映,双十一购买的化妆品套装里两瓶爽肤水碎了,联系商家客服两天,按照客服要求拍照后,所有消息都是已读不回。还有消费者购物后发现产品存在质量问题或瑕疵,要求退货却遭拒绝。

售后客服态度差无人回应、售后电话打不通,智能客服不“智能”……网购平台的售后服务不到位,客服质量还有待提升。

直播带货 还有哪些“猫腻”?

●直播话术多,想“秒杀”得看半小时直播

济南市民张晓芸告诉记者,为抢购一款双十一预售商品,她在某短视频博主的直播间内等候了近半个小时。“一开始主播说马上上架,并且是‘秒杀价’,但随后主播开始介绍其他商品,接着又介绍直播间的各种活动,20多分钟后我想要的商品才上架。”

张晓芸说,有时为了直播间所说的福利、优惠,需要等很久,而且这在短视频平台的直播带货中,快成固定模式了。几乎每个主播在上架优惠商品前,都会用话术吸引观众眼球,然后再介绍几款其他商品,一段时间后再将此所说的商品上架销售。如果考虑时间成本,在直播平台购买商品远不如在传统电商平台方便、直接。

●卖东西还得演剧本,“吵架式”“打架式”带货流行

“我们贴了多少你知道吗?贴了两千多万。”“不要再贴了!”在不久前的一场直播带货中,一名女主播在直播间大声嘶吼,试图阻止搭档男主播“降价倒贴”的行为,而男主播自称为了粉丝,甘愿赔本补贴,互相推搡、摔话筒,演得几乎以假乱真。

类似这种“套路”,每天都出现在不少短视频平台的直播间中。记者在一些直播间看到,主播和搭档一番“争吵”“推搡”后推出的商品,价格相比其他电商平台,并没有太大优惠,有时甚至比别的平台贵,但凭借“节目效果”,往往能吸引消费者的关注。在一些明星带货的直播间内,也经常出现明星为“回馈”粉丝执意卖“低价商品”、与工作团队吵得不可开交的“剧情”。

●带货数据有“猫腻”,有的直播间没人互动,订单却不少

齐鲁工业大学大三学生王琪说,让她不解的是,有的直播间观众人数有几千人,但上架的商品少有人购买;而在另外一些直播间,观看人数只有几十人,主播上架的商品又频频被“秒杀”。

电商行业从业者张向阳告诉记者,为了提高直播间热度,很多直播间使用机器人刷人气,或大量刷单提高成交量,事后再退款。尤其是对于小主播而言,需要通过虚假的数据,营造出高人气假象,这几乎已成直播带货行业“潜规则”。

直播“演技”培训 竟成“产业链”

记者调查发现,围绕直播带货的话术培训、数据造假等,已形成了一条“产业链”;一些培训价格不菲,“学费”动辄高达上万元。

记者在某电商平台搜索“直播带货话术”“直播带货剧本”等关键词,发现相关的教学课程、话术脚本等商品有上千种,其中不少销量超过3000件。记者找到一款描述为“带货话术脚本写作”的商品,在花费18.8元购买后,对方提供了“主播基础必备的几百条话术”“带货剧本案例”等文档。文档中提到,要用大让利、大红包留住观众,在这之后不要急于卖商品,而是用大嗓门、快语速尽可能推销店铺内其余商品,给观众反复洗脑,激发购买冲动。

这些文档还提供了很多营销手法。例如主播可以用送所谓“限量商品”的方式留住顾客,但有些“限量商品”仅仅是营销噱头,实际上每天都会。此外,在商品宣传中,可以通过编造“剧本”的方式,凸显让利的夸张,再加上安排一些机器人账号负责起哄、刷屏,从而吸引真实观众购买。

“我们团队培养出不少带货营收超百万元的主播。”这家店铺的客服表示,如果需要进一步的培训,还可以缴纳2万元学费,有“专业导师”提供15天的特训。

北京市中闻律师事务所律师李斌说,直播带货“套路”存在诸多问题。一些话术涉嫌虚假宣传;先抬价后降价,或者通过夸张表演营造出“亏本让利”效果,诱导消费者下单,则涉嫌价格欺诈。

据新华视点

建议

建立黑名单制度 打造诚信的网络环境

目前,电商直播存在部分商家打擦边球、故意低价诱导、虚假宣传以及行业分布不均衡、主播纳税、责任界定等问题,电商直播领域行业自律意识差,消费者维权难。江苏省消保委建议,在电子商务法和网络安全法等基础上,增强法律的实操价值。同时,各直播平台应加强行业规范,积极倡导诚信经营,做好事前监测、事中监管、事后规范,及时解决消费纠纷,承担平台主体责任。此外,电商主播,特别是头部主播,应当规范营销行为,提高自身素质,加强产品把控。

针对预售价格争议、价格诱导等问题,省消保委表示,电商平台作为网络交易的第一责任人,在预售开始前,应当利用技术手段做好价格、促销行为的监测评估,前置舆情的预防关口,做好消费安全保障。对造假浏览量 and 好评刷单炒信等严重破坏市场秩序现象,平台应当及时制止。省消保委建议,针对商家虚假宣传、价格诱导行为,应建立黑名单制度,打造诚信的网络环境。

此外,省消保委认为,双十一存在的订单泄露问题,需要各方共同努力,构筑信息保护的安全防线。应加强对快递行业的规范整治,除了从技术上提升快递单的信息保护外,还要注意规范快递网点的经营,强化快递平台的保护举措。