

网红带货能买到多少好东西？

收货后不见视频里的效果 假货次货普遍 投诉退货等维权不容易

国庆假期很多人忙着吃喝玩乐时，有群人却忙碌地给大家“种草”（网络语言，意思是分享推荐某一商品，以激发他人购买欲望的行为），让宅在家的人忍不住开启“买买买”模式。这群人就是网红，他们靠着庞大粉丝体量及“花哨”的宣传手段，通过网络短视频、直播等方式给消费者带货，被称为网红带货模式。这些网红推销的产品往往会大热直至卖到脱销，有些顶级网红更能创造一次直播就达成上亿元成交额的“奇迹”。记者调查发现，除了一部分正规商家、良心网红外，网红带货乱象丛生。消费者稍不注意，便会跌入网红和商家共同精心设计的“陷阱”——推荐的各类产品质量“差强人意”。劣货卖出高销量，这门道不是一般消费者所能了解的。

●现象

网红现场试穿或试用好 消费者被“眼见为实”迷惑

“他们说得天花乱坠，我忍不住买了。”家住杭州的付小姐花费上万元，因为她在各网络平台上买了很多。“淘宝直播里有些网红开播卖货，亲自试穿衣服或试用化妆品，影响力不小，我觉得东西应该不错的，就买了。”

这样的消费者真不少。记者发现，网红带货方式并非简单介绍产品和直白打广告。像推销化妆品，他们会在脸上涂、抹、搽，从而测评效果，或者会出化妆教程，其中一个步骤使用的产品就是她们推销的产品，进行潜意识推销。如果是推销食品，他们会拍做饭、做菜，其中加入一些食材或调料，配上“夸张”的动作神态，能勾起消费者的购买欲望。这些画面不仅能通过直播的形式展现，也可以通过剪辑短视频的方式呈现，效果都相当不错。

“这就是眼见为实，很多美妆网红从素颜变超级漂亮，一步步流程让你相信这款产品的作用，这种推销方式比那些大牌广告好多了。”小陈表示，她用的很多化妆品均是网红推荐的。

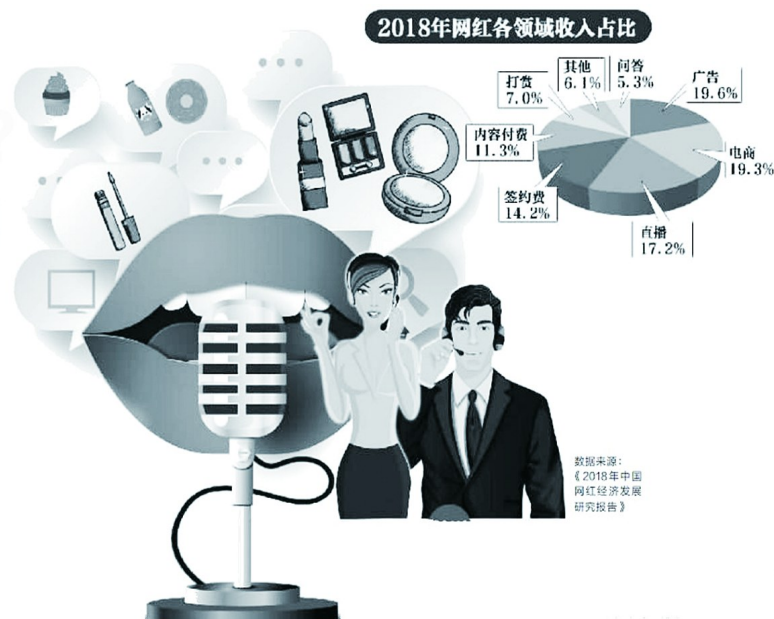
9月22日，记者在抖音平台上通过网红推荐买了一款油滴减压玩具，根本不能呈现视频所说的减压效果。

●问题

多种带货方式 直接负责产品售后服务的鲜见

在一网红经纪公司工作的章小姐告诉记者，带货的很多网红背后有签约机构推动。她所在公司服务于网红的选品团队就达到上百号人。“选品团队就是网红销售的货物都是他们挑选的。”很多商家找网红推荐货品，需要将详细信息发给选品团队筛选，过了这一关后才能到网红手里，网红还要再根据自己的喜好挑一挑。

“网红带货有好几种方式，”另一位业内人士说，“第一种是合作关系；第二种是提成关系；第三种是网红主导定价销售，就看商家选择哪种。”确定好合作关系后，网红背后的团队会



根据商家需求，量身定制宣传软文和视频或者直接开直播推介。

“有些网红为赚钱也会昧着良心带‘垃圾货’。”章小姐说，一些商家看到通过找网红带货变现容易，便与一些网红“狼狈为奸”。网红看似用心给粉丝真实测评、分享好物，实际上只是在赚钱。“带货能力不行的网红容易被大公司淘汰，就转去小公司带货。只有个别大公司会对售出产品做售后，其余的是商家负责售后。”章小姐说，一些小网红不具备足够产品鉴别能力，无法把关质量，却替商家带货；有些网红接不到大品牌代言，即使明知产品有问题，仍夸大产品效果。

商品出现问题 平台无奈消费者只能自认倒霉

记者了解到，在某平台，一名主播在乡间生活做菜做饭的视频吸引了40多万人，后期推销起视频中常出现的辣椒酱、猪油渣、牛肉酱等。很多人买后发现这些商品多为自制，包装上并没质量合格标识，价格贵且味道不佳。

今年5月，上海的董女士在微信公众号上发文投诉，她在抖音平台看到一个大妈推销虾干的视频，收到的虾干与视频中的烤虾大相径庭，且是“三无”产品。她通过平台申请退款发现，订单信息已不存在。抖音回应称，已下架涉嫌存在虚假宣传的问题广告，并暂停烤虾类商品广告上线。一名在直播平台负责内容审核的工作人员告诉记者，平台对“带货”有监管机制，但很难对网红所售产品质量做到管控。之前被曝光的网红“格格吴”，号称专做代购却卖假货，大批粉丝受骗后他却狂删微博玩“消失”。

杭州一所高校大三学生小郑在直播平台看到一款网红推荐的洗面奶，声称泰国代购，用后皮肤白暂。小郑买后用了两次，从不长痘的她脸上冒痘痘。“医生说是过敏，叫我停止使用化妆品。”她去找网红理论，对方告诉她，产品因人而异，她是敏感皮肤且商品已经被使用，不能退货。

为何视频上看到的效果与实际收货后的效果不同，记者了解到，无论是

短视频还是直播平台，网红均可以开启美颜、瘦身特效迷惑消费者。

假的不仅是货 销售数据、好评等也是靠刷的

“卖垃圾货的太多了，之前小红书里动不动都是开豪车、衣着光鲜亮丽的网红，推荐的大牌手表、包包、鞋子却是山寨的，还号称顶级高仿，甚至能提供专柜发票及正品包装盒。”章小姐说，最让人害怕的是好评及点赞转发等数据也可能造假。

“数据造假很常见，只要你肯花钱，技术上的东西都能搞定。”一位短视频业内人士告诉记者。

记者在QQ群搜索“刷数据”“直播刷”“网红”等关键词，出现大量针对各大网络平台刷数据的群组。很多群名直接指向抖音平台及淘宝直播平台。记者进入其中一个群，发现其中发布刷数据广告的群成员层出不穷，除了基础的点赞、转发、评论等数据能刷，还可以“代开淘宝直播间、推抖音热门、改销量、处理中差评、升等级”，收费从几元至上万元不等。通过造假美化数据，吸引商家合作。

一名自称能代办签约机构的人士告诉记者，这些机构相当于网红经纪公司，负责包装网红个人、对接平台和广告商等。很多代办公司收取2万至3万元不等的服务费，便可协助原本没经营资质的机构成功注册并入驻各大短视频和直播平台。

●矛盾

营销市场巨大 不少商家认可网红带来的效益

据《2019年淘宝直播生态发展趋势报告》显示，2018年加入淘宝直播的主播人数同比增长180%，2018年淘宝直播平台“带货”超千亿元，同比增速近400%。《2019短视频内容营销趋势白皮书》显示，短视频行业正在迅速爆发，2019年短视频市场规模将突破200亿，短视频网红因此更加炙手可热。

“这背后就是因为她们的带货能力太强，相比过去请明星、名人代言，

如今在短视频和直播平台上，采用网红宣传的模式更接地气，受众更广，商家也愿使用。”章小姐表示，越来越多传统企业、商家开始关注、认可网红经济的可行性，商家与网红通过直播模式合作，最终都能获得高收益。近期有一网红直播清洁用品让某濒临倒闭的商家收益翻5倍的新闻，就说明了网红对接商家的大能量。

据艾瑞咨询发布《2018年中国网红经济发展研究报告》显示，2018年网红已拥有广告、电商、直播、问答、打赏、内容付费等多元化变现形式。网红收入占比的前三名分别是：广告收入19.6%、电商收入19.3%、直播分成17.2%。其市场潜力巨大，还有很多可以深挖和增长的空间。有专业人士预测，2020年网红带货营销市场规模将达到千亿元级别。

消费维权难 所谓的专柜验货就是幌子

“东西你都用了，我怎么给你退货？”“你怎么证明这是我给你发的那瓶呢？”“你说我卖的是假货就要拿出证据，去专柜验货证明我就退钱。”“实在不行你报警吧，随便你。”这是一位消费者与网红的聊天记录。她用微信转账方式购买网红带货的化妆品，使用后发现自己之前使用感不符，怀疑是假货要求退款后，该网红便提出诸多要求。

一方面是兴起的网红带货经济，另一方面是消费者通过网红带货后遇到的维权难。这该怎么办才好？

“所有专柜都不提供验货服务，即便柜员看出是假货，也无法出证明。”杭州市消保委相关负责人表示，在许多网红带货陷阱中，网红说提供专柜小票，支持专柜验货，引导消费者使用微信、支付宝转账，待消费者发现蹊跷后，因为没任何平台对转出的资金进行保障，网红就用各种理由拒绝退款。

消费者私下转账相当于把控制权交给对方，网红不发货、发假货，消费者便退货无门，维权无道。“这不属于消费行为，而属于民事行为，个人发货更是无法维权。”杭州市消保委负责人还表示，部分商家通过短视频等方式卖出劣质产品后便将其下架，以防消费者“找上门”，同样给维权造成困难。

今年4月，国家市场监督管理总局起草了《网络交易监督管理办法（征求意见稿）》，提到网络交易经营者不得以虚构交易、编造用户评价、删除用户不利评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者，要求网络交易平台经营者应当对进入平台销售商品或者提供服务的经营者及其发布的商品和服务信息建立检查监控制度。这个管理办法一旦实施，网红带货中出现的商品质量问题就有了保障，但前提是要交易平台是合法的，不能通过微信、支付宝等点对点转账。“唯一的方法就是通过正规平台交易，至少消费者还有维权渠道。不轻信网红，才是保住‘钱袋子’的根本方法。”

（文图来源：青年时报）