

直播带货发展探析

黄丽霖 闵杉杉

(嘉兴南湖学院, 浙江 嘉兴 314001)

[摘要] 随着互联网与数字经济的崛起, 微商电商、网络直播等新业态新模式在实践中不断涌现出来。网络直播带货这一新模式由于兴起时间不长, 发展过程中也暴露出一些问题。监管部门、平台、商家和主播等各方应依法依规履行职责, 促进直播带货行业健康有序发展。

[关键词] 网络购物; 直播带货; 新模式

[中图分类号] F724.6

[文献标志码] A

[文章编号] 2095-168X(2021)08-0119-02

随着互联网与数字经济的崛起, 微商电商、网络直播等新业态新模式从实践中不断涌现出来, 直播带货也在此时异军突起。2020年的疫情爆发更是催生了全民直播带货的时代, 直播带货也成为2020年最受关注的热词。

一、直播带货发展状况

(一) 参与主体多元, 市场规模不断扩大

2016年4月, 定位于消费类直播的淘宝直播由阿里巴巴正式推出。淘宝作为直播根据地, 也是直播带货中率先火起来的平台。2019年, 淘宝直播的独立客户端正式上线。随着京东、快手、抖音、小红书等各种新形式的直播带货平台如雨后春笋般出现, 直播电商平台数量、用户规模以及市场规模均不断增长。

据数据显示, 截至2020年12月, 我国电商直播用户规模为3.88亿, 较2020年3月增长1.23亿; 国内直播电商市场规模由2019年的4338亿元上升到2020年的9610亿元, 同比增长121.5%; 2020年每天约有3万家新的直播商家入驻, 直播带货的订单总量以每周20%的速度增长。

与此同时, 参与直播带货的人员也在增长。除了李佳琦、薇娅这样的直播带货大咖外, 不少明星和公众人物都纷纷加入到了直播带货的行列当中, 除了央媒入局直播带货外, 地方媒体也纷纷参与直播带货。直播带货突破了时间和空间的局限, 一定程度上弥补线下消费的不足, 促进了消费的增长。

(二) 规范标准出台, 行业发展规范引领

2020年7月1日, 由中国广告协会发布的《网络直播营销行为规范》正式实施, 该规范为从事网络直播营销活动的各类主体提供了行为指南, 对直播带货起到

规范引领作用。2020年9月中国商业联合会发布了首部全国性的直播电商标准——《直播购物运营和服务基本规范》, 从直播购物经营的总体要求、商品质量、从业人员、运营管理、服务、监督管理等方面进行了规定。2021年3月15日, 市场监管总局制定出台了《网络交易监督管理办法》, 并于2021年5月1日正式实施。该办法制定了一系列规范交易行为、压实平台主体责任、保障消费者权益的具体制度规定, 这有利于直播带货等新业态的规范化发展。

(三) 5G技术应用, 购物体验更加舒适

随着5G商用时代的来临, 电商直播的传播速度更快, 直播会有更多创新, 用户体验会更加舒适。对商家来说, 通过互联网直播平台将商品展示在客户的面前, 通过主播的体验讲解和分享引导潜在客户为其买单。对于消费者来说, 通过互联网直播平台真真实实看到产品的使用方法, 带来一目了然的体验感, 达到了与线下实体店相似的直观感和体验感。

二、直播带货存在的问题

直播带货已成为当下营销新模式, 但这一新模式由于兴起时间不长, 成熟度不够, 暴露出了一些问题。

(一) 产品质量缺乏保障

直播带货利用互联网的优势带动商品销售, 但这些商品的质量如何, 却难以得到切实的保证。一些经营者为了自身利益, 会生产和销售一些价格低廉但质量堪忧的产品, 甚至是三无产品。据中消协发布的《直播电商购物消费者满意度在线调查报告》的相关数据显示, “假货太多”“鱼龙混杂”“货不对版”是消费者对商品质量方面的集中反馈。此外, 在农产品直播中, 部分农产品没有经过相关检验检疫直接进入市场, 不可避免

[基金项目] 嘉兴南湖学院SRT资助项目“新个体经济发展问题研究”, 项目编号: NH8517203062。

[作者简介] 黄丽霖(2000—), 女, 福建莆田人, 本科在读, 研究方向: 直播经济。

闵杉杉(2000—), 女, 浙江湖州人, 本科在读, 研究方向: 直播经济。

地会存在较大的食品安全隐患。

(二) 售后服务难以保证

直播带货参与销售的主体多元,对于消费者来说,很难分清背后的主体责任,导致消费者维权时不知该找谁。相比于传统电商,直播电商的售后处理相对比较复杂,一些直播平台的售后服务系统还不太完善,以至于消费者在直播平台买到假冒伪劣产品时无法维护自身的合法权益,导致自身利益严重受损^[1]。据中消协发布的《直播电商购物消费者满意度在线调查报告》的相关数据显示,“担心商品质量没有保障”和“担心售后问题”是消费者的两大主要顾虑,而37.3%的受访者在直播购物中遇到过消费问题。

(三) 从业人员良莠不齐

直播行业的准入门槛相对较低,一部手机和一个账号就能开始一场直播,于是就有各式各样的人进入直播间带货,整个直播带货行业从业人员良莠不齐,存在着部分素养较低的甚至利欲熏心的带货主播,他们会为了自己的利益而损害消费者的利益。一些主播为了自己的利益,扩大宣传、诱导消费者购买,甚至向消费者推荐一些质量不合格产品。还有一些主播在直播间靠哗众取宠来吸引“粉丝”,营造不良的氛围,不利于网络空间的净化,也不利于社会的健康发展^[2]。

三、直播带货发展对策建议

在直播带货未来的发展中,监管部门、平台、商家、主播等各方应依法依规,各负其责,形成合力,促进行业健康有序发展。

(一) 有关部门加强监督管理

首先,市场监督管理部门应加大对网络交易活动的监督管理,对违法违规行为依法依规给予相应处罚。为了规范网络交易活动,维护网络交易秩序,保障网络交易各方主体合法权益,市场监督管理部门应引导各方共同参与网络交易市场治理,推动完善多元参与、有效协同、规范有序的网络交易市场治理体系。

其次,县级以上地方市场监督管理部门应当在日常管理和执法活动中加强协同配合。直播带货模式新、参与主体多、关系较复杂,而且涉及跨地域和多个监管部门等问题。因此,各部门之间要建立多方协同合作机制,明确各自监管职能,密切配合、形成合力,切实履行监管职责。

再次,有关行政部门在各自的职责范围内,应当定期或者不定期对经营者提供的商品进行抽查检验,并及时向社会公布抽查检验结果。

(二) 相关经营者加强诚信自律

平台作为技术服务提供者应依法经营,要加强服

务规范,努力提高服务水平。(1)依照法律、行政法规的规定向市场监督管理部门报送有关信息,如平台内经营者的身份信息等。(2)加强对入驻商家的身份核检,检查监控商家发布的商品是否有许可证明和合格证明等,明确商家的权利和义务。(3)规范主播准入和营销行为,约束、划分主播在直播带货过程中的行为及责任,加强对主播的教育培训及管理。(4)加强直播营销内容生态审核和内容安全治理,严格查处各类造假行为以及各类私下交易行为,并依法配合有关部门的监督检查。(5)完善消费者合法权益保障机制。

商家作为商品的提供者应具有与所提供商品相应的资质、许可,并亮证亮照经营。商家提供的商品应符合国家产品质量、标准、计量等法律法规要求,要全面、真实、准确地发布商品信息,以保障用户的知情权。商家提供商品使用格式条款、通知、声明等的,应当以显著方式提请消费者注意商品的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等与消费者有重大利害关系的内容,并按照消费者的要求予以说明,不得排除或者限制消费者依法维权、退换货等合理要求。商家应积极履行自身做出的承诺,依法提供退换货保障等售后服务,保障消费者合法权益。

主播作为商品推销者要树立法律意识,严格遵守有关规定。主播在直播营销活动中,应坚持社会主义核心价值观,遵守社会公德;应诚信宣传,不做虚假宣传、误导性的宣传;做出的承诺应符合其与商家的约定,保障消费者合法权益。此外,主播应加强对法律、法规、规章和有关规定及标准规范等的学习,了解与网络直播营销相关的基本知识,掌握一定的专业技能。

(三) 消费者提高自我保护意识

首先,消费者在下单前要查看直播平台公示的商家信息和产品信息,查看商家是否有营业执照,查看产品是否有质量合格证明和产品使用说明书等,不能贪图便宜。其次,要有风险意识,注重个人信息保护和账户交易安全,要保留直播视频、聊天记录、支付凭证等相关证据,以便遇到消费问题维权时有据可依。第三,要依法维护自己的合法权益,遇到消费问题及时联系商家、主播和平台协商解决,如果协商不了,可以向消协或有关部门投诉。第四,不要轻信主播的产品功效宣传和超低价承诺,不要冲动购物,要根据自己实际情况理性消费。

参考文献:

[1] 鲍冉冉.论直播经济新模式——“直播带货”的可持续发展[J].新经济,2021(01):17-20.

[2] 刘冰丽.直播带货存在的问题与治理对策[J].经营与管理,2021(01):10-12.