



# 直播

## 直播间福利有多少是靠谱的

「原价」三千多元的白酒不到六百元就能拿下

原价1980元的“五粮液”，直播间只卖298元；798元两瓶的贵州酱工秘酱，专属福利价299元，还送一套十二生肖酒具；市场上卖1388元的大红袍茶叶，直播间下单，到手4盒茶礼和整套高端茶具只要268元……

近日，记者观察直播间发现，一些主播将所有商品原价和直播专属价对比越来越夸张，而在主播的极力渲染和比价刺激下，不少观众会激情下单，很多商品也有一个不错的销量。

主播口中的“家人们”是否真得到了福利？在第三方投诉平台，记者发现比价宣传下，有大量问题存在：到手的商品货不对板，价格根本不如宣传的那么便宜，产品质量一言难尽……

### 超高原价超低折扣

经常网购的上海市民常洁（化名）告诉记者，她发现现在很多直播带货非常不靠谱：“现在直播间标注的商品原价还有什么意义？反正不曾多贵，最后都给你超低价，有些到手价甚至一折都到不了。我怀疑这些价格就是随便标的，为了让消费者觉得占便宜后去买。”

但也有人对此并不认同：只要主播能保证商品是真的，价格又确实优惠了，为什么不占这个便宜呢？

相较于主播给出的原价，直播间专享价、主播福利价是真优惠吗？

“单瓶扫码价598元一瓶，你拿到手之后可以去任何线下门店鉴定，保证是真的，现在我们直播间专属价，一箱6瓶，只要597元！对，你没有听错，官方指导价3588元一箱，现在597元包邮还送一整套精美酒具。”

2023年11月，家住天津市河东区的张柳（化名）看到这条直播后，立马下了一单。“这可是名牌酒，而且商家承诺源头工厂发货，肯定没有假，这回是真的捡到便宜了。”张柳说。

令张柳没想到的是，酒收到后他就发现了问题：“中午喝了一小杯，感觉口感不对，一看包装和之前看的名牌酒包装不一样，产品类型是植物类露酒，是用白酒加了水、绿豆、竹荪、荷叶等调制而成，和白酒不是一回事，说白了就是勾兑酒，根本不值什么钱。”

张柳说，主播一直说这是大牌，是原厂原箱拿的，实际上就是明目张胆骗消费者，所谓的名牌只是大牌酒厂下面的一个授权公司，一再打擦边球，将其和名牌酒绑定，让消费者误以为买到了名牌酒。“后来我又刷到另一品牌白酒，原价3528元一箱，到手价299元一箱，但我再也不敢贪便宜了。”张柳说。

2023年第15个“双11”，比价成为促销的重头戏，各个直播间和团购群里，与电商平台、旗舰店、专柜进行比价也成为重要的引流手段。

有消费者在某网红主播的直播间看到，主播销售某品牌洗发水时，出示的某电商平台销售同款商品的页面截图为49元，但这张图的上半部分被折向后方。出于好奇，她去电商平台搜索了该产品，发现完整截图上显示出产品的促销信息“拍2减50，带走1KG”“第2件券后¥9”的字样。

同样在该网红的直播间，售价为669元的周六福五福龙足金手串，主播称在同平台其他主播直播间售价为1039元，并出示了销售页面截图，但有消费者随后在同平台周六福官方旗舰店发现其售价为759元。

最近，某明星直播间的羽绒服价格争议引发了社会广泛关注。一位消费者在该明星的直播间购买了原价2899元的鸭鸭羽绒服，实际支付了449元。然而，这款羽绒服在“双11”期间只需228元。



记者调查发现，类似的比价行为，往往以产品在其他渠道销售的页面截图为凭据，但截图的真实性却有待核实。直播中的各种福利商品，在其他平台或线下都可以按照近似价格购买，还有部分商品没有在线下商超售卖，商品正价很难确定。

有网友调侃：“按原价一折卖、三折卖，恐怕进价都不会那么便宜，如果福利真这么大，我从直播间进货再去卖不就发财了？”

### 价格虚高涉嫌违法

2022年5月，浙江省杭州市富阳区市场监管局城西所执法人员在日常网络巡查中发现，某电子商务公司在电商平台直播和短视频中宣传的销售价明显低于原价，且未发现原价销售记录，随即执法人员上门调查。

“爱自己是终身浪漫的开始，高级定制款裙子我之前卖199元，现在改价49元上链接。”面对执法人员展示的真实直播内容，商家无法提供该产品按原价199元的销售记录。

在现场检查后，执法人员发现该电子商务公司偷偷修改了在某短视频平台

上店铺的原价，企图蒙混过关，但面对依法录取的电子证据材料，该公司无法抵赖。经执法人员查明，该电子商务公司在短视频平台直播涉及的商品未以划线价成交过，检查中该商家平台店铺多种商品无法提供原价销售记录，构成价格欺诈行为，违法所得超过5000元。

北京市市场监管局发现，2023年“双11”期间，北京福气连连文化传媒有限公司主播在直播期间，以北京吃客之家电子商务有限公司在某平台同款商品的页面展示价作为被比较价格进行宣传。另查，两家公司商定在不同平台上架同一商品，并标示相差悬殊的价格，供直播带货比价使用。该行为构成价格欺诈，两家公司为共同违法主体。北京市市场监管局依法责令当事人改正违法行为、给予警告，并处罚款30万元。

在生活中，消费者经常能遇到商品打折销售的情景，降价促销和价格欺诈二者之间的界限在哪？

北京天驰君泰律师事务所高级合伙人、北京市律协消费者权益专业委员会副主任饶伟介绍，降价促销是在商品价格与价值相符的基础上，为了刺激消费进而做出的通过降低价格，扩大销量的行为，商家采取降价促销的目的是

“薄利多销”，这是一种正常的经营方式。而价格欺诈行为是在对商品进行价值定义时就没有遵循公平原则，价格明显虚高，通过打折误导消费者消费的行为。二者的根本区别在于商品的价格是否符合商品价值以及销售行为是否侵犯消费者对商品价值的知情权。

饶伟说：“网络交易平台经营者应当依法配合市场监督管理部门开展价格监督管理工作，发现场所内和平台内经营者有违反本规定行为的，应当依法采取必要处置措施，保存有关信息记录，依法承担相应义务和责任。如果平台经营者明知或者应知销售者或者服务者利用其平台侵害消费者合法权益，未采取必要措施的，依法与该销售者或者服务者承担连带责任，也应对价格欺诈行为负责。”

值得注意的是，与原价相比，不能认为打折力度过大就说明商家一定存在问题。

对外经贸大学法学院教授苏号朋告诉记者，打折销售在日常生活中比较常见，最夸张的就是珠宝行业，定价几十万元、几万元，可能几万元、几千元就卖出去了。但如果从法律的角度来说，这种行为并不违法。

“价格领域主要看两个法律文件——《明码标价和禁止价格欺诈规定》和《价格法》，价格法主要是规定了价格的形成机制：政府定价、政府指导价和市场调节价，绝大多数的价格都属于市场调节价。直播间商品的标价大多是由经营者根据市场情况自行定价，属于市场调节价，不管他怎么定，定多少价格，只要不违反价格法所确定的价格形成机制，都应尊重。在具体的销售行为中，一个价格是否要打折，打多少折，也是由经营者自行确定的，如果标价很高，打折力度很大，实际售价很低，这种市场行为法律不予干涉，监管部门也不宜进行强制性干涉。”苏号朋说。

在中国价格协会副会长、中国人民大学公共管理学院教授许光建看来，这种行为虽然不违法，但和定价相比，消费者对价格的变化敏感度很高，商家通过高折扣来吸引消费者，实际上是一种营销行为，属于过度营销。

“现在一些商品的标价太高，打折力度很大，会让消费者不适应，影响消费者对商品价格的认知与判断。商家应当正确理解明码标价制度，充分传递价格信息，尊重消费者的知情权。消费者有权知道商品的实际价格信息，商家应尽可能减少商品定价方面的信息不对称问题，在预期范围内把商品的完整价格信息以及与价格相关的信息呈现给消费者，让消费者去选择。”许光建说。

### 监管力度有待加强

2022年6月，国家广电总局、文化和旅游部共同发布的《网络直播行为规范》明确规定，网络主播在提供网络表演及视听节目服务过程中，不得出现“夸张宣传误导消费者、通过虚假承诺诱骗消费者”行为。

一些短视频平台也对主播价格宣传行为进行了规范，明确要求直播不得虚构比较价格。为此，有平台多次开展打击价格虚高的专项行动，仅2023年就有超5000名电商因商品价格弄虚作假受到处罚。但从记者调查情况来看，价格虚假问题仍然严重，并且主要集中在酒水、茶叶、玉石等方面。

有平台已经出台相关规定，严格限制直播间商品比价，直播间或视频展示被比较价格的证明凭证，平台只支持商品吊牌价、官网零售价、商品定价、厂商建议零售价。通过“商品参考价”功能发布参考价，商家需前置上传对应价格凭证，由平台进行审核。创作者不得使用无依据或无从比较的价格，作为折价减价的计算基础或被比较价格。

苏号朋认为，对于网络交易中的价格乱象，还是应当回归到价格法的相关要求上，落实公平原则，保障消费者的公平交易权，为此价格要合理，表现形式上要明码标价，而不是各种价格在直播间“乱飞”。平台对治理平台生态负有法律义务，应当对商家的各种价格欺诈行为加以管控，及时查处、惩戒，比如扣除信用分、禁止在该平台销售商品，充分保护消费者权益。

在饶伟看来，价格欺诈等行为长期存在，还和违法违规成本低有关，对一些网红主播起不到震慑作用有关。

“市场监管部门应加大整治市场乱标价的监管力度，对于不法商家的违法行为应及时处罚。消费者应当理性消费，在看到所谓直播间低价时，不要轻易下单，可以多平台对比后再作考虑，还应增强维权意识，对于价格欺诈行为抱有零容忍态度，及时向消费者权益保护协会举报，必要时通过司法途径维护自身合法权益。”饶伟说。

据《法治日报》



## 不满航班延误辱骂工作人员 以探店为名吃霸王餐 是谁在助长“网红特权”歪风

“我是网红，我师弟是‘垫底辣孩’，他1000多万粉丝，我280万粉丝。航班延误了5个小时，我要求航空公司给我特殊照顾。”近日，一男子因不满航班延误，亮出自己网红的身份，指责空姐、质问机长名字，之后又在社交媒体上发布维权视频，引发广泛关注。

针对此事，航空公司方面表示，航班延误是天气原因所致，对于乘客的诉求会尽力协调解决。而被该男子提到的网红“垫底辣孩”发表声明称，自己与视频中的乘客素不相识、毫无关系，要求平台下架侵权视频。

以网红身份要求给予特殊照顾，类似的事件屡见不鲜，让不少网友“惊掉了下巴”，也不禁发出这样的疑问：是谁在助长“网红特权”这种歪风邪气？

在受访专家看来，利用网红身份来进行所谓维权事件的出现，既有社交媒体普及和影响力提升的原因，也有维权意识提高、经济利益驱动和法律意识淡薄等方面的原因，社会应该关注和反思这一现象，规范网红的言行，避免产生负面影响。

### 以维权之名谋法外特权

据上述事件的目击者介绍，当天因暴雪天气导致航班延误，当时这名男子情绪激动，要求上飞机等着，否则就投诉，还威胁要发视频曝光工作人员，让工作人员都下岗、失业，并辱骂工作人员。

延误航班所属航空公司工作人员证实，当天确实有航班因天气原因延误，计划12:20起飞，实际起飞时间是18:25。天气导致航班延误非航司的原因，因此没有赔偿，但有发放餐食。航司对网红没有特殊优待，都是一视同仁。

此事在社交媒体上引发热议。有网友表示，作为拥有大量粉丝的网红更应该以身作则，遵守社会公德和法律法规，而不是利用自己的影响力来行使特权。也有网友呼吁，网络平台应加强对网红行为的监管和引导，避免类似事件再次发生。

北京京都律师事务所律师常莎告诉记者，维权是指维护个人或群体的合法权益，乘客与航空公司之间是一种服务合同关系，如果航班延误导致乘客的权益受到损害，那么乘客不论是否具有网红身份，都有权要求赔偿或者采取其他合法措施来维护自身权益。

“维权需要遵守法律法规和道德规范，不能使用暴力、威胁等手段来解决问题。同时，维权也需要尊重他人的权利和尊严。以自己粉丝数量多来压人一头，进行威胁辱骂，显然是对他人合法权益的侵犯。”常莎说，维权是每个公民的权利，但是应该以合法、合理的方式进行，不能滥用权利或者侵犯他人的权益。

写过《娱乐法学》等著作的华东师范大学立法与法治战略研究中心研究员余锋说，网红，一般指在现实或者网络生活中因为某个事件或行为而被网民关注和走红的人。网红往往与“大V”、各类知名博主等一样，具有粉丝众多、备受关注，能够通过个人社交媒体账号发布信息和快速传播信息，进而产生社会影响力的特点。

在余锋看来，拿网红身份压人一头的本质，是网红凭借其拥有百万量级粉丝以及其远大于常人的社会影响力，以图实现其私人目的。“一些网红利用其身份和影响力牟取法外特权，这个现象值得社会关注和反思。以合法手段实现非法律目的的行为，法律给予的是否定性评价。利用网红身份来进行所谓‘维权’，有维权之名，但实则在借助巨量粉丝而具有的支配、引导和干扰力获得法外特权。”

### 有悖道德涉嫌违法犯罪

“网红维权”并非个案。

2023年2月，一个在短视频平台有300多万粉丝的网红也有过类似的行为——他想要骑摩托车上高速公路被工作人员拦下，摩托车碰到交通锥后倒地，该网红便发起视频维权，想要索赔摩托车的损失。而实际上，该路段有明显的禁摩路标。对此，不少网友评论，网红的视频维权，反倒更像是在利用自己粉丝众多来搞舆论绑架。

董晨宇还提到，网红主播的职业化能够校正行业发展方向，避免行业处于野蛮生长状态，对粉丝数达到一定量级的主播，可以提出考核与持证要求，或是发挥直播行业协会作用，推动设立网络直播信用评价体系，形成网红主播从业门槛、退出机制等，持续净化网络空间。

（赵丽 万鹏）