

山寨产品“傍名牌”、商品质量开盲盒…… 江苏省消保委点名直播间“对对碰”

主播现场拆盒,凑对碰中可加拆……直播间新玩法“对对碰”火了,但有人吐槽商品概率不明、产品质量“翻车”、拆出空包裹……这到底是真福利还是新套路?江苏省消保委进行“对对碰”直播间消费调查,6月17日召开新闻发布会,公布调查结果。

本次调查采用线上问卷与体验员暗访相结合的方式。其中,线上问卷调查共收到有效问卷6988份;体验调查由体验员以普通消费者身份,通过参与游戏、购物、咨询客服以及退换货等环节,了解直播间的运营模式、产品质量以及售后服务等情况。问卷调查显示,在了解“对对碰”类直播带货的受访者中,近八成认为存在问题,其中产品质量和安全、商品标志标识缺失、玩法规则不透明以及涉嫌诱导消费等问题突出。

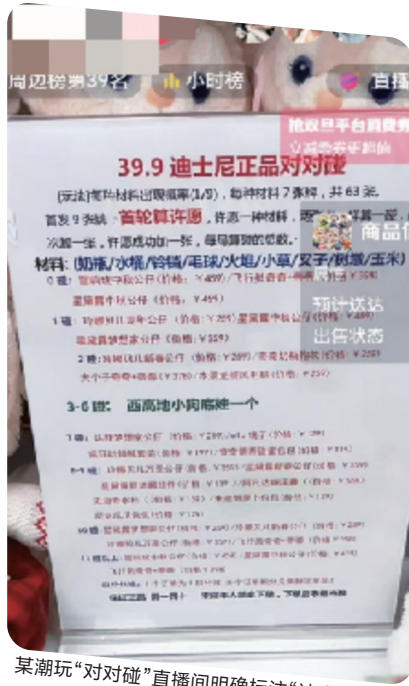
现代快报/现代+记者 徐梦云
江苏省消保委供图



某零食“对对碰”直播间购买的某会员店零食



某食玩“对对碰”直播间购买的小玩具



某潮玩“对对碰”直播间明确标注“迪士尼正品”

问题

分装食品散卖,食玩标签信息缺失

在某零食“对对碰”直播间,体验员花费129.9元下单“某会员店内肉零食对对碰”26小袋。收到的产品为拆包分装,装在一个透明塑料袋内,其中去骨凤爪、风干牛肉、卤汁牛腱均无生产厂家、生产日期等标识信息,产品还标注“非最小销售单元”。依据《GB7718—2011 食品安全国家标准 预包装食品标签通则》,一个销售单元的包装中含有不同品种、多个独立包装可单独销售的食品,每件独立包装的食品标识应当分别标注。直播间商家把原本的食品拆零

后另行组装销售,消费者根本无法知晓散装食品的生产厂家、生产日期、保质期等基本信息。

体验员在某食玩“对对碰”直播间购买“巧克力食玩”“小面包食玩”两单,共花费89.6元。收到货后,发现这些微型食物玩具大部分直径在3cm左右,做工逼真,色彩斑斓,十分吸引眼球。根据国家强制性标准GB 6675.1—2014相关要求,玩具应当标明产品名称、型号、标准编号、适用年龄、安全警示及企业信息等。同时,标准提供了玩具适用年龄

判定指南,适用年龄应科学评估(如3岁以下、3岁以上等),并规范了相应安全警示用语,如“不适合三岁以下儿童使用”等。GB/T 5296.5—2006《消费品使用说明 第5部分:玩具》5.4条规定:“在产品包装、使用说明书及标签上应标明玩具所适用的年龄范围”,且该条为强制性规定。然而,体验员查看收到的微型食物玩具,发现产品并无包装,只是放在简陋的塑料袋中,也没有生产标识、年龄范围、安全警示等信息,对于儿童来说,可能存在误食风险。

建议

建立统一的规则规范 加大行业监管

对此,江苏省消保委建议建立统一的规则规范,打破消费者信息壁垒。建议进一步加强直播电商法律法规等规范引领,建立统一的销售规则。平台及行业组织应明确公示商品抽取规则、概率及隐藏款数量,主播应当全程在镜头下操作,禁止虚假宣传和操纵概率,减少信息不对称,促进行业健康发展。

加大行业监管力度,“碰”出高质量产品。建议加强对“对对碰”直播间的监管和处罚力度,职能部门要从严打击虚假宣传、退货难等问题;平台或行业组织可以建立自律机制,定期公布行业“黑名单”;同时提高该类直播间食品类商品的准入门槛,加强食品、儿童玩具的监督检查力度,确保合规经营。

完善商家售后服务,共筑满意消费环境。针对“不退不换”等售后问题,建议明确区分7日无理由退货和质量问题退换货;加强未成年人保护,通过身份识别等技术手段进行提示和限制,防止沉迷。

同时,提醒消费者警惕情绪化消费。直播间商品单价虽低(多为19.9元、39.9元、59.9元),但实际价格可能高于其他平台,且主播“再加一包”等话术易刺激冲动消费,应理性下单避免超额消费。

厘清直播规则,仔细查看商品名称、抽取概率、限量商品投放数量等关键信息;购买前,务必确认商品是否标注有生产日期、保质期、生产厂家等信息。

家长需加强未成年人保护,必要时开启青少年模式,妥善保管支付密码,发现大额消费及时收集证据,以挽回损失。同时,消费者务必保存商品详情、主播承诺、支付记录等凭证,若遇纠纷可通过平台投诉或向监管部门反映。

规则玩法欠透明,山寨产品“傍名牌”

问卷调查显示,51.33%的受访者认为主播或工作人员人为控制“爆率”,48.74%的受访者认为商品概率不透明,还存在商品数量统计不准确、游戏规则未明确公示等问题。

体验式调查中,体验员购买了28个对对碰订单,所有订单均在直播间进行互动展示,观看直播即可了解自己的订单“碰”出的商品或服务数量,但部分直

播间只展示样品,消费者只有收到货才能了解产品全貌。

有业内人士称,“对对碰”类直播间的镜头外,商品是按照颜色分装好的,所以每次加拆的颜色都是可控的。在拆用户下单的商品时,助理是可以将特定的颜色和主播手中的进行调换。每单具体能碰走多少,都是计划好的。

在某潮玩“对对碰”直播间,页面介

绍“本店盲盒内商品均为迪士尼品牌”,直播间显著位置也标注了“迪士尼正品对对碰”。体验人员以39.9元下单“迪【羊了个羊对对碰】保真 假一罚十 正版正品公仔手办”,最终以“5碰”获得西高地小狗玩具一个。但收到货后发现只是普通毛绒玩具并非迪士尼产品,且玩具合格证显示为“偶颜™”,产品名称为毛绒玩具,无生产厂家信息。

商品质量开盲盒,售后服务缺位

调查发现,在有“对对碰”直播间购物经验的受访者中,75.55%的受访者表示“碰”来的商品质量存在不同程度的问题。在有售后问题的群体中,43.16%的受访者表示商家不予退换,影响了购物体验。本次体验调查

中,大部分直播间会标注不退,且主播表示若退款则拉黑。

此外,缺乏有效的年龄验证机制,未成年人保护不到位。问卷调查显示,30.7%的受访者认为对未成年人保护不足,缺乏有效的年龄验证机制。体验员查

看多家对对碰直播间后发现,大部分直播间标有“未成年人禁止下单”相关提示,或者是在开拆前,主播要求体验员在公屏处打出“已成年,不退不换”的字样。然而,在部分直播间,体验员未发现“未成年人禁止下单”相关明显提示。

现代快报+ 新媒体品牌矩阵展播

光影江苏

江苏电影权威发声渠道



扫码关注光影江苏