

“高补贴”“高奢品”？ 小心仓播里的这些套路

□新华社“新华视点”记者 谭畅

直播间买手机补贴1000元，价值五位数的“高奢”手表只卖99元……一段时间以来，以仓库为背景进行的直播在电商平台较为流行，不少主播宣称所售商品有“高补贴”、是“高奢品”。

“新华视点”记者调查发现，部分仓播存在不同程度的虚假宣传，值得警惕。



新华社发 朱慧卿作

虚构“高补贴”自封“高奢品”

仓播，指在仓库中进行的直播销售活动。一些主播身后堆满各式货箱、货柜，宣称直播地点为货源仓库，售卖商品为仓库直发，有价格优势。

记者近期关注百余个仓播账号，一些仓播账号有几十万粉丝，有的仓播账号能冲到所在时段平台带货总榜第一。

然而，不少消费者反映，一些仓播主播宣称有“高补贴”，实际上没有价格优势；宣称是“高奢品”，结果货不对板。

前不久，在一场“带货总榜第一”的仓播中，主播推销某品牌一

款手机时，宣称“这是新款，柜台卖得老贵了”，直播间买“每个补贴1000”，只卖1198元。

但部分消费者发现，这款手机早在2024年5月就已上市，当时官方售价1399元；目前正常市价1200元左右，并非主播所说的补贴1000元。

有网友发网购截图称，在某仓播直播间“低价”购买了化妆品、手表等商品，下单后到其他平台比价，发现并不便宜。

在一个仓播直播间，主播介绍一款“瑞士品牌”手表时，拿出一张“世界名表等级排行榜单”，称该品

牌是“高奢品牌”。他还展示了一张签购单，称这款手表原价66800港元，直播间只要99元。

记者在多个电商平台搜索发现，这款所谓的“高奢”手表售价多在百元左右，最低30多元。有名表行业从业者表示，并未听过该品牌，不认为其属于“高奢品”。

此外，记者发现，一些主播常放出所谓的“明星网红”商品，宣称是会员店、专柜同款商品，直播间仅以一到两折的价格售卖，“送给你们试用”。但是，记者在相关会员店、商场内并没有看到这些商品，店内工作人员也表示从未售卖过。

堆叠空箱、模糊信息、引导评论

记者调查发现，部分仓播的虚假宣传套路主要包括：

——堆叠空箱，打造“货源”场景。仓播进行时，主播穿行在堆满货箱、货柜的场地中；一些货架前，还有工作人员操作升降机，并不时接受主播调度——“看看上面手机库存还有多少”。

但据多名主播和运营负责人介绍，这些形似仓库的直播场所内只有少量货物样品，其余均为空箱，背景中的工作人员是“演员”。

记者了解到，大部分仓播运营方不囤货，直播中弹出的销售链接来自不同的供货商。“我们七个直播间，每天卖好几万单，没有一个

产品是自己囤货、自己发货的。我们最大的优势就是会搞流量。”一名仓播运营负责人说。

——模糊信息，掩饰“折扣”本质。记者注意到，在介绍一些知名品牌商品时，主播往往有意混淆型号、新旧等关键信息。比如，只说“那款大几千的华为70手机”，实际上架的是华为畅享70等中低端系列，而非高端系列；大谈“飞天茅台加钱都买不到”，实际上架的并非53度飞天茅台，而是43度飞天茅台。

此外，有的主播会在商品证书、价签上做文章。“大品牌利润低，小品牌的健康类、美妆类产品利润高，可以自己搞一些证书、价

签，直播时快速晃一下。”有主播在交流“经验”时说。

——混淆视听，营造“抢手”氛围。记者调查发现，一些仓播的后台运营人员通过发“福袋”引导评论、刷屏、禁言等方式“控评”。观众必须在公屏发送“收到了，是正品！”“是老粉回购沐浴油”“要高端瑞士腕表”等指定评论才可以参与“福袋”抽奖。

记者在观看相关仓播时，多次在公屏提醒“不是新机”“是43度茅台”等信息，轻则被管理员刷屏盖过，重则被禁言拉黑。有消费者表示：“我刚被一个仓播直播间踢出，就因为问了一句‘你家的手机为啥比京东卖得还贵’。”

规范新兴直播 保证产品质量

根据反不正当竞争法，经营者不得对其商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。

北京市鑫诺律师事务所律师董世盼表示，一些主播在直播过程中堆叠空箱、模糊信息、虚标价格等行为，误导消费者购买所谓“高奢”“高折扣”产品，侵害了消费者的知情权。

记者调查发现，为应对平台监管，一些仓播运营方准备了不少

“小号”。在“3·15”国际消费者权益日前后，一些主播相互提醒，近期监管会更严，不要拿大号撞枪口，先用小号挺过3月份。“一年只要放开三个月，我们就能赚钱。”一名仓播运营负责人说。

一些仓播主播、运营方表示，各网络平台对仓播常见违规行为基本都有对应的监管规定，但执行起来松紧不一。

多位业内人士建议，有关部门和电商平台采取更有针对性的措施，加强仓播监管。平台要建立仓

播监管长效机制，对仓播运营方的资质、商品来源、质量证明、销售话术等加强动态核验监管；监管部门要加强产品质量专项抽检，严厉打击虚假广告、虚假宣传等行为，保证网售产品质量。

董世盼等人提示，消费者在直播间购物时，应警惕虚假宣传与价格陷阱，不贪小便宜，理性消费；认真核查商品信息，保留订单记录、支付凭证、聊天记录等作为维权依据，遇到问题依法维权。

新华社长沙3月19日电

为什么年轻人 会对“特种兵”旅行上瘾？

“特种兵”旅行是近年来在部分年轻人中流行的一种高强度、快节奏的旅行方式。其紧凑程度和体力消耗堪比军事训练，致力于在极短时间内高效打卡多个景点，追求“用最少的的时间和金钱，玩最多的地方”。“特种兵”旅行需要充沛的体力、无畏的心态和快速恢复的能力，让不少尝试过的年轻人直呼“痛并快乐着”。其爽点究竟在哪儿，又体现出年轻人怎样的生活姿态？

“真的不能再早出发了，我们多少还是得睡会儿。”张帆开玩笑说。今年2月6日23时，27岁的张帆从云南丽江落地北京，结束了5天4晚、跨越1200公里的云南“特种兵”旅行。“闭上眼睛，云南的星空好像还在我眼前，只要有星星，我好像就有一直走下去的勇气。”左手拿着衣服、右手扛着相机，随时准备出发去下一个目的地，这就是张帆这一趟“特种兵”旅行的常态。

“演唱会旅行”也是年轻人选择“特种兵”的新模式。今年还在读研究生的王绮瑶就是“演唱会特种兵”的忠实粉丝。因为酷爱看演唱会，王绮瑶会在北京和日本、韩国之间来回飞。没有大把的时间“追星”，王绮瑶就利用周末时间“特种兵”一趟：周六凌晨坐“红眼航班”从北京起飞，早上落地东京，极限安排行程，差不多一整天就能把东京的地标性建筑逛完，周日晚上再看演唱会，结束后乘坐凌晨3点的飞机回北京。

与其说累，对王绮瑶来说，时间安排得当、旅途内容丰富带来的满足感反而更强。“我一想到自己两天做了这么多事、遇到了这么多人，就觉得自己很厉害，很为自己自豪。”

或许在很多人眼里，“特种兵”旅行就是自讨苦吃，但对于年轻人来说，时间和金钱就像鱼与熊掌难以兼得：上学的时候时间自由但金钱相对短缺，上班以后金钱稍充裕但时间又紧俏。因而，想要满足一颗年轻躁动的心，想要无限探索世界、感受世界，最佳的解决方案就是“特种兵”旅行。

最初，这种选择或许出于无奈。就像张帆所说：“选择‘特种兵’肯定是因为匮乏，要么缺时间要么缺钱，但这并不能妨碍我想去追寻晨雾与星空。”预算有限、时间紧迫，只能在夹缝中寻找远方的可能。然而，正是这种被动的起点，意外点燃了另一种主动的热情：在最短的时间里，用最密集的体验，将旅行变成一场青春的燃烧。

旅行目的的变化让年轻人对“特种兵”旅行热情不减。不一定去大众景点凑热闹，但一定要有极限的体验。大学毕业刚工作的丁正周末在家闲不住，周五下班开车到子夜12点才到目的地酒店，早上一睁眼就开始在目的地“过早”。“两眼一睁，点杯美式就开吃。”丁正说，“一天满城跑，炫十几样美食都是基本操作。”

因社交媒体而爆火的一些小众城市，景点资源、交通、食宿等方面都无法长时间留住游客，因此，在几天之内快速结束游玩反而会提高旅行的体验感和性价比。这也是“48小时打卡某城市”等视频内容在社交平台上越来越流行的原因——既节省了假期时间，又降低了开销。

曾经的懵懂少年喜欢在旅行途中刻下“到此一游”，但今天，年轻人喜欢“特种兵”旅行并非仅仅为证明自己“去过”某些地方，更多的是在内心深处证明自己“用力地活着”。

半月谈记者 樊欣阳 王怡静