



聚焦“双11”

你看到的“工厂”可能是假的

一个卖糖果的直播间，主播被“埋”在糖果堆里，只露出上半身，一边打包糖果一边和观众互动。有网友说想看全景，立马被踢出直播间。

另一个直播间，一人坐在流水线旁边组装产品，其他人穿着工作服“打配合”。有网友问能否观看工厂实景，很快被禁言。

经调查发现，在短视频平台、电商平台和社交平台上，不少直播间打着“工厂直发”“工厂实景直播”等口号进行带货，其使用的套路如出一辙——端坐在商品堆中的出境主播、源源不断传送商品的传送带，给观众营造出一种身处工厂的景象。然而，不少直播间实际上是被精心搭建而成，其背景可能只是静态图片或循环播放的录播视频，抑或用绿幕抠图等技术合成的虚拟场景。

专家认为，此举或涉嫌虚假宣传，侵犯消费者知情权、选择权、公平交易权等。相关平台应强化技术手段以精准识别、有效应对AI合成但未明确标注的虚拟背景，同时完善信用积分管理体系，明确将未遵循诚信原则、故意使用AI合成内容误导消费者的直播间列入信用积分黑名单，并根据情节轻重实施相应的信用惩戒措施，如限制其账号功能、降低信用评级乃至永久封禁等。

——乱象——

主播宣称工厂直发 观众求实景被拉黑

记者在某短视频平台上随机选取了20个宣称“工厂直发”的直播间，一旦观众要求其展示真实的工厂场景，他们直接避而不谈或迅速转移话题。

某品牌折扣男装直播间，主播反复强调：“没有中间商赚差价，价格划算，品质保障。”当记者以顾客身份在弹幕中询问“是工厂直发吗”，主播回应：“我们家专供各大商场，做男装已经40年了，价格特别给力。”记者进一步要求展示工厂实景时，主播没有回应，客服则以文字回复：“款式太多，没法展示，每款都有实拍图，喜欢就拍下。”

类似的情形出现在“××百货”直播间。直播间背景为家具商品的动态图片，主播只露出下半身，画面呈现明显的抠图效果。是否可以展示真实工厂场景？主播未正面回应，只是反复保证，“每一件都是实拍，所见即所得”。

在一个售卖东阿阿胶的直播间，主播同样标榜“工厂直发”。当记者询问能否拍摄工厂实时时，主播直接将记者拉黑，屏幕中央弹出“您目前已被禁言”的提示。

业内人士介绍，这些直播间的背景很有可能是假的，用户在屏幕上看到的工厂流水线，实际上是临时搭建的“伪流水线”，看似繁忙实则是同一批商品来回倒腾，“你以为是工厂直播现场，实际上只是对方精心搭建的‘虚拟工厂’”。

“这些直播间的目标受众是辨别能力较低的人群，如老年人，其很难分辨直播间真伪，一听到‘工厂直发’或‘源头工厂发货’等，就以为性价比很高，迅速下单。”某直播技术公司工作的岑林(化名)如是解释。

——揭秘——

绿幕抠像或AI合成 即可打造虚拟工厂

怎么搭建流水线?“虚拟工厂”如何打造?

经记者深入调查发现，搭建一个所谓的“工厂直播间”并不复杂，主要有两种方式：一是借助传送带等道具巧妙伪装，营造



新闻观察

出虚假的生产流水线运作场景；二是通过绿幕抠像、AI合成等高科技视觉特效技术，构造直播画面中的环境背景。

记者在某电商平台输入“直播间传送带展示台”“流水线直播”等关键词，发现有不少专门销售直播间专用传送带产品的商家。商家声称，可根据客户的商品特性进行个性化的尺寸定制，以满足不同直播间的需求；在价格方面，这些传送带大多在几百元至数千元不等。

如何购买传送带？一商家在了解带货商品种类后迅速提供了相应的方案：“如果用于零食直播，则可以订购1.5米长、带宽30厘米的尺寸，单台板1500元，双台板1600元。”

同时，部分商家分享了直播间传送带展示效果的实拍视频。视频显示，客户可采用双面胶将待展示的商品牢牢固定在传送带上，当传送带启动后，商品便会在短距离内循环展示，从而给消费者营造出一种商品源源不断、持续产出的虚假场景。在一个小房间里面就能实现“工厂直播”，看似在工厂流水线上直播，实则传送带只有一小节，旁边可以放补光灯调节亮度，模拟更为真实的工厂流水线场景。

同时，记者在社交平台检索发现，有些账号打着“AI直播教学方案”“绿幕教学”的标签，宣称可以帮助打造直播场景。

一家做技术软件解决方案的工作室负责人张先生介绍，工作室有三套系统，第一种是如果客户有录播经验，建议用3D语音训练器系统，画面不难处理，经工作人员指导即可解决；第二种是如果客户没有录播经验，建议使用基础版硬改模式方案，简单易学性价比最高；第三种是如果客户的画面需要有人像露脸还需要对口形，建议用3D视频训练器，上面有超级数字人功能。

“以上三套系统可根据个人情况和需求选择单独或搭配使用，单独购买都在3500元左右，一次购买后不限时使用，两个软件搭配购买可再优惠几百元。”张先生说。

当记者询问能否在办公室直播模拟工厂流水线场景时，张先生建议用基础版解决画面，并声称使用其公司生产的软件可以做到“一次录制，无限生成”“视频随机位移+放缩”“完美规避平台抽帧匹配”“画面毫无违和感”。

——问责——

直播套路防不胜防 诱导购买涉嫌欺诈

“越是贴近生产流程的直播间场景，越容易获得用户的信任、激发用户的购买欲，采用生产车间或工厂、果园、乡间等场景，往往能起到意想不到的效果。这正是部分直播间另辟蹊径，假装生产厂家在车间卖货的原因。”业内人士说。

中国人民大学法学院副教授黄尹旭认为，以“工厂直发”“工厂实景直播”为噱头的虚假直播行为，涉嫌侵犯消费者的知情权、选择权、公平交易权，并涉及虚假宣传等问题。

“直播间搭建场景所传达的信息往往能够影响消费者的购买决策，如果这些信息是虚假的，或者与实际存在显著差异，那么消费者的购买决策就可能基于错误的信息，导致权益受损。”黄尹旭说，直播间此举或构成欺诈，消费者有权要求经营者增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务费用的三倍。

中国传媒大学文化产业管理学院法律系主任郑宁也指出，“这种情况下的虚假宣传不仅违反了广告法的相关规定，更损害了消费者的合法权益，不利于市场公平竞争环境的营造。”

从赚快钱到拼品质 直播电商迎新变局

今年以来，直播电商领域经历了一系列变革，网红带货频繁遭遇口碑危机，导致市场风向发生了显著变化。如今，注重品质保障、提供可靠商品的直播间愈发受到消费者的欢迎。这预示着，直播电商行业曾经的野蛮生长、单纯依赖流量赚取快钱的模式已成过去式。取而代之的，是一个更加注重经营能力、强调内功比拼的新时代已到来。

今年双11，专业主播的势头更加强劲，头部阵营成交破亿速度普遍超过去年，淘天平台上，李佳琦Austin、蜜蜂惊喜社、香菇来了、陈洁kiki、烈儿宝贝等直播间均在5分钟内成交破亿。品牌货盘受消费者追捧，店铺进一步爆发，开卖4小时，在破千万的品牌店铺直播间中，多个直播间增速同比去年增速超100%。

持有品牌官方货盘的店铺阵营，同样表现不俗。在成交破亿的店播中，有18个直播间增速同比超100%，其中CRD克徕帝天猫官方旗舰店增长超7倍，vivo手机官方旗舰店同比增长超6倍，Lululemon官方旗舰店同比增长近5倍；在成交破千万的店播中，有221个增速超100%。

直播电商行业为何走向“品质直播”？业内人士认为，行业周期演进、娱乐红人模式“失速”，导致市场心态转变，以及国家政策法规的完善，共同催化了直播电商行业驶入新时期赛道。

“直播电商已从娱乐红人模式进入品质直播新阶段。”在2024天猫双11发布会上，淘宝直播店播总经理袁媛指出，专业主播、品牌货盘、平台优质服务保障协同的品质直播模式成为行业主流。

今年7月1日正式生效的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》(以下简称《条例》)明确对直播带货中的消费乱象进行了规范。直播电商迈向精细化、规范化发展的新时代。 据红星新闻

专家支招

虚拟场景须作标识 完善信用积分管理

中国人民大学法学院副教授黄尹旭指出，根据《互联网信息服务深度合成管理规定》和《生成式人工智能服务管理暂行办法》，使用深度合成技术或人工智能技术完成的作品，如果可能导致公众混淆或者误认，应当进行显著标识。

今年7月1日起生效的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》特别强调了直播带货的透明度要求，明确规定主播必须清晰地向消费者说明“谁在带货”以及“带谁的货”。

黄尹旭分析，具体来看分为四点：直播带货必须以显著方式标明或者说明其真实名称和标记；直播如果违法，平台、直播间和主播“人人有责”；直播平台有义务帮助消费者维权；违规直播将面临警告、没收违法所得、罚款、停业整顿、吊销营业执照的处罚。

罚。

黄尹旭认为，平台有必要提醒消费者，履行好告知义务，同时制定明确的规则 and 标准，要求直播间在使用AI生成或深度合成技术时，必须进行明确标识。同时，平台应建立相应的监管机制，对违规直播间进行处罚和整改。

“平台应建立健全规章制度，形成信用积分管理体系，明确将未遵循诚信原则、故意使用误导消费者的AI合成内容的直播间列入信用积分黑名单，并根据情节轻重实施相应的信用惩戒措施，如限制其账号功能、降低信用评级乃至永久封禁等，为构建一个更加公平、透明、可信的网络环境奠定坚实基础。”中国传媒大学文化产业管理学院法律系主任郑宁说。 据法制日报