

直播间“热销”假象调查 “已抢空”的商品次日仍在售?

近日,记者调查发现,当前不少商家和主播通过伪造销量、互动与在线人数等数据,刻意制造“热销”假象,俨然形成一套完整的灰色产业链。

■后台改库存制造假象

10月12日晚上8点,某直播平台一美妆直播间内,主播身着亮色套装,手持一款粉底液走到镜头前,直播间显示的在线人数在“2万”和“3万”之间不断跳动。她陡然提高声音:“家人们!这款持妆12小时不脱妆的粉底液,今天只有2000单库存!”

一时间,评论区被“已拍”“能不能再便宜点”等留言刷屏,间或出现“上次买过超好用”“主播推荐必入”等评论。主播一边查看后台订单,一边提醒:“只剩最后500单了!没下单的抓紧,下播就恢复原价299元,现在只要159元!”她还特意举起手机展示库存数据,“看,真的只剩500单了,大家赶快下单!”

几分钟后,主播宣布该商品“已抢空”,转而推荐下一件产品。此时,记者确认该商品确实已无法购买。然而第二天,记者发现这款号称“库存紧张”的粉底液仍在直播间正常销售,库存充足,价格也未变动。

刚毕业于北京某高校的赵欣(化名)曾在某直播基地实习,参与过一个服装直播团队的工作。她透露,每次直播前,实习生们会分工协作:有的负责产品上架,有的负责留言互动,有的则操作“小号”营造氛围。

“我主要负责调整后库存。主播说‘只剩100单’时,我就把库存从1000单或500单改成100单;主播喊‘秒空’时,我就直接改成0。需要时再改回来,制造补货的假象。”赵欣说。

她注意到,一些消费者普遍存在从众心理,“看到快抢完了、很多人下单,才会跟着买。如果只说卖出几单,根本没人理会”。据她回忆,某次有主播声称一款连衣裙“已抢600单”,实际成交仅30多单,其余均为虚拟订单。

她告诉记者,直播间的互动、点赞、在线人数等数据均可人为操控,只是她未直接参与该环节,对具体操作了解有限。

■“数据焦虑”成造假推手

有业内人士告诉记者,直播电商行业的“数据焦虑”,是虚假销量泛滥的根本原因之一。

一位直播带货商家李先生告诉记者,平台的推荐机制高度依赖“流量数据”和“销量数据”。直播间的在线人数、互动率(评论、点赞、送礼等)直接影响平台流量分配。“如果直播间达到一定人数,转化率也不错,平台就会给推荐位,真实观众自然增多。”李先生说。

这种焦虑也蔓延至一些商家与主播的合作中。某饰品行业负责人张女士介绍,在选择主播时,她首要考察的就是其“历史销量数据”。“主播若能每场卖出5000件,坑位费(指电商直播中商家需向带货主播支付的商品上架费用,以获得在直播间展示和推广商品的资格)自然高;若只能卖1000件,费用就低得多。”

李先生告诉记者,为提升热度,他曾在去年购物节期间连续3天购买定制套餐,每天投入上万元,最终将直播间在线人数从2000人推至12万人,坑位费也从每场5万元涨到8万元。

一些电商平台的商品页面同样存在此类问题。某电商平台上一位卖服饰的商家透露,她每月都会委托代刷公司“优化数据”,主要是刷“浏览量”和“加购数”。“比如一件连衣裙,浏览量从50刷到500,加购数从10刷到80。平台会判定为‘潜力商品’,给予更多曝光。真实买家看到‘很多人想看’,也更容易下单。”

“不刷单,根本成不了‘爆款’。”一位零食商家李女士坦言,快消品的平台推荐逻辑是“销量越高,曝光越多”。她以一款坚果礼盒为例,上架后先刷5000单,每单成本4元,总计2万元。“刷完后平台给了‘新品推荐’,真实销量很快达到每天300单,半个月就回本了。”

■灰色产业链明码标价

前述业内人士指出,一些直播电商的虚假数据制造已形成完整产业链,覆盖“互动”“销量”“数据”等多个环节。

记者调查发现,在“互动”环节,代

刷公司或相关软件可提供定制服务。某代刷公司提供的报价单显示:“基础互动套餐”(随机评论、点赞)1小时30元(不少于5000条评论或点赞);“定制互动套餐”(指定评论内容、模拟真实用户提问)1小时150元。

“我们会根据直播内容设计评论,比如卖口红就发‘这个颜色显白吗’‘持久度怎么样’,卖衣服就发‘身高160穿什么码’‘会不会起球’,让互动看起来更真实。”这家代刷公司的客服人员说。此外,还有相关软件售卖,自动发布设定好的评论和互动语言等,这类软件需要按月付费使用,价格为9.9元至几十元不等。

“销量代刷”则分为两种:一种是“空单代刷”,代刷公司用虚拟账号下单,不支付货款,直播结束后取消订单,营造“销量高”的假象;另一种是“实付代刷”,代刷公司用真实支付方式下单,商家再通过社交账号返还货款,这种方式成本更高,但能避免订单被取消的风险。

比如,一代刷公司客服人员发来的价目表显示:某电商平台的“真实物流刷单”(即有真实快递单号,无实物)每单3元至5元,“空包刷单”(无实物,虚假物流)每单1.5元至2元;如果平台审核严格,每单价格可达8元至10元。

除委托代刷外,部分商家还会“自导自演”。

一位工艺品店店主告诉记者,他会让员工或朋友用“内部优惠券”下单。“比如一把椅子原价999元,我设置一个‘内部优惠券’500元,员工用券下单,实付499元,我再把499元转回给员工,相当于没花钱,却多了一个‘销量’,无形中增加了曝光量。”

“数据”造假则更加隐蔽。某代刷公司工作人员向记者介绍,直播间“1人在线观看1小时”收费0.5元,“看过该直播”的记录则为20元1000个。为规避平台检测,该代刷公司会控制互动频率,如每10分钟发一条评论、十几秒点一个赞等。(来源:法治日报)

@微语录

@人民日报:每个人都希望自己被理解、被看见。正向反馈,就像一束柔和的光,能让人感觉温暖,看见自己的价值。

在日常生活中,如果长时间缺少正向反馈,可能会让人陷入自我怀疑:我做的这些有意义吗?别人是否真的在意?而一句真诚的“谢谢你”“这件事你做得真好”,能立刻点亮心中的那道光,让人感到被看见、被需要。

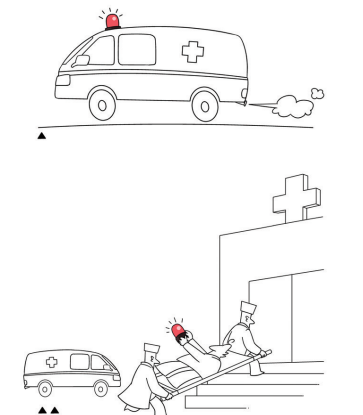
正向反馈不是廉价的一味表扬,也不是不问对错的事事夸奖,而是一种真诚的情感回应。一个善于给予正向反馈的人,其实是在用温柔的方式告诉他人:你的好,我都看见了。

@半月谈:成长其实是特别艰难的自省,你必须抛弃所有说给别人和自己听的漂亮话,正视你的弱点和不可得。

@繁花:不要对身边的任何一个人下定义,因为利益和人心是变化无常的。

@被讨厌的勇气:比起有人左右情绪的日子,我更喜欢无人问津的时光。独处让自己的本心更自由、更潇洒,不用周旋于别人的情绪,也不用刻意判断他人的心思。(来源:本报综合)

@微趣图



超级紧急(来源:唐海峰)

@微笑话

@岳秋童:“嘴巴张大点儿。”牙医一边给病人检查,一边吩咐说。

“天啊!”他吃惊地说,“这是我见过的最大的牙洞……我见过的最大的牙洞。”

“好了医生!”病人生气地说,“我已经够害怕的了,您不用说两遍。”

“我没有。”牙医说,“那是牙洞的回音。”

@肖承森:最近流行一种高价回收记忆的服务,刚离婚的我俩立马报了名,卖掉了脑子里有关对方的所有记忆,希望从此以后可以形同陌路。

很快,我就结识了一位姑娘,并且迅速坠入爱河。去民政局办理结婚证的时候,工作人员白了我们一眼,说道:“你们两口子真逗,前几天不是刚离婚嘛!”(来源:学习强国)

消费券、惊喜券、天降券……如何“券尽其用”太烧脑 今年“双11”,不少人把凑单难题交给AI



“消费券”“惊喜券”“天降券”,还有“拍多件立减”……10月20日晚8点,淘宝、天猫开始双11活动尾款支付,现货全面开卖。与往年抱着计算器“烧脑”凑单不同,今年不少网友用上了AI。

有网友在社交媒体上调侃:“今年我的AI比我还忙!”“AI都思考了5分钟,感觉它也算得冒烟了!”

把双11的烧脑难题甩给AI,究竟是种什么样的体验?

■AI给出的凑单方案,还挺靠谱

社交平台上,有不少网友分享了自己让AI当购物助手的经历。

有的是让AI解算术题:“559,648,657,298,199,200……哪几笔凑在一起最接近1000?”

有的是让AI给出购物方案:“我要买这些东西,帮我计算是分开发单还是组合分次下单更省钱?”

“看到社交平台上有人用AI生成双11购物方案,感觉挺新奇的,我也来试试。”95后小璐说,她最后就是用AI推荐的方案下单的,“换自己要凑很久,这次很快就算好啦。”

浙江的小蒋第一次尝试借助AI进行双11购物。

“今年淘宝取消了消费门槛,换了新的方式,但需要凑单来使用优惠券,各个主播也都用新的玩法来吸引消费者,想找到最省钱的下单组合需要大量计算。”小蒋告诉记者,作为互联网公司员工,她对AI并不陌生,这次就想到了让AI来帮忙。

小蒋先整理出一张表格,里面列了想购买的货品、拥有的优惠券或红包,再将电商平台优惠规则一一罗列,一股脑“喂”给AI:“帮我算出最省钱的凑单方法和优惠组合。”

几分钟后,页面就生成了推荐方案:10个商品被分成3个组合订单,每个订单下面不仅写出使用哪些优惠券,还标明了要再凑多少钱的商品。

■想AI算得准,规则和指令要清晰

不过,有时候AI也并非完全靠谱,而且训练的过程比较复杂。

“一开始,我的优惠规则可能没有输入完整,它算不清,我多次调整,训练了好几次才行。每个规则和指令都足够清晰,它才会给出准确的方案。”小蒋说。

作为AI的高频使用者,90后女生宛盈在双11也用上了AI。她觉得,使用AI并不能一键速成,“想让AI变得好使,需要不断训练,这个过程需要一些时间,只是相比于自己来算,用AI更方便些。”

而去年双11和今年6·18购物节,宛盈都没有借助过AI。“这次双11突发奇想用AI,觉得还是挺有趣的。”她说,未来网购时还会继续尝试,“比如,针对同一商品在不同平台的价格,可以让AI进行比价。”(来源:钱江晚报)

