

剧本、炒作、人设,一些直播带货暗藏“情感陷阱”

你真的是主播的“家人”吗?

阅读提示

消费者在网络直播中购买商品渐成一种生活习惯。为了利益,一些主播打起了情感牌,利用话术和演绎套路让粉丝下单,不少消费者为此花了冤枉钱。有专家指出,直播带货乱象亟待整治。同时,消费者也应理性下单。

本报记者 张楠 本报实习生 刘振宣

在快手一个百万粉丝的直播间里,记者看到了这样的“激情一幕”——伴随着动感的音乐和迷幻的灯光,主播深情地向观众喊:“家人们,这个选品团队所有人都阻止我上架,每多卖一单,我们亏的钱就更多,但给粉丝家人们送福利是我们的夙愿。来,上链接!”

网络世界中,出于对主播信任“激情下单”而陷入“情感陷阱”的大有人在,在这种情况下购买的产品未必是自己真正需要的,而且产品出现质量和售后问题的情况也屡见不鲜。

陷入情感漩涡的“家人”

老李是一名46岁的公司职员,晚上有时会在抖音观看一位700万粉丝的主播的直播,她的直播间里在线观看人数最多的时候接近百万人。

据老李介绍,这位主播的直播内容很丰富,看她和别人打PK令自己热血沸腾,不停地给她点赞。“有一天晚上和一个女主播打PK时,我在她的直播间下单了一份茶叶。她说这是为了自己和直播间家人的尊严而战,她让我们不要刷礼物,只需要支持刷榜电商的产品就好了。”老李说,他当时特别激动,觉得她太不容易了,一定要支持她,茶叶价格倒是不贵,只是收到茶叶后发现全是茶叶梗,根本没法喝。

当记者打开老李的抖音购买记录,想查看该产品的用户反馈时,商品页面显示已经失效。

“其实这样的情况很多,我们粉丝群里很多人收到货后都会在群里反馈质量问题,但是根本没有人理我们,所以我再也不看她直播了。”老李说。

一个煤老板的转型之路

8月5日,陕西榆林,在神木市澳牛乳业有限公司,老板张振平(图左)和工人一起查看肉牛饲料投放情况。

张振平是神木当地人,年轻时当过建筑工,下过煤矿,开过加油站,目前旗下有多个煤炭、化工企业。2020年,张振平先后投资4亿元,建起了进口纯种牛繁育、育肥基地,规模近1万头,安排当地近百就业。本报记者 杨登峰 摄

中海油研究总院启动科研攻关“赛马制”

本报北京8月8日电(记者王冬梅)中海油研究总院有限公司今天举行科研攻关“赛马制”启动大会,目前已有3个课题即将开展“赛马制”攻关。

长期以来,中海油持续深化科研领域“放管服”改革,有力有序推进以“项目长负责制”为核心的“揭榜挂帅”机制改革,积极探索“赛马”机制,开展“赛马”研究试点工作。

中海油科技创新强基工程(2021-2030年)行动方案要求:针对急难险重或可以采取不同技术路线开展研究的攻关需求,鼓励进行“赛马”,由两组或多组科研团队同步攻关,项目前期平行资助,过程中分阶段考核淘汰。

研究总院作为中国海油科技创新的“先锋队”,积极探索科研攻关“赛马制”。此前,为保障浅水水下控制系统攻关成功,避免打破国外垄断的同时又形成国内垄断的局面,研究总院以水下控制系统国产化研发项目试进行“赛马”研究。哈工程团队、深圳行健团队背对背研制完成两套水下控制系统产品,通过挪威船级社(DNV)全过程的见证,颁发了COC证书。研发形成的工业化产品将于今年第三季度应用于锦州31-1项目。该项目的成功攻关,为“赛马”攻关提供了经验。

中海油研究总院“赛马”选题聚焦基础性、紧迫性、前沿性、颠覆性技术研究,重点针对增储上产难点、卡点问题,攻关新能源核心技术,面向有发展潜力的产业方向开展前瞻性、颠覆性探索。重点针对实施过程中存在技术路线不确定、成果转化存在风险的攻关研究。

销售时宣称买后可原价卖出或以旧换新,回购时却称需要检测、时间无法确定

回购换购门道多,珠宝首饰消费需谨慎

本报讯(记者柳姗姗)“明明当时宣传的是钻石满5年可超额回购,结果现在告诉我需要技术检测,层层报备审批,而且期限不定,我就怕回购政策再有其他变故。”日前,因为珠宝回购遇到难题,消费者李女士找到长春市消费者协会寻求帮助。

近几年,很多商家在销售金银珠宝首饰时会打出回购、以旧换新等促销牌。有的商家承诺5年之后按原价回购,有的声称可按原价85%回购或以旧换新等。也就是说,消费者佩戴几年后的珠宝首饰,可以原价卖出、扣点卖出或者



云南回应“游客参加低价游被导游要挟购物”——

对涉事旅行社及导游依法依规快速查处

本报讯(记者赵黎浩)针对媒体报道的“游客参加低价游被导游要挟购物”一事,云南省文化和旅游厅综合执法监督局8月6日通报称,已责成有关州市在前期调查的基础上,对涉事旅行社及涉事导游依法依规快速查处,查处结果及时向社会公布。

近日,游客小敏(化名)和朋友两人前往云南旅行,两个人报团价格是1580元,总共6天5晚,不包含机票。小敏提供的行程显示,此次跟团旅行之处包括昆明、楚雄、大理、丽江。

据小敏称,到达目的地后,导游不仅不允

许车上的游客相互添加微信,还强调知道游客们的身份证和家庭住址,不消费购物将追回差价。

“(刚开始)我们觉得价格虚高了,并没有买,然后导游就指桑骂槐地说,没有买的人没有礼貌,没有家教。”小敏觉得压力实在太,最终和朋友两人“加起来花了五六千元(购物)”。

对于上述事件,云南省文化和旅游厅综合执法监督局8月6日通报称,注意到有媒体发布“游客参加低价游被导游要挟购物;知

你家庭住址,一辈子就买一次”等类似视频信息后,迅速组织执法力量开展调查,并及时联系到发布视频的网友,了解具体情况。

经调查,视频信息中的录音为导游沈某在提供导游服务过程中的部分讲解内容,其言行涉嫌变相强迫游客购物;云南国际旅行社有限公司涉嫌存在未征得游客同意,将游客委托给其他旅行社接待等违法违规行为;大理大香格旅行社有限公司涉嫌存在未与游客协商一致的情况下,安排团队到指定购物场所购物等违法违规行为。

加强监管,正确引导

“那时候,你头也不疼,颈椎也不疼,也不会失眠的夜里头辗转反侧。那时候,你爸爸妈妈还健康,他们年轻,平安喜乐,爷爷奶奶也陪在你身边。你其实不是想玉米,你在想当年的自己啊。”这是一位主播在直播带货玉米时即兴发挥的讲解词,这段话惹得数万网友泪目,并一度冲上热搜榜。

说出这段话是原新东方英语教师董宇辉,他与yoyo、顿顿等教师一同转变成了东方甄选直播间的常驻主播。

记者发现,东方甄选直播间里没有剧本,也不见主播的声嘶力竭,伴随着轻柔的音乐一边讲产品,一边讲天文、说诗词,一样能获得非常优异的销售额。

“我之前从不看带货直播,觉得特别假,偶然看到这几个年轻人的直播后,我一个从来不在直播间买东西的人都开始下单了。他们的直播让我感到开心、从容,因为在这个直播间不仅买到了心仪的产品,还‘买’到了知识。”东方甄选直播间的一位宝妈粉丝说。

“从行业现状出发,在遵守相关法律法规的前提下,直播行业从业者要从提升对用户驾驭能力的切口上寻找突破口。避免情感引诱并非是否定情感,高水准的情绪设计应该是在精准洞察用户需求基础上开展的。”中国广告教育研究会常务理事、辽宁大学新闻与传播学院广告学系主任魏宝涛说。

在国家有关部门整治下,直播行业的风气已经有了明显的改观,但仍有许多被封禁的主播借助“师傅被封,徒弟代播”等隐秘形式继续压榨粉丝剩余的喜爱值,这样的直播给后续的行业整治提出了新挑战。



第五届进博会技术装备展区展前供需对接会在沪举行

8月8日,参展商代表(前左二)在对接会上向采购商介绍企业产品情况。

当日,第五届中国国际进口博览会技术装备展区展前供需对接会在国家会展中心(上海)举行。

新华社记者 方喆 摄

自然资源部要求做好用地用海要素保障

涉及国土空间规划等内容

本报北京8月8日电(记者杜鑫)记者今天从自然资源部获悉,该部印发《关于积极做好用地用海要素保障的通知》(以下简称《通知》),共7个方面26条,涉及国土空间规划、土地计划指标、用地用海审批、耕地和永久基本农田保护、节约集约用地、土地供应等内容。

在国土空间规划方面,《通知》明确了在国土空间规划批准前的过渡期建设项目用地用海的规划依据问题;在计划指标保障方面,继续坚持“土地要素跟着项目走”,进一步明晰土地利用计划指标配置规则;在建设项目用地审批方面,针对性地提出了缩小用地预审范围、简化用地审查、分期分段办理农用地转用和土地征收、规范调整用地审批、简化规划许可程序、推进建设项目“多测合一”等举措,重申了国家重大项目可继续申请先行用地,拓展细化了临时用地政策内容。

在耕地和永久基本农田保护方面,《通知》重申了严格占用永久基本农田的重大建设项目范围,提出在2023年3月底前允许国家重大项目以承诺方式落实耕地占补平衡,支持各地结合农业结构调整扩大补充耕地来源,统筹落实永久基本农田补划,优先将完成高标准农田建设的耕地补划为永久基本农田。

《通知》出台将有效解决当前重大项目用地用海等要素保障中存在的突出矛盾和问题,进一步提高自然资源要素保障能力,推动有效投资重要项目尽快形成实物工作量,助力稳住经济大盘。

聚焦“绿色”“智建”两大关键词

服贸会工程建设专题展9月1日开展

本报北京8月8日电(记者王伟伟)今天,“2022年服贸会工程咨询与建筑服务专题(以下简称“工程建设专题”)”媒体通气会在北京国家会议中心举行。作为服贸会九大专题重要组成部分的工程建设专题是连续第3年参展,将于9月1日至5日在北京首钢园12号馆正式开展,主题是“绿色低碳 智建未来”,高度契合2022年服贸会“服务合作促发展 绿色创新迎未来”的总主题。

据介绍,本次工程建设专题展将设置4个主题区域,分别为建筑行业展专区、工程咨询与教育科研专区、建筑服务专区和数智科技专区。围绕“绿色”“智建”两个关键词,通过4个展区的充分展示,让观众系统地了解建筑工程全生命周期建设流程,深入了解工程咨询的绿色创新理念、技术和方案,直观感知和体验建筑工程各个环节所采用的智能化、智慧化技术设备。

在实现“双碳”目标方面,专题展还将展示工程建设从建造到运维的全流程碳排放数据管理的最新技术手段。在城市更新方面,专题展将展示城市更新中的模式口街区、首开经验、劲松模式等典型案例。在领略专业知识的同时,公众也可以欣赏到独具特色、巧夺天工的优秀建筑作品和成果模型。

报告称餐饮行业连锁化率持续提升

饮品、面包甜点以及国际美食连锁化率位居前3

本报讯(记者杨召奎)中国连锁经营协会联合华兴资本近日共同对外发布的《2022年中国连锁餐饮行业报告》显示,餐饮行业连锁化率持续提升,饮品、面包甜点以及国际美食连锁化率位居前3。中餐品类门店比重稳步上升,品牌连锁呈现加速发展态势。

根据美团的数据,饮品、面包甜点以及国际美食3个品类的连锁化率位居前3,2021年连锁化率分别为41.8%、25.8%和23.8%。

从连锁化率增速情况来看,饮品店的连锁化率提升最快,从2019年的31.5%提升至2021年的41.8%,一方面是因为餐饮行业回暖,饮品品类获得投资机构青睐,另一方面是由于饮品独特的零售产业特性,能够迅速实现标准化复制。

新茶饮头部品牌喜茶是连锁饮品品牌代表之一。喜茶相关负责人表示,连锁化经营可助推品牌势能扩大,品牌势能又促使新店“开业即爆单”,因为连锁直营的喜茶可提供“全国同款”的“真品质,不昂贵”的产品体验。上半年,喜茶在长春、哈尔滨、龙岩等多个城市开出“新城首店”,慕名而来的当地消费者开业当天在门口排出长龙。

此外,伴随着餐饮数字化工具的加持,一些地方性的烧烤和小吃快餐品类更容易为消费者提供独特的用餐体验,也得到了迅速发展。2021年烧烤及小吃快餐连锁化率分别增长3.9个百分点以及3.7个百分点。从不同品类连锁门店数同比增长的情况看,特色菜、烧烤、其他地方菜是2021年增长比例最高的3个品类。