

“电商捧哏”烘托气氛会影响你的购买欲吗？

律师：直播间卖货须诚信守法

〇〇全媒体记者 李汶璟 陈静

“49（元）要不要——不要！”“28（元）给不给力——给力！”“1号链接还有多少？——1号链接最后一单了，1号链接没有了！”像这样的场景，在电商直播间内并不少见。我市短视频直播创业孵化基地院长潘秋燕表示，这种在直播间通过“吼叫式”叫卖来烘托气氛的场控群体被称为“电商捧哏”。那么，这种热闹气氛会对消费者造成影响吗？11月27日，记者对此进行多方走访。



电商助播烘托气氛不只是“耍嘴皮子”

“我们今天带来的融安金桔口味爆汁，颗颗精选。”“没错，这次的金桔都是没有花皮的，口感非常好。”……27日上午，陈晓亲和周俊宇在为下午的直播进行彩排，计划用一问一答的方式将售卖的气氛推高。

“直播时，我往往要身兼数职，与主播互动、递品、回复弹幕、改价、上库存都是我负责。”周俊宇说，作为助播，工作一年多来，他发现可不只是动动嘴皮子那么简单，直播前、直播中都要做大量的相关工作，还要和主播默契配合。“我们的薪酬由底薪加提成组成，一个月4000元左右。”周俊宇表示，像浙江杭州等一线城市，助播的工资会高出不少。

市短视频直播创业孵化基地院长潘秋燕表示，柳州的“电商捧哏”目前大多是一人多岗进行工作。从今年起，很多直播间的风格也从“吼叫式”向“平铺直叙式”转变。“我们根据直播间售卖的不同品类，来决定是否安排助播。”该基地运营总监刘飏告诉记者，目前品牌直播

间和百货直播间会更倾向于通过助播“炒”热气氛。

助播营造的热闹氛围对消费者产生不同影响

助播的存在，会对消费者的购买意愿造成影响吗？

“每次听到直播间的小助理倒数5个数，我就会有点紧张，下单的手速也会加快。”23岁的市民黎丽经常“蹲”直播间买东西，她告诉记者，相比于平面的商品介绍，她更喜欢直播间的带货模式。在直播间买东西，不少人提的问题也是自己想了解的，主播常会马上进行回复；而且看直播时，不耽误自己做其他事。

“我本身就不是个理性消费的人。”黎丽表示，直播间的助播营造的紧张气氛，会很大程度地刺激她的购买欲。同时，助播说的类似“纠结颜色的你就选红色”这种“肯定式”的答案，也在一定程度上“治”好了她的选择纠结问题。

“本来是为了节省时间才想在直播间买东西的，结果‘憋价格’的环节很浪费时间。”与黎丽不同，市民钟玉对“捧哏”这种带货模式不太认可。钟玉认为，无论

是主播还是助播，都应该将重点放在产品介绍上，而不是用“逼单”的方式诱导消费者购买。“有时候我进这类‘呐喊式’带货的直播间，有一种他们在逼我买东西的错觉。”钟玉说，她的男朋友以前也很喜欢进这类热闹的直播间买东西，在这种氛围的推动下冲动消费，买了不少并不需要的东西后，现在也会有意识地避开，转向理性消费。

律师：“电商捧哏”须尊重消费者合法权益

直播间的“捧哏”“逼单”甚至“刷单”行为，是否侵犯了消费者的相关权益？记者就此咨询了“柳报维权哥”特聘法律服务单位广西康盟律师事务所律师吴敏。

吴敏认为，根据《网络直播营销管理办法（试行）》相关规定，直播间运营者、直播营销人员从事网络直播营销活动，不得发布虚假或者引人误解的信息欺骗、误导用户，不得虚构或者篡改交易量、关注度、浏览量、点赞量等数据。“电商

捧哏”当托儿是否算欺骗消费者以及是否会侵犯消费者的知情权和选择权，需要具体问题具体分析，不能一概而论，核心是看其是否发布虚假或令人误解的信息欺骗消费者。

“‘电商捧哏’须诚信守法，切实尊重消费者的合法权益。”吴敏表示，如果直播间仅制造了一种消费氛围，可以把“逼单”视为一种正当的商业营销手段，无可厚非；但如果“逼单”行为中存在一些明显虚假的内容，比如虚假数据、直播间购买“水军”冲销量、刷数据等，其本质上是虚构交易量，相当于发布了虚假信息进行引流和误导消费者，侵犯消费者的知情权和选择权。如果存在多部手机操作的行为，从严格意义上说已不是单纯的“捧哏”行为，而是“刷单”行为。《电子商务法》和《反不正当竞争法》对采用虚构交易等“刷单”行为是明确禁止的。



主播和助播正在带货

围炉不仅可以煮茶，还可以烤奶

罐罐烤奶成为新“网红”

〇〇全媒体记者 叶露婷

从去年开始，“围炉煮茶”风靡一时。这两日，记者走访发现，“青春版”围炉煮茶——罐罐烤奶成为新“网红”。炉暖茶香固然温馨，不过消防部门还是提醒市民使用时要注意通风，谨防一氧化碳中毒。

围炉不仅可以煮茶，还可以烤奶。今年，不少商家看准围炉煮茶的商机，有创意地将围炉体验与基础消费品奶茶结合，一种被称为围炉煮茶“青春版”的罐罐烤奶走进了消费市场，成为新“网红”。

记者在某社交软件上搜索“柳州罐罐烤奶”，看到不少市

民已经发出了相关品鉴感受，并推出了体验攻略。昨日下午，记者在窑埠古镇一家茶饮店看到，店家正在制作桂花味的罐罐烤奶。相对于围炉煮茶，罐罐烤奶似乎是其“简化版”，保留了煮茶使用的陶罐，以牛奶代替部分茶水，在其中加入桂花、玫瑰花、茉莉花、枸杞、黄冰糖等食材。

“这是今年的‘网红款’，9月份才推出，紧跟市场潮流嘛。”该店老板贾娟华介绍，罐罐烤奶是她从云南考察学习来的。相对而言，烤奶每罐13元的价格更亲民，由于采用的原材料是纯牛奶，配以“营养又健康”的宣传语，对消费者更具吸引力，“天冷

的时候销量很好，很多市民前来打卡体验。”

无论煮茶形式如何创新，其背后反映的是消费者对于体验式消费和仪式感的追求，这是对品质生活的重视。不少市民表示，围炉煮茶系列之所以走红且热度不减，一方面是煮茶式体验可解渴充饥，另一方面是其兼具一定的社交属性，可拍照发朋友圈，满足了市民社交需求，喝茶闲聊又可以加深彼此之间的感情。

煮茶烤奶暖又香，消防安全莫忽视。市消防救援支队新闻宣传科负责人吴林彬提醒，市民在室内围炉煮茶、烤奶时，要开启门窗保持通风；保持火源与周边可燃物（如食用



罐罐烤奶的食材

油、高度酒、衣物等）的安全距离，应提前做好灭火器、水桶等应急物资，做到有备无患；在室外起篝火烧烤时，要牢记林区严禁生火，及时清理火源周边杂草和树木，防止风将火星吹起引燃周边可燃物，离开时用沙土将燃烧过的木头和炭火掩埋，确保火源完全熄灭。



窑埠古镇的罐罐烤奶