

奖品兑奖难如登天 伪劣假冒暗箱操作 直播抽中金条到手是道具

客服各种借口拖延
奖品兑现困难重重

在某房产直播间抽中的“小霸王电烤箱”，必须本人带着身份证到500公里外的现场才能领奖。说起今年3月的一次直播抽奖经历，定居江西的王娟(化名)哭笑不得。

“看到中奖信息后，我第一时间询问客服发货时间，但对方却回复说礼品需要本人前往该房产营销中心自提，我提出可以承担运费对方也不同意。”王娟说，该房产项目营销中心位于浙江省杭州市临平区，离自己所在地甚远。

“参加抽奖前也没告诉我自提，中奖了却找各种借口不兑现，真的很气人。”据王娟回忆，她进入该直播间后只看到抽奖福袋的参加条件是“直接点击评论参与抽奖”，福袋页面除了产品信息外，也没有其他表示中奖后需到店自提的标识。直播过程中，主播从未提醒参与抽奖的用户需要自提。

如今直播带货的形式已席卷购物、社交、外卖等各大平台，为引流和提高直播间活跃度，一些直播间会设置抽奖环节。然而，《法治日报》记者近日调查发现，直播兑奖套路深。不少直播间开奖时“豪气干云”，兑奖时却“抠抠搜搜”，主播和客服前后态度不一。有受访者吐槽道，本来以为中奖是最难的，没想到兑奖才是难上加难。此外，收到奖品货不对板也是直播抽奖的“槽点”之一，许多二手货、残次品被商家作为福袋发给用户。在盲盒直播间，甚至有商家暗箱操作。

从各种理由推脱不兑奖，到中奖了才被告知奖品要“随单”发，再到收到奖品发现与宣传的相差甚远……为何直播抽奖乱象频发？平台有哪些监管措施？消费者该如何维权？记者展开了采访。

今年以来，来自湖南的刘雨(化名)已陆陆续续在各种平台中过饰品、服饰、彩妆等奖品，为此她还总结出了一套“中福袋技巧”。不过，随着在某短视频平台中奖次数的逐渐增多，刘雨的账号被“莫名其妙”地冻结，于是她开始转向另一社交平台，但近期却接连遭遇中奖后拒不兑现的情况：

2月26日，刘雨在某珠宝首饰直播间抽中一只玛瑙手镯，对方却说要先付19.9元押金，到货后再原路返回，“哪有先要钱再退的道理，像骗子，没有同意”；

2月29日，她在某女装直播间抽中毛毡包，下播后要求兑换奖品，客服却一直不回消息；

3月7日，她在某首饰直播间抽中了一条手链，当她询问客服何时发货时，对方却说需要先购物才可以兑奖。

“口口声声说免费抽奖，转头就要求下单，这不是骗人嘛。”刘雨把相关经历发到社交平台后，评论区里有不少网友附和，表示也遇到过直播间抽福袋时没说“随单”，中奖了问客服却说要“随单”的情况。

在某第三方投诉平台以“直播抽奖”为关键字搜索，发现有超过4000余条相关投诉。记者梳理发现，在“兑奖难”这一问题上，网友们被拒绝的理由五花八门：没有加入店铺会员或粉丝团、没有在直播间下单、没有在开奖前付款、中奖口令不正确、查不到中奖记录……

奖品实物质量堪忧
和直播间承诺不符

奖品兑现难如登天，收到奖品的也并不一定是“幸运儿”。

3月1日，海南的林女士收到了在一名为“年糕××”的直播间抽中的空气炸锅。从领奖到收货倒是挺顺利，但是打开快递后她却“大失所望”：空气炸锅上面的风扇是坏的，扇叶的螺丝也掉了。本着不想浪费的想法，林女士联系了对方客服，对方让她自费退回产品送修。然而，补发的商品又出现了新的问题：没有空气炸锅外层的覆膜，顶盖螺丝缺失，有明显的使用痕迹。

林女士带着最后的耐心，和客服反映了商品质量问题，对方承诺再次补发。直到第三次，林女士终于收到了看似能够正常使用的空气炸锅，但这次却没有保修卡和说明书，她有些害怕，“万一是一三无电器，使用过程中着火问题就大了”。实在不敢用的林女士，向对方提出能否“折现”，但被对方拒绝。就这样来回折腾了3次，现在这个空气炸锅用也不是，不用也不是。“退来退去实在累得慌，有这功夫我都能买一个空气炸锅了。”

今年2月，重庆的王女士参加了某游戏创业公司直播间的“大年初五迎财神”抽奖活动，号称奖品是重量达50克的沙金金条。从中奖到收货都很顺利，但她打开快递才发现，收到的奖品是仿真道具金条。

“沙金是含有黄金的，虽然含量很低，但和道具黄金还是天差地别。商家这是用不实信息引流吸粉。”王女士评价说。

盲盒抽奖暗箱操作
营造假象刺激消费

记者调查发现，有的直播间打出了“盲盒许愿”的旗号，以开盲盒的方式吸引观众参与抽奖。

记者在社交平台上检索“盲盒许愿”等关键词发现，不少网友被这种盲盒许愿抽奖形式所吸引。一网友发帖称，为了得到某盲盒直播间的许愿盲盒礼物(一个大的毛绒玩具)，她已经参加了七八场盲盒许愿，但从未猜中过款式。除了猜款式之外，还有的许愿链接下单后是猜盒内商品颜色，网友可以花钱拍下商品链接并许愿两个颜色，任意一个颜色猜对就可以再拆一盒，一直成功就可以一直拆。

曾经就职于浙江杭州某盲盒直播公司的员工刘夏(化名)告诉记者：“这种‘盲盒许愿’抽奖基本都有内幕。”据她介绍，商家在装盒时会随机挑选几个编号位置贴上提前打好的假单。直播中，商家会根据号位将欧气单(好运单)全部“安排”给假单。

刘夏说，对下单的顾客，直播间可以随意控制盲盒款式、颜色。“拿盲盒的时候不会让直播间的人看到是从哪里拿上来的，主播看似拆的是新盒，实际上是场控提前确认了内容物后才递上去的。”此外，此类盲盒抽奖的直播间还会有专门的“鱼”来烘托气氛、诱导下单。所谓的“鱼”是指在直播间中假装自己是“欧皇”(网络流行词，指运气特别好的一类人)，营造中奖假象，“或者故意在评论区刷评论，以此来刺激消费”。



今年1月31日中国消费者协会发布的《2023年全国消协组织受理投诉情况分析》显示，直播抽奖活动主要存在以下几个方面的问题：一是中奖后不兑现。消费者中奖后，经营者以各种理由不兑现或故意拖延长久不发货；二是中奖概率不明。经营者在直播间醒目位置宣传中奖概率100%，但实际上中奖概率极低或奖品多为虚拟商品；三是虚标奖品价格问题。经营者对直播间抽奖奖品标注价格远高于相同商品实际价格。

一名在直播行业工作的人士说，近些年，直播商家常常采用“抽奖”方式来进行营销和推广，吸引观众入场购物。目前短视频平台比较规范的抽奖方式包括“抢福袋”“闪购低价秒杀”和“发送弹幕截屏”三种方式。

以“抢福袋”为例，某直播机构负责人李力(化名)告诉记者，“福袋”也称“留人福袋”，点击“福袋”就等于关注了直播间并加入粉丝团。直播间一旦开播，会第一时间通知到所有粉丝，对于商家而言，直播间观众停留时间长了，意味着有更多的下单可能，所以抽取“福袋”便成了常见的揽客套路。

“相较于前两种依托于官方平台展开的抽奖方式，截图抽奖全程由直播间团队操作，规则制定、截图时间、兑现奖品的主导权都掌握在商家手中，所以也很难做到可视化、透明化，公平度大打折扣。”李力说，不少商家借此动起了“歪脑筋”，通过玩文字游戏，暗箱操作，蒙蔽消费者，骗取一时的直播热度。

遇到兑奖难，应如何维权？北京市京都律

师事务所律师常莎建议，消费者可以向平台申诉。若平台无回复或未实际解决问题，可以向管理部门、消费者协会或第三方网络消费纠纷调解平台投诉，通过第三方介入解决纠纷，也可以向法院提起诉讼，维护自身合法权益，但需注意提前保留相关证据。

中国法学会消费者权益保护法学研究会副秘书长陈音江建议，直播平台应当加强对直播抽奖主体的资质审核，确保其具备合法经营资质和履行宣传内容的能力。直播抽奖经营者应当清晰准确公示抽奖奖品名称、数量、中奖率、真实价值等，杜绝虚构奖项、奖品、奖金金额等违法行为。消费者在参与直播抽奖活动时，要保持理性，不盲目充值、打赏。

来源：法治日报

完善合规管理体系
平台加强资质审核