

看似“热销”，实则贩卖“数据焦虑” 直播间“抢空”的商品次日仍在售

“只剩最后500单！”“3、2、1，上链接！”近日，某直播平台上，一名美妆主播正卖力推销一款“限量”粉底液，评论区不断涌现“已拍”“再加货吧”等留言，营造出抢购氛围。然而次日有人发现，这款宣称“已抢空”的商品依然在售，库存充足。

这并非个例。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。

后台改库存伪造“秒空”

近日，某直播平台一美妆直播间内，主播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。

“我主要负责调整后后台库存。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。”



灰色产业链 明码标价

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。

“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。

(法治日报)

“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。

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’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，日浏览量从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。真实卖

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。”

消费券、惊喜券、天降券……如何“券尽其用”？ 把凑单难题交给AI靠谱吗？

“‘消费券’‘惊喜券’‘天降券’，还有‘拍多件立减’……为了更好地利用这些优惠，我的脑子实在算不过来了！”10月20日晚8点，淘宝、天猫开启“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。

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，帮我计算是分开下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，这次很快就搞定啦。”

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。

“如果指令正确，AI提供的凑单方案还是比较对头的，我认为可以作为购物参考。”小蒋说，这很适合那些买东西多又一下子理不清楚的人。

如果“喂”得不合口 AI也会不靠谱

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变得好用，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。”

(潮新闻)