

一问一答间，消费者被“逼”下单

记者调查直播间“捧哏”话术

“捧哏”的话术和节奏都是固定的，可以像一套组合拳那样不停重复，确保无论何时进来的消费者，都能在这套话术的引导下尽快进入购物节奏

主播和“捧哏”需要不断地一来一回“实时报备”，以此向观看直播的消费者营造出因为抢购库存数量不断降低的紧迫感以及心理感受

如果“逼单”行为中存在虚假数据、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，进行引流和诱导消费者，侵犯消费者的知情权和选择权

□ 本报记者 赵丽
□ 本报实习生 万鹏

“39(元)要不要——不要!”“29(元)给不给力——给力!”“来，三二一——上链接!”

在叫卖式直播间里，主播们紧锣密鼓带货的同时，“上链接”“没错的”等叫喊声也不绝于耳。这种通过叫喊带动用户激情下单的带货“场控”群体被称为“电商捧哏”，从事这份职业的人，号称“喊上三句话，就能月入8000元”。

业内人士认为，“电商捧哏”的出现是直播行业发展的一个标志，也是直播行业细化分工的体现，其真实身份是主播助理，其中大部分为电商“中控”人员，即控制直播间电脑操作台的人，负责直播前的策划和设备准备、直播中后台的操作以及直播后数据的分析复盘。

而随着直播间竞争的日趋激烈，“电商捧哏”采取的手法开始游走在法律边缘。比如常见的“逼单”，即刻意营造一种虚假的商品紧迫感，以“手慢无”“快没了”等话术“逼迫”消费者下单。

接受《法治日报》记者采访的专家认为，“电商捧哏”背后的“逼单”行为可能涉嫌侵犯消费者知情权和选择权，相关部门可以通过加强信用监管、相关机构培训等方式强化监管力度，相关直播电商平台也应利用技术手段做好监管，净化直播带货市场环境。

配合主播直播带货 引导消费者快下单

“今天只要499(元)就可以上车，给不给力?(给力!)”

“准备好上车的宝贝，小1敲起来。(准备好上车的打小1!)”

“现在有多少个CALL小1的?(现在有365个在打小1!)”

“1号链接还有多少?(1号链接最后一单了，1号链接没有了!)”

以上是在山东从事直播带货的李敏(化名)分享给记者其在直播间的“中控”话术，作为电商“中控”的她，职责便是将上述括号里的话尽可能“激情输出”。

“这几句话是一分钟内说完，主播和‘中控’一来一回，要做到行云流水，节奏紧凑。”李敏告诉记者，“比如，我刚完弹幕通常还要向主播喊一句，‘有10个人没抢到’，这话不是说给主播听的，而是说给屏幕前的消费者听的，目的是制造一种很多人正在抢的紧张感，这和线下奶茶店花钱请人排队是一个道理。”

“做‘中控’可不是动动嘴皮子那么简单，在直播前，主播和‘中控’需要进行充分的练习，需要做大量的准备工作。”李敏说，除此之外，“中控”要负责对“品”的把控，设置链接、准备福袋等，还要负责直播间的杂务。

在安徽合肥做“中控”的姜楠(化名)提到，直播时“中控”往往要身兼数职，一会儿要回复弹幕问题，一会儿要发福袋提醒点关注，一会儿要改价，一会儿要上库存。

在受访者看来，称职的“中控”需要“三头六臂”，除了时刻关注主播的状态、调整摄像头、注意直播间的构图和光线这些基本操作外，还需要根据直播流程了解当前主推哪件商品，然后做好商品摆放。直播结束后，需要对直播进行复盘，尤其是要对其中转化较好的商品进行记录，确保下次直播中侧重推广该商品。

在北京做“中控”已有3年的王涵(化名)坦言：“我们需要预设粉丝可能会提的问题，做好主播和‘中控’之间的话术互动和配合，你可能不知道，进入直播间之后，消费者的所有行为都是被引导的。”

“这种工作就是‘电商捧哏’。”姜楠说，“捧哏”的话术和节奏都是固定的，可以像一套组合拳那样不停重复，确保无论何时进来的消费者，都能在这套话术的引导下尽快进入购物节奏。

当用户按照直播间的设定进入节奏，看了产品，听完主播的介绍，就进入到最后环节，也是最重要的环节——“逼单”。

精心设计逼单话术 同时修改库存数量

“1号链接没有了，小助理统计有多少网友没有抢到。”“有350个网友没有抢到!”

“让小助理再给我们申请一波福利库存，要不要?”“没问题!”

“不会点关注的，小助理教一下。”“不会点关注的姐妹们左上角点一下是关注，点两下是灯牌，我去申请一下我们的福利库存。”

上述主播和王涵之间的你来我往，目的除了营造热烈的直播间氛围，辅助直播整体节奏的管理外，也是在完成“中控”的“职责”——“逼单”。

据王涵介绍，此时，“中控”只需要在该商品的现货库存里随机填上一个数值便达到目的。再加上诸如“库存已加，刷新去拍”“只剩下100单库存了，秒拍秒付”等吆喝助力，这些看似正常流程的背后，就是“逼迫”粉丝下单。

“以场景话术为例，就是通过营造一个非常适合该产品使用的场景来勾起消费者的购买欲望。”王涵说，所有类型的话术最后环节都是不变的，一定是抛出“钩子”，即告诉直播间的消费者今天的福利有多么划算，赶紧下单。

此外，制造稀缺感也是直播间里非常重要的技巧，主播需要反复强调“这个商品特别好，但是目前只剩下几件了”。

王涵称，这个时候，主播和“中控”的配合尤为关键。主播和“中控”需要不断地一来一回“实时报备”，以此向直播间里的消费者营造出因抢购库存数量不断降低的紧迫感以及心理感受——“还剩多少单?”“‘中控’看一下库存还有多少?”“看看直播间还有多少宝贝没有付款?”此时，“中控”需要一边应和一边修改库存数量。

王涵透露，这些数据都是可以修改的，目的是要营造出这件商品卖得很快的情景。

对此，记者在联系一家电商培训机构时得到了证实。记者询问关于“逼单”教学的问题，对方强调，“逼单”是很多新手主播和初级主播需要学习的能力和技巧，“憋价格”是一个主播需要修炼的高阶能力，例如有些主播和“中控”会根据直播现场情况，随时、动态地调整价格。

在直播带货行业分析师吴晨看来，从整个直播间的运营来看，从主播介绍产品，到如何“憋单”“踢单”，所有话术框架都经过精心设计。

一名受访电商“中控”给记者发来的一份“逼单”话术介绍显示，有库存“逼单”，反向“逼单”，限时“逼单”，痛点“逼单”，价格“逼单”等多种形式。

比如价格“逼单”的介绍是这样表述的：价格是“逼单”时的一大利器，大部分产品会在价格上设置优惠，主播可强调“最低价、活动优惠价、卖完涨价、同类产品对比等”，突出价格优势，促进成交。

库存“逼单”则相当于限量“逼单”，“逼单”话术围绕库存量进行，例如强调产品限量，或者直播间不断报剩余库存量，制造紧迫感，缩短用户的成交时间。

痛点“逼单”，则是刺激用户，结合用户的需求和产品的使用场景，具体到在什么样的场景

下解决什么样的问题，带来什么样的结果，加强用户体验感，增加信任度。

虚假数据引流诱导 侵犯知情权选择权

调查过程中，有业内人士向记者直言，如今直播间“逼单”“憋单”已是行业共识。比如在每个直播间都有福利品和利润品，先上几乎不赚钱的福利品增加流量和成交量，当数据高速增长时再上利润品“逼单”，这样成交的概率会比较大。

受访业内人士介绍说，最初，“逼单”一般由直播间多个角色共同完成，比如主播反复强调最低价、库存有限、卖完涨价等关键词，以此来制造“不买定后悔”的氛围。而“捧哏”则通常会随声附和主播的关键词，比如“库存还有吗”“快没了”……强化消费者认知的同时，也通过对话催促消费者下单。

如今，“逼单”也开始出现“精细化”发展趋势，不同的品类、不同的卖点，每个直播间都会形成一套自己的“逼单”方法。比如低客单价(直播间每个顾客平均购买商品金额比较低)商品，重氛围、重福利、轻卖点，瞄准价格敏感型人群，快速促单、快速成交，一单商品的讲解时间不超过3分钟;而高客单价(直播间每个顾客平均购买商品金额比较高)商品，重价值(结合场景)、重稀缺(结合库存)、轻营销，专攻讲卖点、讲痛点、讲收益，不用过度营销。

对于直播间的“逼单”行为，中国传媒大学文化产业管理学院法律系主任郑宁认为，需要具体问题具体分析，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诱导消费者，侵犯消费者的知情权和选择权。

而一些极限“逼单”做法可能已游走于法律边缘。

李敏介绍说，“电商捧哏”在给主播搭腔的同时，还要操作七八台手机，在主播说“还有多少人没抢到，CALL1”时，为了给用户制造一种很多人在抢购、“手慢无”的紧张感，“电商捧哏”就在评论区疯狂刷屏，而显示出的库存、销量等数字往往会注入水分。

北京嘉维律师事务所律师赵占领认为，如果存在多部手机操作的行为，从严格意义上说已不算单纯的“捧哏”行为，而是“刷单”行为，电子商务法和反不正当竞争法明确规定不能采用虚构交易等“刷单”行为。

在郑宁看来，传统叫卖式直播的声势体现了直播团队对于“热火朝天”景象的追逐，“中控”营造消费声势从而“逼迫”消费者冲动消费，因而叫卖式的“电商捧哏”本身具备忽悠人的气势。“他们的话术经过不断探索已然成熟并且定型，从铺垫氛围、把控节奏最终完成用户‘逼单’，一切围绕‘催促消费’展开，而消费者在此类直播间中感受到的是狂妄滥炸般的‘推销售’，自身的紧张感被极大地调动起来。”

赵占领认为，对于“电商捧哏”的行为，不论是《网络直播营销管理办法(试行)》，还是反不正当竞争法、广告法都有规制，核心是看其是否发布虚假或令人误解的信息欺骗消费者。“由于

商家与消费者之间存在信息不对称，比如主播所讲的库存，还是整体库存，往往不得而知，也导致虚假宣传难以认定。”

加强审核能力建设 强化营销行为监管

记者在某招聘平台上搜索“中控”相关岗位，据相关岗位HR介绍，“中控”岗位的工资一般分为“底薪+绩效”的方式，而绩效的获得与直播间的销售额直接挂钩。这在一定程度上和“中控”的“逼单”行为存在很大关系。

另据业内人士介绍，根据销售额的完成情况，“中控”会获得一定比例的奖金。在刚进入直播间的初期，直播间对“中控”的考核相对严格，“中控”和主播之间的配合默契程度也是影响“中控”获得分成和奖金的关键因素。

王涵称，这其实是主播和“中控”磨合的过程，初期，双方配合相对比较生硬，而熟悉后，双方会配合得很好，“中控”的分成和奖金也会逐渐增多。

根据《网络直播营销管理办法(试行)》的规定，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，不得营销假冒伪劣、侵犯知识产权或不符合保障人身、财产安全要求的商品，不得虚构或者篡改交易量、关注度、浏览量、点赞量等数据。

在赵占领看来，“中控”应当被列入直播间运营者进行监管，不论是“中控”自身从事“刷单”，或者委托第三方机构进行“刷单”，其本质上都违反了《网络直播营销管理办法(试行)》的相关规定。

“现行法律法规和专门性规范性文件对直播间出现的乱象及直播平台怠于规制的处罚力度还是很低，或许未来可以考虑，针对直播间的违法违规行为，将处罚金额设置成违法所得数额的一定比例。”郑宁说。

加强信用监管，建立黑名单制度，也是规制相关违法违规行为的有力举措。郑宁建议，如果商家多次从事虚假宣传侵害消费者合法权益，相关机构应该对其进行信用方面的评级降低或相应惩治。“这不一定由相关监管部门实施，可以通过行业协会或者平台主动监管的方式实施。”

此外，郑宁认为，相关部门应当加强对机构和主播的培训，增强其法治意识，对其进行合规指导，在流量和商业利益获取的同时保证营销手段的正当性。

受访专家还提到，国家广播电视总局发布的《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》明确，开办网络秀场直播和电商直播的平台要落实管理同步的原则，把平台管理力量与直播间开办能力相匹配的要求精准落实到数字到人。

“现阶段，相关平台的一线审核人员与在线直播数量总体配比不得少于1:50，要加大对审核人员的培训力度，并将通过培训的审核人员在‘审核员信息管理系统’中进行登记。”郑宁说，鼓励有能力的平台采取优于总体配比的要求加强审核能力建设。

在赵占领看来，与处罚力度相比，监管能否做到及时是目前的治理难点。鉴于直播电商的特殊性，存在即时、实时的特点，通过人工方式进行监管存在较大难度。平台应当利用技术手段实时监测从而加强监管力度，同时，相关工作人员应进行网上巡查，及时发现违规行为。

在已经从事行业“捧哏”三四年的王涵、李敏等人看来，真正理性的消费者，即使再制造“稀缺”的氛围，也不会被“逼”下单购物，伴随着越来越“卷”的电商行业，实现良性发展，还是得靠产品质量和复购率。

漫画/高岳

一线走访

□ 本报记者 余东明
□ 《法制与新闻》记者 黄浩栋

面对老病残罪犯数量增加，教育改造难度越来越大的问题，如何应对?上海南汇监狱开启了现代化转型之路。近日，《法治日报》记者走进该监狱展开实地调查。

南汇监狱自用于2007年，是全国首家与监狱总医院合并建设，并专门收押老病残罪犯的功能型监狱。16年来，南汇监狱持续创新，积累了一系列经验。

“随着信息化时代的到来，各种业态都在悄然发生变化。监狱虽有高墙与外面相隔，但不能阻挡现代化转型的步伐。近年来，南汇监狱从六个维度发力，以建设‘六型监狱’为目标，实现理念、机制、技术、方法和效能的全面转型。”南汇监狱监狱长唐绍兴说。

构筑现代化转型大格局

一大早，罪犯阿斌(化名)就起来给残疾的室友打好水，并帮助他穿衣起床。两年前，阿斌因故意杀人罪被判死刑而失去改造信心，加上入狱前发生意外，造成腰椎间盘突出骨折卧床不起，一度抗拒改造，成为难啃的“硬骨头”。为此，管教干警将其定为一级看护罪犯，为他定制了专门的改造预案，还安排他家人前来会见，鼓励他重拾希望。如今，阿斌不但恢复了身体健康，也有了改造的信心。

其实，像阿斌这样的例子在南汇监狱并不少见，许多老病残罪犯由于健康、刑期、家庭等原因产生消极情绪，增加了改造难度，尤其这些罪犯的健康管控问题给教育改造带来巨大压力。如何更好地引导罪犯认罪悔罪，激发改造动力?现代化转型给出了破题之策。

同样对于广大监狱干警来说，他们经历长时间疫情封闭管理，在思想作风、工作动力和纪律遵守等方面都难免出现波动，亟须新思想、新理念、新机制、新技术武装自己、提振士气，而现代化转型正好切中了他们的内在需求。

“形势倒逼我们必须主动作为，在原有经验和成果基础上谋划部署现代化转型之路。在顶层设计上，我们提出了构筑‘1+2+6’现代化转型大格局。‘1’即以现代化转型为一条主线，‘2’即聚焦干警和罪犯两大群体综合施策，‘6’即以‘六大维度’推进全面转型。”唐绍兴说。

据介绍，“1+2+6”以激发监狱监管工作的创新活力和内生动力为根本目标，持续拓展其内涵和外延，实现打造现代特征和传统内涵兼具、基础能效和创新动力兼备的现代化功能型监狱。

聚焦两大群体综合施策

做优一日三餐、落实健康体检、浓郁警营文化、开展家访慰问……这是一份南汇监狱关心关爱干警的措施清单，30条措施涵盖了工作、生活、家庭、健康、娱乐等方面。

而与之相对应的是南汇监狱专门针对危重罪犯制定的“星级预警心理测量量表”，该量表将罪犯的心理状况分为五个等级，筛选心理异常的罪犯并评估其异常程度，以此作为定制化改造方案的依据。

两张表，一张面向干警，一张针对罪犯，这正是南汇监狱聚焦两大群体推进监狱现代化转型的缩影。

“现代化转型并不是摒弃传统，而是在坚持传统体制机制的基础上赋予新的载体和抓手。一直以来，南汇监狱坚持以人为本，在提升干警队伍建设质量水平的同时，注重罪犯改造效能，而现代化转型则通过综合施策不断激发干警的创新活力和提升罪犯的改造动力。”南汇监狱政委江峰介绍说。

在激发干警创新活力方面，南汇监狱除了积极落实干警所期所盼外，通过科技赋能建立了科学全面客观的考核机制，确保他们的聪明才智和不懈努力都能得到肯定;同时广泛搭建学习平台，推动交流互动，让他们有机会学习新知识展示新成绩。一批诸如“攀登者”“摆渡人”等工作团队涌现出来，一系列注入音乐矫治、才艺教育等创新项目如雨后春笋般涌现出来，实现了资源向一线聚集，人才在一线培养。

在提升罪犯改造动力方面，南汇监狱结合老病残罪犯身心特点，重构了生命文化教育内涵和外延，并通过“科学认识、科学管理、科学矫治、科学评估改造质量”一体运作，激发他们在改造道路上的自我期许，努力使之在回归社会后成为各方面合格并具备一技之长的社会公民。

此外，南汇监狱还开展基层基础项目建设，通过内强素质、外树形象不断提升干警队伍的法治素养和专业能力;针对罪犯改造常态化推进日常改造行为规范整治，引导他们查找犯罪根源、明白犯罪危害、规范改造言行。

六大维度推进监狱建设

记者在采访中看到，南汇监狱打通了与上海监狱总医院的数据壁垒，这里老病残罪犯的电子病历、健康档案和医院诊疗系统实现数据对接和信息共享，罪犯当天接受了哪些治疗、服用过哪些药物都被详细记录在案。此外，数据库还实现了对罪犯健康情况的智能预判，便于干警及时掌握罪犯健康状况，并对突发问题作出及时应对。

信息化建设只是南汇监狱将现代化监狱建设落到实处的其中一个缩影。记者了解到，在现代化转型路径下，南汇监狱从安全、改造、执法、保障、发展、治理六个维度入手，出台了《关于建设“标准型、集约型、专业型、创新型、智慧型、清廉型”功能性监狱的实施意见》，将“六型监狱”的建设纳入监狱现代化发展的中长期改革发展规划。

“建设‘六型监狱’，是南汇监狱现代化转型成果的集中体现，我们坚持客观认识、科学管理、个性矫治、全面评估的教育改造新路径，认真实践‘把大墙内的人改造好，让大墙外的人生活好’的职业价值追求。”江峰说。

据介绍，南汇监狱目前已制定了狱政管理条线的48项工作标准，明确了21个工作方面业务牵头人，形成了扇形结构的现代化管理模式;定期开展主题讲师团授课、交叉授课和专业岗位比武活动，全面培养队伍实战本领;此外，还努力探索数字化转型平台，进一步拓展数字化应用场景，提升监狱现代化转型的内涵认知……

现代化转型让南汇监狱的改造质效显著提升。数据显示，近年来，南汇监狱维持零逃、且非正常死亡率保持全市最低，此外，罪犯家属对监狱执法情况满意率达到100%，特别满意率为53%，取得了良好的社会效益。

“南汇监狱的现代化转型是新时代上海监狱系统推进高质量发展的一个缩影。在实践中有效化解监狱安全风险，凸显监狱自身职能，理顺日常工作机制，不断满足监狱干警的新期待，新要求，解决罪犯的新问题、新矛盾，为监狱改革发展注入全新动力和活力。”唐绍兴说。

老病残罪犯收押后如何开展教育改造?

上海南汇监狱现代化转型实地调查