

央视曝光家电直播测评骗局： 伪造效果、关停竞品、全靠演技

你关注过网络上的家电测评吗？近期，央视《财经调查》栏目收到一些消费者的投诉，个别网络直播间展示的测评效果和实物体验差距悬殊，市场上依旧有虚假网络测评损害消费者权益。

扫地机、洗地机哪家强？ 全看测评直播间怎么演……

根据消费者投诉的线索，记者以应聘者的身份进入了位于湖南长沙的森芒贸易有限公司，这家公司长期专职从事家电产品的网络对比测评与网络直播带货。

记者参与的一场直播，以扫地机器人为核心主推产品，对多款主流品牌机型展开一次多品类横向对比测评直播。

在“自清洁”功能的测评环节中，记者发现在直播间镜头拍摄不到的区域内，一个助理正在给本场主推设备的备用机底座喷水。这位助理悄悄告诉记者，这台干净的备用机，稍后会替换掉台上刚刚完成整套测评的“脏”机器，这样会让这个品牌的机器“测试”出的“自清洁”效果更好。

按照内部操作流程，一旦主推机型测评出现瑕疵，现场助理就会立即示意后台中控人员，通过水军账号在评论区刻意引导话题，转移观众注意力。主播借势按评论区引导，将直播的镜头移开，转向讲解其他机型。

就在观众视线被分散的瞬间，现场助理迅速将全程参与实测、留有瑕疵的样机撤下，换上提前准备好的全新备用机，并彻底清理赛道残留物。

而在镜头拍摄覆盖不到的区域，刚刚完成真实测评的真机滚刷缠绕大量毛发、机身布满污渍，真实测试状态与直播画面呈现出巨大反差。

为了在网络上带节奏，记者在直播间后台中控电脑上还发现了公司专门用于直播控场的水军话术文档，详细记录了直播间冷场、测评翻车时的引流控评、话题引导方法。



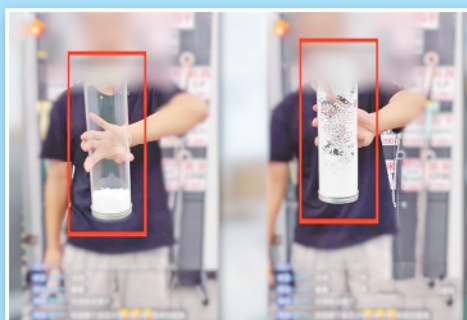
某场直播对多款主流品牌扫地机器人机型展开一次多品类横向对比测评。



某直播间助理清理赛道残留物。



某直播间人为制造污渍浓度差距。



某直播间制造测评结果两极分化的假象。

提醒广大消费者
理性看待网络直播测评
莫被故意营造的虚假效果蒙蔽

直播团队暗箱操作打压竞品 测评结果早已“内定”

直播团队还刻意打压竞品，一系列刻意干预的操作，让同台参与测评的多款品牌设备呈现出各类清洁缺陷。

看似真实客观的横向测评比拼，实际上都是由公司工作人员全程人为把控、刻意导演的结果，以此营造公司带货的主推产品性能远超同类竞品的假象。而这种靠刻意操控制造产品落差、欺骗消费者的造假逻辑，并不是新鲜手段。

湖南森芒贸易有限公司运营的另一个“老浏洗地机直播间”，工作人员最常用的干预方式，就是暗中关停设备，人为制造清洁失败的测试结果。设备停机无法作业，导致本可清理的污渍残留在地，制造该产品清洁能力低下的假象。

不仅如此，在最终机型对决的关键测评环节，直播间还会通过人为干预的方式制造效果差异。记者看到，在镜头拍摄盲区，工作人员向两条测试赛道分别泼洒清水与酱油，人为制造污渍浓度差距，刻意拉开两台机器的清洁效果差距，完成预设的测评剧本。

《直播电商监督管理办法》第三十四条明确规定：直播间运营者、直播营销人员不得对商品或者服务的经营主体以及性能、功能、质量、销售情况、用户评价、曾获荣誉、资格资质等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者和其他经营者。

堵风口、掰探针 吹风机测评人为造假

在无锡未来好家科技有限公司的直播间里，主播对几款吹风机进行了对比测评。在测试产品的除静电效果时，主播分别使用不同吹风机，对装有白色泡沫的亚克力管道进行吹风。测试标准明确，管道内残留的泡沫越少，代表除静电性能越出色。

然而实际操作中，工作人员会提前对竞品设备进行改动，人为掰歪负离子发生器探针，致使离子释放功能失效，除静电性能大幅下降，这才制造出测评结果两极分化的假象。

而风压测试，造假方式则更为直接，测试人员直接堵上进风口，让风变小。在他们看来，直播的核心并非如实展示产品品质，而是通过营造具有说服力的视觉效果、调动直播间氛围，获取观众信任，进而引导消费者下单。

“买家好评”竟是自导自演

账号名为“小路除螨仪”测评的直播间，主播们一边刻意放大主推产品的使用效果，一边暗中对其他参测设备动手脚，给竞品吸气口套上塑料袋，人为减小吸力。

该账号负责人告诉记者，依靠人为操作制造出悬殊的测试效果，能够极大影响观众判断，他们直播间带货的商品销量也因此居高不下。

在“林老师测评学习机”直播间，主播在讲解时刻意维持“中立”姿态，而将贬低竞品、烘托主推产品的任务交由评论区里自己埋藏好的水军来完成。

直播间里一般放着三台手机，专门扮演购买过的消费者，在留言区说使用体验好，从侧面辅助宣推产品。

主播们通过精心编排的演技套路进行直播营销，既误导消费者，侵害群众权益，也扰乱公平竞争秩序，降低整个行业的公信力。针对这类乱象，国家网信办、市场监管总局出台新规，明确行业红线，常态化监管与行业自律双向发力，推动网络测评规范化发展。

据 央视财经