

# 浙江首批化妆品绿色直播间来了 不仅要管产品质量,还要管主播话术

“涂上就能去眼袋、泪沟、法令纹。”“用了这款面霜,胶原蛋白能直接进入皮肤。”在电商平台的直播间里,主播们卖力介绍、演示着化妆品。堪比魔术的效果让你动心了吗?

如果你因此付款,那就为虚假宣传买了单——这些话术违反了广告法及化妆品监管的有关条例。直播间烘托的氛围与隐蔽的营销术,更容易导致激情消费,因此围绕化妆品直播间的各种消费纠纷居高不下。

作为化妆品生产与直播行业大省,上个月,浙江推出首批化妆品“绿色直播间”,为化妆品的直播销售打造了十个“样板间”。



瑜大公子直播间



“孔凤春KOPHENIX官方旗舰店”直播间

## 野蛮生长:化妆品直播带货,各种投诉一大堆

美妆产品是国内仅次于服装的第二大直播带货品类,直播带货交易额在化妆品零售市场中的占比逐年提升。可是,26岁的李女士上个月遇到了烦心事。

“在刷抖音时,进入了一个化妆品品牌的直播间。主播介绍的口红‘不沾杯’‘不显唇纹’,价格也只要26元一支,很便宜。”动了心的李女士很快下单,5天后收到了口红,只用了一次就不用了,“涂在嘴唇上感觉黏糊糊的,喝水时留下的唇印很明显,完全不像主播演示的那样。”因为价格便宜,李

女士没有选择退款,只是把遭遇发在了朋友圈。

李女士的遭遇不是个例。在黑猫投诉平台,以“化妆品直播间”为关键词搜索,近千条投诉主要集中在虚假发货、货不对板、售卖假货、退货不退款、夸大宣传及客服态度差等方面。此外,部分消费者还反映存在运费险被无故取消、商品保质期遭篡改、商品数量短缺等问题。

在小红书、微博等平台,对“化妆品直播”的投诉帖加起来超过10万条。网友们吐槽的问题集中在宣传效果与实际体验不符,主播在直播间通

过特定灯光、滤镜试用产品,导致消费者对产品功效产生误解。

“这几年,我们团队一直在关注、研究化妆品直播行业,发现一些直播间存在宣传不合规、产品质量不佳等方面的问题。”浙江传媒学院硕士生导师、浙江省互联网传播研究中心秘书长巩述林告诉记者,数据造假、虚假宣传、货不对板等问题,折射出行业规范体系需要进一步细化和完善的客观要求,“行业自律以及相关部门的监管缺一不可。”

## “绿色”先行:倒逼品控全流程,把争眼球变为争质量

这样的乱象,引起了主管部门的重视。2024年7月,浙江省市场监督管理局发布全国首个直播间运营省级地方标准《绿色直播间运营规范》,从“人”“货”“场”三个维度,对直播间的运营进行规范与引导。

今年3月12日,首批化妆品“绿色直播间”培育名单出炉,《浙江省化妆品行业“绿色电商 满意消费”优化消费环境》自律承诺书发布。

“孔凤春KOPHENIX官方旗舰店”是首批入选化妆品“绿色直播间”培育名单的直播间,主播语气平和,没有夸张、煽动性的表述。

“如果你的肌肤不舒服、干燥起皮了,就可以下单3号链接。”在抖音平台的“孔凤春KOPHENIX官方旗舰店”直播间,主播拿出一张

印着检测机构公章的检测报告放大版,检测报告显示了该面霜的主要成分、补水效果等项目。

“一年多前,在化妆品绿色直播间规范酝酿时,我们也开始了对直播间的改造。”孔凤春CEO赵之甲告诉记者,改变来自对“流量”的重新认识,“用户信任才是品牌最长久的流量池。”

从去年开始,孔凤春的直播间制定了成套的规范。比如,每位主播入职前,需要进行培训;依据广告法等法律法规,建起了违禁词库;直播中,通过AI进行监控,对不合规的词语进行拦截;直播结束后,还有一套复盘追责体系,和主播的KPI绑定……

赵之甲告诉记者,孔凤春在各平台的五家直播间,每月销售额近千万元,占各渠道总销售的五分之一,“直播间不是我们销售最重要的渠道,

希望通过‘绿色直播间’共建行业标准,让化妆品的直播从‘眼球之争’转变成质优竞争。”

在快手平台有着3500万粉丝的瑜大公子直播间,同样是首批进入了培育名单。与孔凤春类似,瑜大公子所属的遥望科技公司编制了《直播违禁词手册》《合规要点提示》等合规资料,在旗下各直播间内贴满了合规提示。

“依托于我们的标准化全流程,在选品和售后方面都做到严格且负责。选品过程中,我们首先会对商家的一些资质,包括品牌资质、类目资质、商品资质进行审核。同时,我们有一支近50人的品控团队,具备美妆、食品饮料等多个品类的检测能力,确保只有经过合格检验的商品才能进入直播间。”遥望科技相关负责人说。

## 规范直播:制定直播话术规范,保护消费者权益

“我们做过调研,浙江化妆品企业的销售额,60%以上是通过网络平台实现的。”浙江省健康产业化妆品行业协会会长张艳说,“对化妆品行业来说,直播间的规范很重要。”

浙江全省共有化妆品生产企业656家,位居全国第二;化妆品全产业链产值1225亿元,位居全国第二。另外,全省直播经营主体已突破10万家,直播企业和主播数量同样位居全国前列。两个行业的碰撞,亟需一套规范体系,保护消费者的权益。

“下一步,行业协会将与各大直播平台合作,

制定针对化妆品直播间的话术规范指南。”在张艳看来,“首批化妆品绿色直播间将树立行业标杆,带动、鼓励全行业参与转型。”

如何保障消费者不在直播间“被忽悠”?话术的规范是最直接的。“比如‘美白’这个词,只有产品拥有特殊化妆品注册证才能使用;还有‘一抹就白’的表述也不能用,如果真能实现此效果,极有可能添加了违禁成分。”张艳告诉记者,化妆品绿色直播间的主播,对产品的表述必须基于广告法、消费者权益保护法、化妆品监督管理条例、化妆品网络经营监督管理办法等法

律法规。

怎么保证消费者买到的产品不出问题?“在化妆品的产品质量上,需要监管的是,产品是否从有资质的单位购进。”浙江省药品监督管理局化妆品监督管理处相关负责人说,此外,生产企业上游单位票据是否完善、有无抽检等,也是药监局重点检查的项目。

“直播间进入培育库不是终点,如有违规行为,会被踢出培育库名单。”杭州市市场监督管理局的工作人员告诉记者。

据钱江晚报