

揭秘情感主播敛财术：

演戏炒作 卖惨带货

在抖音、快手等短视频平台，充斥着一群替网友解决情感问题的主播，日常生活中错综复杂的矛盾纠纷，他们都能分分钟搞定，吸引了大量中老年观众。

记者调查发现，这些情感主播往往打着“调解”的幌子，自编自导自演杜撰的虚假故事，实际目的是带货，所销售的商品多为假冒伪劣，存在诈骗嫌疑。

编造故事“卖惨”粉丝量多的超千万少的也有几万

记者以“情感主播”为关键词在多个短视频、直播平台搜索，发现在“正能量”标签下，满屏充斥着匪夷所思的伦理故事，如“前男友掏出肾给女友却选择消失”“丈夫去世6年，打工途中又相逢”等。

一旦关注了一名情感主播，平台就开始不断推送类似的情感主播。在直播间里，主播通常以接受“委托人”请求为名义，进行所谓矛盾调解和纠纷处理。开播后，主播以“大家点赞到10万，我就联系委托人进行调解”为噱头，积累直播间观众、人气，后台据此分配其更多的流量。

从夫妻打架到婆媳争吵，从赡养纠纷到虐待儿童，视频或直播中，主播们“调解矛盾”的戏码不断上演。故事的主人公有的是身患绝症的小男孩，有的是被儿女虐待的母亲，他们纷纷因“凄惨遭遇”向情感主播留言“求助”。

主播们时而神色凝重、时而慷慨激昂。连线后，仅需几个小时，看似无比尖锐的矛盾总会“柳暗花明”得到解决。

记者调查发现，抖音情感主播的粉丝量多的超过千万，少的也有几万，一些百万粉丝的主播直播观看数常常在10万人以上。

不光是直播，一些主播号还以短视频形式播出“连续剧”。一个名为“戴四哥”的抖音号至今已播发200多个短视频，粉丝量540多万，点赞量4600多万，单个视频最高转评赞超过280万。

“卖惨”的内容收获了大量中老年观众的信任。视频中当事人的无奈、恐惧、被骗，一方面满足了他们的猎奇心理，另一方面博得了他们的同情。例如，在剧情是“为母治病”的直播间内，刷满了“这姑娘真善良”“太有孝心了”“帮帮她”“等我儿子回来帮我下单”等弹幕。

资深主播王小燕说，这些情感主播靠团队能力和剧本情节取胜，人设和故事是精心编撰、演绎出来的。

广西南宁市民尹女士的父母60多岁，两人都关注了大量情感

主播，每天花好几个小时看这些短视频或直播。“他们其实是被这些视频的戏剧性冲突所吸引。一些主播情绪激烈、语言煽动性强、喜欢道德批判，特别容易让中老年人上瘾。”尹女士说。

有的一场直播收入数万元销售的常是残次品 三无假货

事实上，情感主播按照剧本演绎出“跌宕起伏”的故事，制造“冲突纠纷”，充当“调解员”，最终是为了“吸粉养号”，粉丝达到一定数量后以便带货。

一位情感主播告诉记者，一个普通的粉丝数一万人的直播间，打赏、带货坑位费、带货利润等日收入在几千元到上万元不等，一个粉丝过百万的直播间，一场直播下来，收入轻松可达5万元以上。

一位贩售电子书的情感主播介绍，其团队在抖音、快手的粉丝总数在300万左右，团队收入主要由两部分组成：一是粉丝打赏，此类打赏主要是在解决情感纠纷过程中吸引粉丝“鼓励、支持”剧情当事人和调解人产生；二是带货收入，由于出售的情感疏导类电子书成本几乎为零，利润极高。其团队月收入可达一二十万元。

为了拉近距离，屏幕前的观众被主播称呼为“家人们”。“家人们，来，想听听她们婆媳关系究竟发生了啥，请点个关注，或者加入粉丝团。”

记者进入名为“甜姐为爱前行”的抖音号时，主播正在直播连线一位“当事人”。当事人含着泪，“真情”讲述被婆婆赶出家门的经历，短短几分钟吸引了600多位粉丝观看。

记者了解到，在主播直播间里，关注主播并不需要支付任何费用，但成为主播的“粉丝”，则需要支付一个价值为0.1元人民币的抖币。“成为粉丝后，在直播间发言，用户名前会标上‘家族标签’，成为主播的‘家人’。”一位情感主播的老年热心观众唐某说。成为“粉丝”“家人”的这部分观众，代表着和主播建立信任、密切的情感联系，愿意为主播花钱。

在情感故事结束后，直播间



新华社发 王鹏作

内往往有多人上线表演“假砍价”，销售的常常是残次品、三无假货。不少主播表演与“厂商”翻脸，让他们让利甚至搭钱，逼迫降价或再生产。例如，他们兜售化妆品、日用品、首饰时“忽悠”：“买东西是为了帮助更多委托人在直播间解决问题”“厂家直销，绝对最低价、正品”“厂家押了20万元质量保证金在我这里，家人们放心”。

据部分抖音用户反映，他们在情感直播间内买到的商品质量差、货不对板、售后服务差。64岁的济南市民刘女士告诉记者，在直播间购买的银饰等商品被鉴定为假货后，她多次联系客服始终没有得到答复，在直播间投诉此事后，被主播骂为“黑粉”，受到人身攻击，被踢出直播间。

近期，某机构一项针对老年人互联网上当受骗经历的调查显示，“虚假广告”是老年人上网时最常见的风险，占比超过了30%。其次是网络诈骗，占比约22%。在不同老年人群体中，农村独居老人上当受骗的比例高达90%。而在最常见的受骗场景中，少不了“直播、短视频”。

情感直播形成完整产业链 平台应加强监管

抖音安全中心3月发布了《“卖惨带货、演戏炒作”违规行为处罚公示》，称平台已对卖惨带货、编造离奇故事、演戏炒作等行为进行违规处罚，部分主播通过调解感情纠纷、编造离奇剧情、利用同情心等套路，最终目的是为了带货。

记者调查发现，从演员到剧本，从“吸粉”到带货，情感直播市场已经形成了较为完整的产业链。一些微信公众号甚至有《麦手

修炼手册》的文章，麦手可单麦或多麦和主播互通，也可以自己找搭档临时搭戏，最受欢迎的剧情包括出轨类、喜欢表哥或表妹、乡村剧情、家庭暴力等。

“主播间广为使用的‘家人’称呼，对观众具有情感吸引力。情感主播大多偏向伦理道德、家庭纠纷、婆媳关系，对缺乏社交的中老年群体吸引力极大，欺骗性较强。”湖南大学工商管理学院教授朱国伟说。

“情感主播通过编造剧情卖惨炒作，带有一定欺骗性质，涉嫌违法。”中国传媒大学人类命运共同体研究院副院长王四新说，有关方面应加大力度整治，净化网络空间。

山东日中律师事务所律师陈冠汶表示，通过你来我往表演“砍价”、先虚高标价再“亏本”降价等套路来诱导消费，是典型的价格欺诈行为。

中国人民大学法学院教授刘俊海认为，平台应加大对商品质量、价格的监督，完善消费者评价机制。

专家建议，相关部门宜完善对平台管理措施，加大处罚力度。如果平台对经营者的资质资格未尽到审核义务，或者对消费者未尽到安全保障义务，造成消费者损害的，需依法承担相应的责任。

王四新认为，社会生活节奏加快，很多中老年人缺乏子女陪伴，情感需求无法得到满足。同时，他们对新技术新手段缺乏充分了解，辨别力差，易被迷惑。全社会要加强对这个群体的提醒和关爱。此外，消费者对于发现的欺诈行为要积极举报，有关部门也要加大对违法行为的处罚力度。

(新华社电)