典型案例1：直播翻车双倍赔偿，“低过老罗”成热词。6月14日，网友@心赠于你丶Albee发布微博称：最近罗永浩的直播又一次翻车了。有客户反馈，他带货的鲜花收到之后并不新鲜，花瓣都枯萎了。对此罗永浩给出补偿措施：所有单子统统免单，并且还双倍赔偿！

　　此前，多位网友称，罗永浩直播间相同产品价格比天猫、京东等电商平台贵出不少，不符合直播间宣传的“全网最低价”。经过比价发现，罗永浩团队在直播中售价2448元的录音笔，其他电商平台只要2398元。一款台灯，罗永浩直播间售价279元，而其他平台上售价为269元。在直播中，老罗刚喊完“上链接”，多个平台立刻给出了“低过老罗”的价格。“低过老罗”一时成为网络热词。

　　作为疫情防控常态化下的首个购物节，“新零售”赋能的“618”被赋予了对冲疫情影响、拉动消费和内需、推动经济增长等重要价值，电商企业的促销活动与全国各地正在开展的促消费活动无缝衔接，线上与线下灵活充分互动，成为政府、电商、制造业、消费者积极参与的一次重振市场的集体行动。

　　来自天猫和京东各自发布的销售数据显示，大促期间两家电商平台累计下单金额分别达到6982亿元和2692亿元，双双创下新纪录。

　　然而，在这场承载了更多期望，也展现出更多希望的的18天“年中大促”活动中，也不乏消费者的“吐槽”。

　　为进一步了解疫情防控常态化背景下消费者“新零售”体验的真切反馈，聚焦“618”消费短板，有效解决消费纠纷，切实发挥社会监督作用，中国消费者协会利用互联网舆情监测系统，对6月1日—6月20日期间相关消费维权情况进行了网络大数据舆情分析。

　　一、消费维权舆情基本情况

　　在6月1日至6月20日共计20天监测期内，共收集“618”相关消费维权类信息6488460条，日均信息量32万余条。监测期间，消费维权信息虽呈现出曲线波动走势，但每日相关舆情数量较为均衡，6月17日最多，为382657条。

　　图1消费维权信息日信息量

　　在信息传播渠道上，“618”期间消费维权类信息传播渠道主要有微博、客户端、微信、网站、论坛、新闻等。其中，微博信息量最高，占比37.84%；其次是客户端，信息量占比26.58%；第三是微信，信息量占比15.01%。

　　图2消费维权信息渠道信息量及占比分布

　　二、“618”消费维权信息问题集中领域及典型案例

　　监测期内，通过舆情监测系统共监测到“吐槽类” 消费维权信息1232056条，占消费维权信息总量的18.99%。（见图3）

　　此类信息体现了消费者对其所接受商品和服务的负面评价，兼具引发消费维权负面舆情的“敏感”属性，本报告将其归纳表述为消费维权负面敏感信息，并着重进行分析。

　　图3  “吐槽类”消费维权信息占比图

　　监测发现，今年“618”促销活动期间消费维权负面信息主要集中在直播带货、价格竞争、短信骚扰、红包活动、假冒伪劣等方面。

　　（一）直播带货最火爆各方关注问题多

　　监测期内，共收集有关“直播带货”类负面信息112384条。每日负面信息量较为平稳，日均在5600条左右，其中6月12日和6月17日相对较高。

　　从本次监测的舆情反馈来看，直播带货的“槽点”主要集中在五个方面：直播带货商家未能充分履行证照信息公示义务；部分主播特别是“明星主播”在直播带货过程中涉嫌存在宣传产品功效或使用极限词等违规宣传问题；产品质量货不对板，平台主播向网民兜售“三无”产品、假冒伪劣商品等；直播刷粉丝数据、销售量刷单造假“杀雏”；售后服务难保障等。

　　与部分消费者情绪化的集中“吐槽”“爆料”同步，相关政府部门、媒体对“直播带货”的持续与深度关注成为本次舆情监测的理性亮点。如近期国家网信办等8部门启动为期半年的网络直播行业专项整治和规范管理行动、北京消协开展直播带货调查、人民日报评直播带货等，成为网友踊跃围观、进而深入诘问的热点。

　　图4  直播带货负面信息日趋势图

　　典型案例1：直播翻车双倍赔偿，“低过老罗”成热词。6月14日，网友@心赠于你丶Albee发布微博称：最近罗永浩的直播又一次翻车了。有客户反馈，他带货的鲜花收到之后并不新鲜，花瓣都枯萎了。对此罗永浩给出补偿措施：所有单子统统免单，并且还双倍赔偿！

　　此前，多位网友称，罗永浩直播间相同产品价格比天猫、京东等电商平台贵出不少，不符合直播间宣传的“全网最低价”。经过比价发现，罗永浩团队在直播中售价2448元的录音笔，其他电商平台只要2398元。一款台灯，罗永浩直播间售价279元，而其他平台上售价为269元。在直播中，老罗刚喊完“上链接”，多个平台立刻给出了“低过老罗”的价格。“低过老罗”一时成为网络热词。

　　典型案例2：国美直播带货不发货。6月17日，网友@拉灯天就黑反映说，自己于2020年5月1日在4位带货主播宣传下，在某平台 “国美电器官方旗舰店”购买了一台1999元的格力空调，当时标注是5月28日发货。等到5月28日，商家改到5月30日前发货，但两天后仍旧没有发货。追问客服，客服只是用[机器人](https://finance.sina.com.cn/realstock/company/sz300024/nc.shtml)(13.430, -0.35, -2.54%)回复“请耐心等待”。到6月16日晚上，“国美电器官方旗舰店”直接给退款了！@拉灯天就黑称：要求国美立即发货，赔礼道歉！