

「美誠月餅」事件，折射中國直播帶貨經濟困境與爭議 | Whatsnew

在各地政府看來，直播帶貨可以穩就業和增加稅收；要監管直播帶貨，會牽動複雜的利益關係。



美誠月餅的宣傳照。圖：網路圖片

離開真相，談何看見彼此和追求正義？我們的日報、速遞Whatsnew、端聞Podcast能夠保持免費，離不開每一位會員的支持。[暢讀會員首月5折](#)，[尊享會員全年85折](#)，幫助我們做出更好的即時報導和深度內容。

中秋節期間引起中國大陸和香港關注的「美誠月餅」事件，在近日暫告段落。但相關事件繼續引發人們對直播帶貨經濟模式的關注和討論。

9月26日，安徽省合肥市的「聯合調查組」宣布對合肥「三隻羊網絡科技有限公司」直播帶貨中問題的[調查結果](#)。其表示擬決定對「三隻羊公司」「沒收違法所得、罰款共計6894.91萬元」（人民幣，下同），並責令其暫停經營，限期整改。

「三隻羊公司」是網紅「瘋狂小楊哥」所參與經營的網紅電商公司。2024年中秋節前，「瘋狂小楊哥」在直播平台攜同香港藝人曾志偉等人推廣一款號稱是香港知名品牌，但實際為中國大陸生產、香港並無銷售的「美誠月餅」。直播中，眾人稱這款月餅「是香港高端品牌，裏面是黑松露，還是米其林大師調製的。」



香港藝人曾志偉為「美誠月餅」品牌直播帶貨。圖：網上圖片

「美誠事件」很快發酵並引發了網上關注。有香港傳媒調查發現，「美誠」在香港的註冊地址有[超過40間公司共用](#)，其廠房則在[廣州和佛山](#)。輿論隨即質疑這是一款「山寨」月餅，並引發政府部門介入調查。

在26日公布的調查結果中，合肥市政府的調查組表示：「三隻羊公司受廣州市美誠食品有限公司委託，直播推介『香港美誠月餅』時稱『香港美誠是一家專門做高端月餅的大品牌，已經做了將近20年』，強調『美誠的、香港的、高端的月餅』等賣點，構成虛假、引人誤解的商業宣傳行為。」

不過，在宣布結果後，中國大陸互聯網上的輿論並不買帳，許多網民表示，相比「三隻羊」的年營收，6000萬人民幣並不是一個大數目。「再開一次直播就賺回來了」「又是自己罰酒三杯」。

這一說法並不是沒有根據。2023年的[新聞報導](#)曾經指出，「三隻羊公司」在2022年的直播帶貨產值就超過100億元，「經營服務收入8.6億元，納稅2.5億元」。當時預計「2023年直播帶貨產值將超過300億元，經營服務收入可達15億元，納稅預計超過4.5億元」。



[2017年，中國網絡直播產業由興旺到衰落？](#)

[延伸閱讀](#)

中國近年興起直播帶貨經濟，魚龍混雜的商品質素留下一連串爭議和商業、經濟難題。「美誠事件」和涉及事件的「三隻羊公司」成為又一案例。

中國的「直播帶貨」經濟模式是近年來全新的業態。一般認為，這一產業在2016年之後隨著快手、抖音和各種短視頻平台走紅。但其真正的大規模發展是在2019年之後。[數據顯示](#)，中國大陸直播電商的交易規模已經從2017年的196.4億元，暴漲到2023年的49168億元。直播電商滲透率（直播電商規模/網絡零售規模）在2023年達到了31.9%。

其中，「瘋狂小楊哥」和「瘋狂大楊哥」一起經營的「三隻羊公司」，是不超過十家的直播電商「頭部」公司之一。[據報導](#)，「小楊哥」本名張慶楊，1995年出生於安徽六安的一個農民家庭，「大楊哥」是他的雙胞胎哥哥。2015年開始，他們在網上創作「機械舞」短視頻，成為網絡紅人。2021年，他們成立

「合肥三隻羊網絡科技公司」，其後業績一路飆升。

有分析指出，「三隻羊」為代表的直播電商的崛起，和各地政府在財政收入來源不佳的情況下大力扶植產業有密切關係。中國國務院所屬的《經濟日報》在2024年初曾[刊文讚揚](#)「直播經濟」的好處，其中提到「直播帶貨是門檻最低的創業就業方式，極大地滿足了地方穩就業的需求。對經濟不太發達的地區來說，政府尤其看重直播帶貨在扶貧助農等方面的效果。」



2024年9月25日，中國南寧，有商戶在博覽會上直播帶貨。攝：Costfoto/NurPhoto via Getty Images

該報導還指，各地政府都在出台鼓勵直播平台的政策，如2023年3月，北京市商務局就提出鼓勵直播平台和「特色直播電商基地」等在北京舉辦網絡促銷直播帶貨等活動，「最高可補貼100萬元至150萬元」。

就在2024年九月初，上海市政府也宣布要通過「[三年行動計劃](#)」來「打造直播經濟高地」，目標是通過直播平台把「上海貨」賣到全國各地，為上海增加更大的經濟收入。

而「三隻羊」則是合肥當地政府大力支持的企業。2023年8月，當「三隻羊」的一處數據中心落戶合肥市瑤海區時，[當地政府提到](#)：「合肥三隻羊網絡科技有限公司，是國內領先的創作者服務平台，國內頭部互聯網平台內容提供商……三隻羊東部基地項目對瑤海區打造商品交易市場轉型升級典範，現代供應鏈管理的先鋒基地具有重要意義，將全力服務保障」。

但隨著直播電商發展，圍繞著直播經濟的質疑和爭議也接踵而來。

中國互聯網上有不少輿論認為，直播經濟或已影響傳統的線下商業，導致商業生態被扭曲。短視頻平台「快手」上的「辛巴」，和「三隻羊」同樣作為頭部電商公司，其「辛選集團」在2022年的帶貨總成交額就已經達到中國超市業的前十。不少人因此擔憂傳統的實體商業，甚至傳統電商，都會被直播經濟所沖垮。而直播電商之間的低價格戰，和頭部主播對商家收取的高佣金，這類商業模式都[陸續遭到了質疑](#)。

也有評論認為，直播經濟和主播高度相關，形成了非常大的收入落差。如2021年淘寶「雙十一」促銷時，就有[媒體統計指出](#)，「頭部」的兩名網紅主播李佳琦和薇婭的首日預售額就達到115億和85億，第三第四名的銷售額則分別只有前兩名的約七十分之一到十分之一。頭部主播盆滿鉢滿，不僅困擾腰部和普通主播，也困擾平台，甚至網上出現了對主播們「挾流量以號平台」的嘲諷。



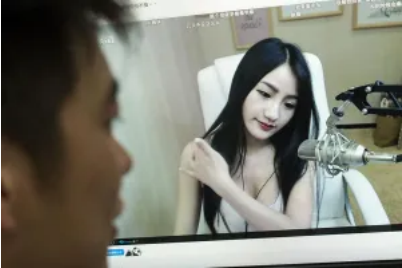
[中國大綱調整宏觀經濟政策，提「正視困難」並加大刺激力度 | Whatsnew](#)

[延伸閱讀](#)

直播經濟模式也衝擊了傳統的企業經營模式。2021年「雙減」打擊教育補課產業後，補習巨頭新東方轉型直播電商，意外捧紅了主播董宇輝。而很快，作為頭部網紅的董宇輝就和公司產生了矛盾，引發了網上的大量討論。這些事件或許也體現出直播電商走紅下，傳統公司模式也在直播網紅面前的話語權不斷下降。

更為民間關心的，則是直播經濟下的大量假貨和虛假宣傳問題。此前，「三隻羊」就曾因為涉嫌售賣用劣質肉製作的[梅菜扣肉](#)而捲入爭議。

實際上，這類問題也是直播電商的商業邏輯使然。成都傳媒集團旗下「紅星新聞」的[一篇報導](#)就指出，在經濟總體不夠景氣的情況下，直播電商傾向於推出「白牌類爆品」，即一些公司生產不貼牌的基礎款商品，直播電商業者將其貼牌發售，這類商品價格不高，但利潤空間大，購買量也大。而實際上「美誠月餅」就是一款類似「白牌」的商品。



[當我們談論直播時，我們在談論什麼？](#)

[延伸閱讀](#)

在各種詬病之外，2024年的商業報導也多次指出，電商和短視頻平台如淘寶和快手，也正在試圖壓制頭部網紅，實現直播業態的「[去頭部化](#)」，以圖擺脫高度依賴網紅，存在穩定性差，不可複製等特點，從而很難形成持久的產業生態。但[亦有分析指出](#)，「依賴頭部」已經是多年來的電商現象，並非一時可以推動。

「美誠事件」出現後，地方政府和直播電商產業的關係，也引起了輿論關注。這一行業未來還會出現什麼問題和爭議，是否會得到合適的監管，或許都牽動著複雜的政治和商業模式。

本刊載內容版權為端傳媒或相關單位所有，未經[端傳媒編輯部](#)授權，請勿轉載或複製，否則即為侵權。