



《中国商报·法治周刊》
官方微信平台

扫一扫 更精彩

中国商报

法治周刊

2020年11月26日 星期四 总第7334期 邮发代号1-18



《中国商报·法治周刊》
官方头条号



扫一扫 更精彩

直播电商爆发式增长 消费者投诉如影随形

推动行业健康发展 直播营销将迎强监管

本报记者 李海洋

11月13日，国家互联网信息办公室会同有关部门起草的《互联网直播营销信息内容服务管理规定（征求意见稿）》对外发布，并向社会公开征求意见。

《中国商报·法治周刊》记者注意到，随着直播带货行业的飞速发展，相关监管陆续进场。据不完全统计，今年以来已有多份监管文件出台。专家表示，一直因无序发展而被诟病的直播带货行业将迎来强监管时代。

直播带货成投诉重灾区

在今年“双11”购物节中，直播成为了各大平台的销售亮点。根据星图数据，仅预售期间，全网直播带货销售额就达到243亿元，占全网销售额的12%。

今年以来，直播带货得到了飞速发展。相关数据显示，今年上半年全国直播电商超1000万场，平均日观看人数超2.6亿。但是，在直播带货发展的同时，虚假营销、数据造假等问题也频频出现。

近日，某商户在网上发帖称，参加某艺人专场直播，开播费10万元，当天成交1323台，退货1012台，投资回报率仅为0.3。某脱口秀艺人被邀请参与直播活动，数据显示有311万人围观和互动，但实际上只有11万的真实观众。

中国消费者协会本月发布的一份报告指出，直播带货市场存在虚假宣传、退换货难、销售违禁产品、利用“专拍链接”误导消费者、诱导场外交易、滥用极限词、直播内容违法等侵害消费者权益的行为。

中国消费者协会工作人员近日在调查时发现，浙江一公司在某直播平台人气直播间销售其生产的瑶浴产品，宣称可以“祛湿驱寒、疏通经络、护肝养肾”，但该产品实际上并不具备上述功效，公司也无法提供有关证明。

“商家在直播平台利用消费者对健康的需求心理，夸大宣传产品疗效的情况并不鲜见。我们发现，消费者对直播购物中宣传环节满意度最低，虚假宣传问题高发。”中国消费者协会投诉部主任陈剑说。

不仅存在虚假宣传，直播带货市场背后还暗藏“黑产”链条：点赞、评论、弹幕、转发，这些流量数据都可以花钱“刷”出来，甚至还可以花钱买观看量、修改销量数据。专家表示，粉丝造假、成交量造假，会造成

退货率畸高、消费者权益受损等问题。从长远来讲，也会给平台、主播，甚至整个直播行业带来不良影响。

中国消费者协会消费指导部主任任静指出，如果主播没有对商品性状、质量、参数进行准确描述，仅以秒杀链接甚至只是价格链接等不能说明商品特性的链接在直播间进行售卖。在这种情况下，即使消费者买到的商品与主播介绍的一致，该链接仍属于违规。“消费者使用违规链接，将无法通过购买记录证明所购产品的指向，若主播删除直播回放或不保留回放，消费者在维权时将难以拿出证据证明交易内容。”

值得一提的是，还有一些直播直接或间接引导消费者转入直播电商平台以外的社交软件平台进行交易。场外交易会让消费者在维权时面临举证责任、主体认证和责任分担等方面的问题。

业内专家表示，网络直播营销存在虚假宣传、交易数据弄虚作假等一系列问题，究其原因，既有平台经济特质、行业发展规划和平台治理滞后等行业内在因素的影响，也有监管体系不完善、监管力量不足等外部建构缺失的影响。

相关监管陆续进场

《中国商报·法治周刊》记者注意到，近期以来，多份直播营销监管文件接连出台。从地区行业规范标准、全国性社团标准，到国家层面的监管意见和专项行动，都已将直播带货监管提到核心位置。

北京市市场监管局近日联合北京市公安局等16部门在全市开展2020网络市场监管专项行动，剑指直播营销、二手物品交易等领域。据悉，专项行动将严厉打击网络直播营销过程中的各类违法行为，同时引导直播行业龙头企业制定完善行业自律公约。

浙江省网商协会也在近日制定出台了全国首个直播电商行业规范标准《直播电子商务管理规范》，从直播电商生态圈和产业链的视角出发，对直播电商的不同参与角色如直播平台、入驻电商、主播等提出要求。

今年6月，中国广告协会发布《网络直播营销行为规范》，这是国内首份直播营销行为规范性文件，对直播电商中的各类角色、行为都作了全面的定义和规范。该规范自7月1日开始正式实施。但专家表示，在法规层级上该规范仅属于行业规范，效力有限。



11月23日，在江苏省徐州市睢宁县姚集镇村雨蜜蜂养殖专业合作社的蜂蜜包装间，被称为“甜蜜大姐”的姚秀凤在网上直播销售椴树雪蜜。
CNSPHOTO 提供

在国家层面，前不久，国家市场监督管理总局先是出台《规范促销行为暂行规定》，明确要求经营者开展价格促销活动有附加条件的，应当显著标明条件；开展限时减价、折价等价格促销活动的，应当显著标明期限；折价、减价应当标明或者通过其他方便消费者认知的方式表明折价、减价的基准。该暂行规定自12月1日起施行。

紧接着，11月6日，国家市场监督管理总局又发布了《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》（以下简称指导意见），对网络直播营销活动中的三大主体即网络平台、商品经营者、网络直播者的责任进行梳理，分层次进行责任划分。同时，严格规范网络直播营销行为，并要求依法查处网络直播营销违法行为。

就在指导意见发布后不久，国家市场监督管理总局公开征求意见的《网络交易监督管理办法（征求意见稿）》（以下简称网管办法），也拟将直播带货等网络交易新业态纳入监管范围，并要求网络直播带货需提供回看功能。有了回看功能，消费者在维权时，就可以拿出相关证据，以便更好地维护自身的权益。

11月13日，国家互联网信息办公室会同有关部门起草的《互联网直播营销信息内容服务管理规定（征求意见稿）》（以下简称网信办征求意见稿）对外发布，并公开向社会征求意见。《中国商报·法治周刊》记者梳理发现，网信办征求意见稿对直播营销平台、直播间运营者和直播营销人员以及服务机构，都作出了明确的管理规定。

强监管与包容审慎

直播营销是网络直播者与商品经营者签订服务协议，通过网络平台采取直播的形式对商品进行宣传推广，尤其借助直播者个人影响力和营销能力、商品特色和优惠活动等吸引消费者作出购物决策的运营模式。

专家表示，网络平台是直播交易的载体，消费者和直播者是交易主体或“运动员”，平台上的诸多商品是被交易的客体，市场监管部门等主管部门则是“裁判员”，平台经济的多重特质增加了监管难度。网络直播平台具有不同于传统平台的“双边市场”特性。在此情境下，必须考虑平台广告市场、通信服务市场与安全软件市场“三个市场”的供求博弈及市场竞争情形。

令人欣喜的是，陆续出台的相关监管规定和条例体现了对新业态监管的包容审慎态度。以国家市场监督管理总局发布的《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》为例，指导意见的标题和内容都体现了对新业态监管的包容审慎态度。

业内专家表示，从标题看，指导意见使用的是“网络直播营销活动”而非“网络直播广告活动”，用更为一般性的“营销”取代“广告”，从概念上避免了电商直播活动完全落入广告法的涵摄范围。从内容看，指导意见多个条款强调，构成商业广告的，应按照广告法履行相应义务和责任。其潜台词是有大量的直播内容不构成商业广告，不应受到广告法的规制。

广东财经大学智慧法治研究中心执行主任姚志伟表示，指导意见对于网络平台运营者的法律性质及相应义务和责任的认定，还体现了原则性和灵活性的结合。

在网络活动的监管中，网络平台处于枢纽地位。我国的互联网治理已形成“监管平台，平台管用

相关链接

严查八种违法行为

11月6日，国家市场监督管理总局发布的《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》，要求依法查处以下8种网络直播营销违法行为。

依法查处电子商务违法行为。针对网络直播营销中平台责任落实不到位等问题，依据电子商务法，重点查处擅自删除消费者评价、对平台内经营者侵害消费者合法权益行为未采取必要措施、未尽到资质资格审核义务、对消费者未尽到安全保障义务等违法行为。

依法查处侵犯消费者权益违法行为。针对网络直播营销中售后服务保障不力等问题，依据消费者权益保护法，重点查处对消费者依法提出的修理、重作、更换、退货、补足商品数量、退还货款和服务费用或者赔偿损失的要求，故意拖延或者无理拒绝等违法行为。

依法查处不正当竞争违法行为。针对网络直播营销中虚构交易或评价、网络直播者欺骗和误导消费者等不正当竞争问题，依据反不正当竞争法，重点查处实施虚假或者引人误解的商业宣传、帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传、仿冒混淆、商业诋毁和违法有奖销售等违法行为。

依法查处产品质量违法行为。针对网络直播营销中售卖假冒伪劣产品等问题，依据产品质量法，重点查处在产品中掺杂掺假、以假充真、以次充好、以不合格产品冒充合格产品、伪造产品的产地和伪造或冒用他人厂名厂址等违法行为。

依法查处侵犯知识产权违法行为。针对网络直播营销中售卖侵犯知识产权产品等问题，依据商标法、专利法，重点查处侵犯注册商标专用权、假冒专利等违法行为。

依法查处食品安全违法行为。针对网络直播营销中的食品安全问题，依据食品安全法，重点查处未经许可销售食品、销售不符合食品安全标准的食品、销售标注虚假生产日期或超过保质期的食品等违法行为。

依法查处广告违法行为。针对网络直播营销中发布虚假违法广告问题，依据广告法，重点查处发布虚假广告、发布违背社会良好风尚的违法广告和违规广告代言等违法行为。

依法查处价格违法行为。针对网络直播营销中价格违法问题，依据价格法，重点查处哄抬价格、利用虚假的价格或者使人误解的价格手段诱骗消费者进行交易等违法行为。



监管原则性与灵活性

●网络平台运营者符合电子商务法第九条对于电子商务平台经营者规定的情形，应按电子商务法承担相应的义务和责任。
●根据网络平台运营者参与运营、分佣、对用户控制力等情形的不同，决定其是否适用以及如何适用电子商务法关于电子商务平台经营者的相关义务和责任。



11月20日，在浙江省瑞安市瑞祥广场，平安创建“双月攻坚”治安大巡防行动正式启动。该市公安民警、乡镇干部、群防群治力量及志愿者代表全面开展全城大巡防，确保警力在岗在路在面，提高街面见警率，增强群众安全感。据悉，大巡防行动将持续至今年12月底。
CNSPHOTO 提供