

网络直播销售假冒产品的行政法规制

王方肖 李倩楠

(沈阳师范大学 法学院 辽宁 沈阳 110003; 法库县人民检察院 辽宁 法库 110499)

摘要: 实现网络直播空间法治化的实质是营造有序竞争的市场环境。作为一种新兴电子交易形式,实时网络直播近年来已经暴露出造假售假、产品质量侵权等问题,亟需引起重视和警觉。这些假冒伪劣事件反映出的问题应聚焦于对网络直播环境的全面整治。行政法的功能之一就是组织和管理社会事务。本文简要梳理了行政法对网络直播销售假冒产品的规制困境,并就具体应对措施提出了参考性建议。

关键词: 网络直播; 营销活动; 假冒伪劣产品; 行政规制

Administrative Law Regulation on Online Live Broadcasting Sales of Counterfeit Products

Wang Fangxiao, Li Qiannan

(Law School of Shenyang Normal University; Shenyang, Liaoning; 110003; Faku County People's Procuratorate; Faku, Liaoning; 110499)

Abstract: The essence of realizing the legalization of webcast space is to create an orderly competitive market environment. As a new form of electronic transaction, real-time webcast has exposed such problems as counterfeiting, product quality infringement, etc. in recent years, which needs to be paid attention to and alerted to. The problems reflected by these fake and shoddy events should focus on the comprehensive improvement of the live network environment. One of the functions of administrative law is to organize and manage social affairs. This paper briefly combs the regulatory dilemma of the administrative law on the sale of counterfeit products on the live network, and puts forward some suggestions on specific countermeasures.

Keywords: webcast; Marketing activities; Counterfeit and shoddy products; Administrative regulation

一、问题的提出

作为一种新兴的购物模式,网络在线直播拥有着巨大的发展前景,因实时互动性强、营销成本低、限时优惠力度大等优势,购买效率远高于传统电商带货模式,也为物流行业带来了前所未有的发展机遇。从网络直播进入人们视线开始,受众不再局限于年轻群体,也延伸到了其他年龄阶段。然而网络直播行业拓宽社会整体受众范畴的同时,也产生了一些负面的影响。直播带货内容与形式的五花八门,用户容易基于低价格与高折扣的诱惑购买直播产品,忽略了买卖存在的风险。直播电商以假乱真、私下交易等现象时有发生,加之电商将产品销量放在首位,不重视产品质量与用户体验,导致消费者售后维权难,不得不为自己的冲动消费买单。

对网络直播环境从行政法角度进行监管是我国对消费者权益进行保护的必由之路,在实践中保护消费者权益方面获得了预期的成效。网络直播环境的行政法规制,是指行政机关为了处理网络直播纠纷,行使法定职权对网络直播行为进行行政立法、组织和管理,是对网络直播违法行为发生前、发生时和发生后进行全面的法律规制。

由于我国目前还没有形成成熟的网络直播行业执法监管体系,市场监管部门在治理过程中存在监管力度薄弱等缺陷,就现阶段网络直播环境中的乱象整改效果差强人意。因此,我国未来需以消费者权益行政保护角度出发,进一步健全网络直播环境的行政法监管途径。此外在行政法规制问题上,需要从立法依据方面以及行政主体的行政行为方面对网络直播行为进行限制。这样有助于从行政法层面对网络直播销售假冒商品的规制方式进行全面的理解,才可提出应对措施,完善网络直播售假的行政监管制度,确保网络直播行业违法违规问题得到稳妥的处理。

二、网络直播销售假冒产品的规制困境

(一) 网络直播售假行政法律规范缺位

现阶段我国已经形成了从法律到行政法规、规章到规范性文件等具有一定层次逻辑的网络直播售假行政法律规范体系,但该体系目前仍存在缺陷。

其一,行政法律规范性文件对网络直播售假的规定多体现出质量低、内容繁杂和操作难度大的特点,并未形成专门的、富有逻辑的行政法规规范体系。随着网络直播行业的兴起,行政机关对网络直播违法行为的规制甚至无法律依据。《电子商务法》、《消费者权益保护法》中也未设有直接针对网络直播侵权行为的条文,因此不能为在网络直播中受到侵犯的个人利益保护提供充足的法律依据。在法律难以产生作用的情况下,行政法规制显得尤为必要。在监管网络直播销售假冒产品行为的行政机关中,国务院的地位最高。但是网络直播作为一种虚拟性与现实性相结合的行为,需要受到多方主体的限制,例如国家广播电视总局、文化和旅游部、网监部门、地方政府等。但这些主管部门大多针对网络直播中的某一方面进行管理,并未触及问题的本质。例如市场监管总局发布的《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》中,监管网络直播营销活动的重点在于查处网络主播在直播过程中销售假冒产品的违法行为。该指导意见仅强调对消费者接受网络直播销售商品或服务时的知情权和选择权的保障,并未对消费者在购买假冒产品后的维权救济放在首位。

其二,立法系统性的欠缺限制了网络直播营销行为。各部门自立法制,无法从全局的角度进行考虑,执行难度大。我国对网络直播营销行为的制约主要包括行政法规、部门规章、行政规范性文件等三种主要形式。市场监督管理总局、广播电视总局等部门与国家互联网信息办公室都可以基于本部门的职责,监管网络直播销售行为。正是由于存在多部门立法,对网络市场的管理尺度不一,缺

乏统筹与协调,容易对实现网络直播营销规制目的造成不利影响。

(二) 网络直播售假执法难度大

在网络直播营销规制方面,我国行政机关在日常执法的过程中面临的第一个问题就是法律责任承担主体的辨识问题。目前法律对网络直播销售假冒伪劣产品的行为主体也即法律责任主体的确定并未明晰,对责任主体适用哪些法律进行规制也无从得知。

网络直播营销中最常见的方式就是销售商以委托的方式,委托网络主播将自己的商品在网络直播平台上进行宣传、售卖。但此种销售模式存在着争议,即网络主播的法律性质。网络直播销售主体的属性难以确定,导致是适用《电子商务法》还是《广告法》作为规制销售主体的行为处于不明状态。因此,实践中适用不同的法律依据,处理方式存在着差异,致使网络主播承担不等的责任。

但另一方面,政府规制本身也有不足的地方。由于政府的官僚化运行体制导致的决策滞后与僵化,使行政立法始终不能满足网络经济发展的弹性需求。政府同时作为管理社会事务的行政机关,对互联网行业缺乏专业的了解,尤其针对数据可视化要求较高的网络直播营销行为性质仍不能进行精准的掌握。行政执法无法满足监管需求的同时,并没有形成相应的行业协会监管方式或者其他市场自律途径,导致行政监控手段缺乏操作性且总是滞后于网络市场创新。

(三) 主播设定诱发非理性消费

近日,上海发生的一起制造和销售迪士尼玩偶事件引发社会热烈讨论,某网络主播在直播间以42元的价格售卖假冒知名品牌玩偶,涉案金额巨大。据悉该网络主播系长期“霸榜”的带货大V,以“秒杀价”、限时折扣的方式诱导消费者作出盲目的消费行为。由此可见,网络主播在直播间销售的过程中扮演着举足轻重的角色,甚至有时还会对消费者的购买行为起到主导作用。多数粉丝处于对网络主播的喜欢与崇拜,或者被网络主播所烘托的商品价格低廉、数量有限或者“秒杀”等氛围,进行冲动和盲目消费。

三、完善网络直播平台行政法规范的措施

(一) 填补网络直播行政法律规范空缺

鉴于近年来网络直播行业频发事故,违法乱纪行为不能从根本上被有效规制,原因还是我国尚未形成操作性强、富有逻辑的行政法规范体系。相关主管部门应该尝试从网络直播的营销信息服务管理、营销活动监管、购物运营和服务等方面制定全面的管理规定。摸清网络直播假冒产品的来龙去脉后,将消费者权益保护问题置于首位。与此同时,政府规制网络直播平台时,不能仅局限于规范性文件的方式,应该大胆创新,制定质量较高的、在全国普遍适用的行政法规。

在提高立法系统性的同时,也要统筹与协调各主管部门的力量,统一对网络市场的管理尺度,进而从全局角度对销售假冒产品案件进行考虑。网络直播销售假冒产品行为属于一种竞合行为,触犯了市场监管部门、互联网信息办公室等部门的职责。通过行政法规范的立法方式对各部门的行政管理职责进行合理地配置,才能有效解决假冒产品案件,实现对消费者的合法权利的充分维护。

(二) 明确责任主体

由于网络主播在直播营销活动中可能会作出违法行为,将网络主播定性成网络广告法律关系的主体一方较为适宜。网络主播在网络营销活动中起着重要甚至关键的作用,对其所作行为的真实可靠程度具有不可推卸的责任。假如消费者因为网络主播的夸张说法或者宣传假冒产品的行为受到了侵犯,受害消费者有权向进行虚假宣传的网络营销主播主张损害赔偿。但是网络直播营销涉及的责

任主体不应仅仅局限于网络直播,销售假冒产品行为背后的产业链条有如生产者、销售者、网络平台甚至包括消费者都应该成为被问责主体。与此同时,设立专门的行政网络机构,用以解决网络直播购销纠纷,能降低政府规制成本,也能提高纠纷解决效率,尽快恢复互联网秩序。提高行政执法效率的同时也可以培育一支专业的行政执法队伍,完善行政管理部门对网络直播营销活动的专业能力和职业素养。

(三) 强化私益保护

鉴于网络直播营销活动的虚拟性,确有必要对销售假冒产品、扰乱网络营销环境的网络主播进行实质性的惩罚,可以建立网络主播“黑名单”制度,将在直播间进行虚假宣传、销售假冒伪劣产品的网络主播,拉入黑名单,禁止其今后再次从事任何网络经营销售活动。当然,消费者冲动盲目消费之后,强化经营者对假冒产品的售后服务是保护私益最合适不过的手段。此时消费者可以依据《产品质量法》、《部分商品修理更换责任规定》等的规定,依法主张其合法权益。但网络主播进行营销假冒伪劣产品的受害人属于一种群体,侵害的是不特定的大部分人的利益,应当成为公益诉讼的受案范围。因此,建议将网络直播营销假冒伪劣产品行为纳入公益诉讼的受案范围。

四、结语

以网络直播的方式进行营销被越来越多的受众所接受的同时,新的问题随之不断出现,倘若不对之加以彻底解决,这种营销方式很可能会被违法分子利用。因此,有必要针对网络直播带货中典型的、多发的问题,即对销售假冒伪劣产品的案件进行深入探究,从而使我国对网络消费者权益的行政法保护得到进一步的完善。在该前提下,政府要加强行政法律规范建设,使直播售假所产生的纠纷解决具有可靠充分的法律法规依据。同时不能忽略消费者协会、广告协会、商业联合会等等有关主体在加强网络市场引导与管理方面发挥的补充性作用。本文中虽未对此进行展开阐述,但是网络直播营销活动问题的解决还是离不开社会各方面、各群体的共同努力,才能使网络直播有序竞争、良性发展。

参考文献

- [1] 史东明. 法治化营商环境视域下“直播带货”的经济法规制[J]. 辽宁公安司法管理干部学院学报, 2022(02):18-23.
- [2] 王芳. 论网络直播平台下直播带货的法律规制[J]. 河北企业, 2022(06):158-160.
- [3] 李洪雷. 论互联网的规制体制——在政府规制与自我规制之间[J]. 网络信息法学研究, 2017(01):31-51+385-386.
- [4] 陈冉. 失范与规训:网络直播乱象的法律规制[J]. 黑龙江人力资源和社会保障, 2022(14):81-83.
- [5] 吕光伟. 网络直播带货存在的问题及对策研究[J]. 法制博览, 2022(15):144-146.
- [6] 张倩. 网络著作权行政保护困境及对策建议[J]. 区域治理, 2019(45):150-152.
- [7] 吉笑雨. 网络直播带货的法律规制研究[J]. 现代商业, 2021(29):70-72.

作者简介:王方肖(1998.07-),女,汉族,河南滑县人,法学硕士,沈阳师范大学法学院全日制研究生,研究方向:宪法学与行政法学。

李倩楠(1992.12-),女,汉族,辽宁沈阳人,法学硕士研究生,法库县人民检察院第二检察部科员,一级科员,研究方向:行政法、刑事检察实务。