

直播带货中法律管制的相关建议

何紫月 李晓雷 李印幸 李欣玥 曹子诺

河北金融学院 河北省保定市 071051

摘要: 在电商平台发展蓬勃的现在,我们可以注意到相关的法律问题依旧存在,本文通过多实例探讨,发现如虚假宣传,商标侵权,商业诋毁等不正当竞争以及侵犯消费者权益的情况愈发严重。通过研究这些法律问题背后所存在的原因,针对消费者权益,法律监管,平台监管等三部分提出相关优化方式。

关键词: 直播带货;法律规制;乡村振兴

1. 引言

当今电商平台发展情况持续强劲,市场规模庞大且保持增长态势。传统电商平台稳定运营同时,新兴平台也通过短视频、直播等方式迅速崛起。新电商模式如直播电商、社交电商等不断涌现,满足了消费者多元化需求。

随着互联网技术的不断进步和全球数字化趋势的加速,电商平台行业在全球范围内迅速崛起,市场规模持续扩大。电商平台行业的竞争格局激烈,传统电商平台如天猫、京东等依然占据市场主导地位,凭借其庞大的用户基础和完善的生态系统,不断巩固和扩大市场份额。市场竞争日益激烈,由此不少厂商和电商平台出现投机取巧的状况,偷税漏税、虚假宣传与不正当竞争、假冒伪劣商品泛滥、消费者权益保护不足、平台责任界定不清等现象在市场竞争中此起彼伏。这些问题不仅关乎电商平台的健康运营,更直接影响到消费者权益的保护和电商市场秩序的稳定。

针对电商运营中的种种乱象,我国出台了一系列的法律法规。2018年8月31日通过了《中华人民共和国电子商务法》,该法律于2019年1月1日起施行。这也是我国电商领域的第一部综合法律,它不仅从电子商务经营者、合同的订立与履行方面进行了规定,还从电子商务争议解决、电子商务促进等方面进行了较为全面的规范。《中华人民共和国反不正当竞争法》在电商领域同样具有广泛的适用性,它规定了不正当竞争行为的种类和法律责任,为打击电商领域的不正当竞争行为提供了法律依据。国家市场监督管理总局于2024年9月1日起正式实施的《网络反不正当竞争暂行规定》,也针对网络环境下的不正当竞争行为进行了分类提炼梳理,明确了认定标准,并加大了对刷单炒信、好评返现

等热点问题的规制力度。

除此之外,各专业人士也对电商运营中存在的问题发表了一系列见解及建议,例如陈瑛瑛在《网络主播的税收征管问题研究》中指出网络直播带货的兴起引发新问题且对传统的税务监管方式增加了新困难、提出了新挑战,她提出要实现网络主播的税收监管应该从根源上控制主播偷税漏税的问题。王文华也在《网红“直播带货”的法律规制探析》中指出网络直播带货行业中存在的种种问题及原因,从原因入手对各个监管主体提出相应的建议。

本文将针对直播带货等电商平台发展中的典型案例及其法律问题和原因进行了深度解析,并提出一系列建议,以期实现电商平台的持续绿色健康发展。

2. 网络直播带货中典型案例及其法律问题

网络直播带货作为新兴的电商形态,是推动消费者扩容的重要力量,在带来巨大商业机遇的同时,也不乏引发了一系列法律问题。

2.1 不正当竞争

2.1.1 虚假宣传

虚假宣传是网络直播带货中最常见的不正当竞争行为。具体表现为主播或商家在直播过程中夸大产品的功效、质量或销量,甚至编造虚假信息来误导消费者。

如:三某羊虚假宣传月饼事件

2024年中秋节前夕,“疯狂小杨哥”旗下各直播间热推一款名为香港美诚品牌的月饼,宣传“香港美诚”出品。小杨哥在直播间声称,“这款月饼是香港高端品牌,里面是黑松露,还是米其林大师调制的”。然而,该品牌月饼被网友发现产地在广州和佛山,其产地、质量等诸多细节陆续遭

到质疑。天眼查显示,香港美诚月饼的品牌运营方为广州市美诚食品有限公司。随后,合肥市市场监督管理局对三只羊网络科技有限公司在直播中涉嫌“误导消费者”等行为进行立案调查,将根据调查结果依法依规处理。

该事件中,三只羊网络科技有限公司在直播带货时,对“香港美诚月饼”进行虚假宣传,误导消费者认为该月饼是香港的高端品牌,并夸大其质量和口感。然而,经多方核实,该月饼的实际产地为广东,且并非香港品牌,因此构成了虚假宣传。这种行为不仅损害了消费者的权益,也破坏了直播带货行业的声誉和秩序。

2.1.2 商标侵权

在网络直播带货中,商标侵权即商家销售未经授权的品牌复制品或伪造商标的产品,侵害正品厂商的知识产权;擅自使用其他品牌的商标、专利设计进行商品促销,误导消费者。

直播带货中商标侵权的情况屡见不鲜,这类行为不仅侵害了原商标持有者的权益,也误导了消费者。常见的类型包括:第一,商标近似模仿。设计上与知名品牌极度接近,企图让消费者误认为是正品。第二,暗示关联营销。虽然没有直接使用对方商标,但在语言表达中含糊其辞,给人留下与某品牌合作或授权的错觉。第三,抄袭包装样式。整体视觉效果雷同,足以造成识别混淆,即使改动微小也不改变本质。以上行为既是对原品牌商声誉的盗取,又严重误导了消费者,损害了他们的知情权和选择权,同时也破坏了公平竞争的市场环境。

如:赵某飞等人生产、销售假冒品牌浴霸案

2024年4月,浙江慈溪公安机关根据走访权利人企业发现线索,破获一起生产、销售假冒品牌浴霸案。犯罪嫌疑人赵某飞等人大量购进浴霸裸机及零部件,非法印制假冒品牌浴霸外包装纸箱、说明书,生产、组装为成品后利用电商网店向外销售,涉案金额1000余万元。

该案件中赵某飞等人在未经品牌方授权的情况下,生产并销售假冒品牌浴霸,并在产品包装和宣传中使用品牌商标,符合《商标法》的相关规定,构成了商标侵权。这种行为不仅侵犯了品牌方的商标权,也损害了消费者的合法权益。

2.1.3 商业诋毁

具体表现为直播带货中,一些主播或商家为了推销自己的产品,可能会故意贬低竞争对手的产品或服务。这种行

为不仅损害了竞争对手的声誉,也误导了消费者,破坏了市场的公平竞争秩序。

如:青岛带货主播诋毁辱骂他人案。

名为“青岛薛姐”的主播在直播带货时,经常编排另一带货主播贾女士的家务事,污蔑其私生活混乱,并用污秽词语进行辱骂。这些言论引发了直播间大量网友跟风辱骂,对贾女士的正常生活造成了严重干扰,导致其患上创伤后应激障碍、混合性焦虑和抑郁障碍。经山东省青岛市即墨区检察院提起公诉,法院以侮辱罪判处被告人薛某有期徒刑六个月,并禁止其自刑罚执行完毕之日起或者假释之日起三年内从事与网络直播有关的经营活

动。此案例中的诋毁辱骂行为不仅损害了贾女士的个人名誉,还对其商业活动产生了负面影响,属于商业诋毁的一种表现形式。

2.2 侵犯消费者权益

网络直播带货中,侵犯消费者权益的主要内容体现在多个方面,这些方面与直播带货的各个环节和参与者都密切相关。本文主要从产品质量、消费者维权以及售后方面进行案例展示并分析其背后的法律问题。

2.2.1 产品质量难保障

网络直播带货中,销售产品质量难保障的问题屡见不鲜,总体来说是一个复杂而普遍的现象。

一些图书直播间使用“1元1本书便宜卖了”、“图书论斤卖”等低价标题吸引消费者。然而,消费者进入直播间后,发现真正能以低价购得的图书种类有限,且多为短篇名著、养生指南等,畅销书仍需原价购买。这些低价图书的质量往往难以保障,有的书皮皱巴、字小、油墨味大、装帧差。低价图书的产品质量安全得不到保障,侵害了消费者的合法权益。根据最新调查数据显示,超六成受访者遇到过直播间商品质量问题。直播带货中,产品质量问题的重要性不容忽视,它直接关系到消费者的权益、主播的信誉、平台的稳定以及整个电商行业的健康发展。

2.2.2 消费者维权难、售后服务难保障

苏州吴江区消保委汾湖分会接到黑龙江消费者陈某投诉,称其通过某直播平台购买的卫浴柜存在质量问题,门无法关闭且柜体开胶。消费者多次联系商家要求处理,但商家拖延了近2个月未予处理。消费者要求直播平台介入,但维权过程较为曲折,最终虽获得一定补偿,但维保承诺时间过

长，消费者体验感受挫。

在直播带货和电商平台购物中，消费者维权难、售后服务难保障的问题较为突出。直播带货中，主播、商家、直播平台各自承担相应的责任。产生商品质量、发货迟延、退换货等售后责任，主要应由商家承担。而对主播来说，主要承担作为广告发布者和广告代言人的法律责任。“自产自销型”主播，是商品售后服务的直接责任人，要同时承担广告发布者和经营者的责任。

3. 法律问题背后的原因

3.1 法律监管的滞后性

随着电商直播带货的快速发展，相关的法律监管体系却未能及时跟上。传统的法律法规在面对这种新型商业模式时，可能存在适用上的困难或空白，导致监管效果不佳。例如，对于直播带货中的虚假宣传、夸大其词等问题，虽然《广告法》和《反不正当竞争法》等相关法律有所规定，但在实际操作中，如何界定虚假宣传、如何追责等问题仍存在一定的争议和困难。

3.2 消费者权益保护不足

直播带货中，消费者往往处于信息不对称的地位，难以充分了解商品的真实情况。同时，部分主播和商家为了追求销量和利润，可能会采取虚假宣传、夸大其词等手段，误导消费者。当消费者发现购买的商品存在质量问题或不符合宣传时，维权过程往往复杂且困难。这背后体现了消费者权益保护机制的不足，包括法律法规的不完善、维权渠道的不畅通以及维权成本的高昂等。

3.3 平台监管责任的缺失

作为直播带货的重要载体，电商平台在监管方面也存在一定的缺失。部分平台可能为了追求流量和利益，对主播和商家的违规行为视而不见或监管不力。这导致了一些违法违规行为得以在平台上滋生和蔓延，进一步加剧了直播带货中的法律问题。直播带货平台作为连接主播与消费者的桥梁，在消费中扮演着重要角色。然而，部分平台在监管方面存在明显不足。这些监管漏洞为不法商家和主播提供了可乘之机，严重损害了消费者的合法权益。

4. 相关法律规制的优化路径

4.1 针对消费者权益保护方面

面对消费者权益受到的破坏，相关部门及平台需要做出以下措施：加强虚假宣传的监管：根据《广告法》和《消

费者权益保护法》，直播带货中的广告内容应当真实、合法、清晰，主播应避免夸大宣传、虚假承诺。如果发现虚假宣传，应追责直播平台、主播和商家三方。明确商品质量责任：商家应确保直播销售的商品符合质量标准，对产品质量负责。平台应加强对商家资质的审核，加强售后服务保障：商家应在直播时明确售后政策，如退换货政策和售后服务联系方式。平台应积极协调处理消费者投诉，确保消费者权益得到保障。

4.2 针对法律监管滞后情况

法律监管滞后往往是因相关权利或条文不明确，应该做出严格要求。包括但不限于明确合同条款：商家与主播应当签订书面合同，明确责任和义务。例如，明确主播在直播过程中应遵循的商品宣传规范、售后服务职责以及对消费者投诉的处理程序。主播代言责任：主播在代言商品时应承担一定的审慎义务，确保对所推荐商品有充分了解，避免因不了解产品而误导消费者。平台应当要求主播提供对商品的了解证明，商家则需提供相关资质和质量认证。建立明确的责任链条：平台、商家和主播之间应明确责任划分。若消费者因商品质量问题提出诉求，商家应承担产品质量责任，主播则需负责提供真实的推荐信息，平台则应承担调解和协调责任。

4.3 明确平台监管责任

针对上文中出现的种种情况，可以发现如果平台做出措施可以防止大部分违规事件的发生。系列措施建议如下：加强平台对商家和主播的资质审核：平台应加强对商家及主播的背景调查和资质审核，确保其符合相关法律规定。例如，平台应要求商家提供工商登记、产品质量认证等文件，主播应具备一定的商业诚信记录和合法的广告代言资格。建立平台责任机制：平台应明确自身的法律责任，尤其是对直播内容的监管责任。平台在发生虚假宣传或消费者投诉时，应及时介入处理，确保消费者的合法权益得到保障。如果平台未能履行监管责任，可能需要承担相应的法律责任。加强平台信息透明度：平台应在直播过程中公示商家的信息、产品的具体描述及相关的资质认证，确保消费者能够做出知情选择。在售后服务方面，平台应提供清晰的投诉和维权通道，并确保商家履行其售后义务。

参考文献：

[1] 刘雅婷,李楠.直播电商虚假宣传的法律规制[J].

知识产权,2021,(05):68-82.

[2] 周烁.网络直播带货中直播平台的法律责任[J].法律适用,2022,(07):133-144.

[3] 刘科,黄博琛.电商直播带货行为主体的法律责任及规制逻辑[J].江汉论坛,2023,(10):139-144.

[4] 孙瑞.电商平台中网络直播营销的法律规制及完善[J].青岛远洋船员职业学院学报,2023,44(02):11-15+22.

[5] 郑宁,葛扬.电商直播的法律规制及完善路径[J].社会治理,2021,(03):21-27.DOI:10.16775/j.cnki.10-1285/d.2021.03.003.

基金项目:

本文为2024年河北金融学院大学生创新创业训练计划项目资助课题,项目名称:乐享农裕--基于校园直播电商

平台助力太行山乡村振兴,项目编号:202411420008S。

(河北金融学院 河北保定 071051)

作者简介:

何紫月(2003.11-),女,汉族,河北廊坊人,本科,研究方向:法学

李晓雷(1981.12-),男,汉族,河北保定人,硕士研究生,副教授,研究方向:创新创业教育教学研究

李印幸(2004.11-),男,汉族,河北邢台人,本科,研究方向:金融学

李欣玥(2003.10-),女,汉族,河北廊坊人,本科,研究方向:人力资源管理

曹子诺(2004.12-),女,汉族,河北石家庄人,本科,研究方向:财务管理