

网络直播带货中的法律监管问题研究

● 魏鹏飞



[摘要] 在信息化时代背景下,网络直播带货作为一种新兴的商业营销模式迅速崛起,已成为现代电子商务中不可或缺的重要组成部分,其影响力和问题也随之凸显。本研究通过对网络直播带货的特征和网络直播带货行为中法律监管问题进行概括,综合分析了直播带货在法律框架下的监管现状,并提出切实可行的法律监管对策。笔者认为适度的监管不仅能保护消费者权益,维护市场秩序,也能够推动直播平台健全内部机制,增强行业自律能力,推动网络直播带货健康有序发展,并为相关立法提供一定的参考和借鉴。

[关键词] 网络直播带货;法律监管;消费者权益;电子商务;多元共治

Q 网络直播带货特征

随着互联网技术的飞速发展,网络基础设施的完善和智能手机的普及,网络直播作为新兴的传播形式受到广泛关注,用户规模持续扩大。基于“互联网+”的经营模式,网络直播带货已成为数字经济时代重要的信息传递方式和商业变现手段,网络直播带货内容类型日益丰富,进入快速发展期,已成为推动线上消费、刺激经济增长的有效方式之一。这种新型的电商模式利用主播与观众的互动交流,打破传统购物的时间和空间限制,以高效便捷的方式快速推动商品的销售。在这一过程中,主播不仅向消费者介绍商品特性,还可互动交流解答消费者疑问,从而让消费者通过直播间的购物链接购买商品。网络直播带货在吸引庞大观众群体、促进了消费的同时,也带来了一些法律问题与争议。特别是在知识产权、虚假宣传、税收规避、消费者权益保护等方面,网络直播带货中出现了一些矛盾和纠纷。由于法律监管的相对滞后,加之行业入门门槛较低,主播法律意识薄弱,消费者保护意识不足,易产生侵权行为和消费纠纷。这些问题的存在扰乱了市场秩序,侵害了消费者权利与商家利益。因此,相关管理部门从制度设计到技术应用都需要综合考量,从而构建一个高效、公正、透明的网络直播带货监管框架。这不仅是对现有法律体系的挑战,也是对相关管理部门监管智慧和法治理念的考验。

Q 网络直播带货涉及的法律问题

(一)网络直播带货侵犯他人的人身权利

网络直播带货涉嫌侵犯他人人身权利的行为尤为受到舆论和学术界的关注。网络直播带货中不可避免地会涉及使

用和展示他人形象的情形。例如,网络主播在介绍一个旅游景点的商品时,无意间将游客的面部特征展示给数以万计的观众,这在法律上构成对他人肖像权的侵犯。同时,一些主播在宣传产品功效时存在夸大宣传、虚假宣传的情况,误导消费者。例如,一些养生类主播违规开展“网上问诊”,或公开介绍“祖传秘方”,或直接开方推销“神药”;一些介绍农牧产品的主播,将药品的概念和功效转移到农牧产品或普通食品上,对消费者进行诱导,给消费者或患者健康带来一些不利影响;有些主播故意销售假冒伪劣商品,存在欺诈行为,侵害了消费者的知情权和选择权。在网络直播带货中,为确保权利人的利益不受损害,必须制定对直播内容进行有效监管的法律机制。尽管我国的法律体系已经在逐步完善,但面对带货直播这一特殊业态,现有的法律法规仍存在适用不足的问题。由于网络交易时间长、距离远,对于是否构成侵权,以及如何定性和认定责任,缺乏遵循的统一标准,给消费者维权带来了一定的困难。

(二)网络直播带货侵犯他人的知识产权

网络直播带货逐渐成为电子商务新趋势,知识产权保护问题也越来越多。网络直播的实时性和互动性为商品推广提供了新的平台。然而,直播环境中对音乐、视频等作品的使用常引起版权争议。据统计,相关的侵权案例中,主播在未经授权的情况下使用背景音乐、播放影视作品片段,以及对名牌商品的模仿品进行促销,均可能侵犯原权利人的知识产权。在现有法律框架下,知识产权的保护原则包括《著作权法》《商标法》及《反不正当竞争法》等,但直播带货领域的具体规定尚为模糊。以《著作权法》为例,对于直播带货时的作品使用问题,立法并未明确规定直播过程

中产生的视频是否属于“复制权”或“传播权”的范畴。此外，现行的《商标法》虽然对商标侵权有所规定，但对网络直播中的相似商标使用和推广缺乏专门的法规来明确禁止或限制。因此，必须对知识产权法进行充分的研究并实时更新，以适应网络直播带货这一新型业态的需要。当前，法律在针对网络直播带货的侵权行为进行界定时，常常采取识别不正当竞争行为的方式予以间接规制。然而，在复杂的网络环境中，通过这一方式进行有效监管和取证充满挑战。

（三）网络直播带货平台和主播存在法律风险

在网络直播带货活动中，产品质量的多样性导致了消费者维权问题的复杂性，法律风险日渐凸显。主播在直播过程中对产品不熟悉，介绍的产品未经审查，为刺激消费者购买意愿，往往存在夸大宣传情况，因此出现了因产品存在质量问题而给自己带来负面影响甚至牢狱之灾的事件。例如，辛某燕窝事件等。这对消费者信任造成了一定损害，直接侵犯了消费者合法权益。若主播故意销售假冒伪劣产品，其行为还会触及刑事责任。我国《刑法》第二百一十四条规定，销售明知是假冒注册商标的商品，违法所得数额较大或者有其他严重情节的，处三年以下有期徒刑，并处罚金；违法所得数额巨大或者有其他特别严重情节的，处三年以上十年以下有期徒刑，并处罚金。然而，针对是否故意却是一个犯罪主观的问题，很难根据行为作出准确判断。此外，在网络直播带货中，即便交易平台非直接交易相对方，对侵害消费者权利的情况也需负起相应的责任。虚构商品功效或者夸大宣传等行为，可能构成虚假广告罪，平台面临行政和民事负责，罚款额度可能高达数倍的广告费，情节严重者还可能面临商业执照吊销的风险。

Q 网络直播带货中产生法律问题的原因

（一）网络直播带货门槛低，主播法律意识与法律知识相对欠缺

在网络直播行业快速发展的当下，任何人都能成为带货主播，无需经过资质审查，这增加了产品介绍的专业性问题和夸大宣传的风险。主播人数激增，从业者多样，其中存在一些法律意识薄弱的主播。部分网络主播为了吸引流量和关注，采取一些低俗、违法的行为。一些主播在直播带货过程中存在不当言论或行为，违背了社会公共道德。庞大的主播群体中由于许多人缺乏法律常识，对高风险行为的认识并不充分，这种缺失成为网络直播带来法律问题的潜在土壤，进而产生了网络直播带货案例中的法律纠纷和违法行为。平台对主播法律教育投入不足，缺乏清晰透明的责任追溯和处罚机制。在法规层面上，现有的网络直播法律体系尚且不够完善，相关法律法规缺乏强制性的执行力和威慑力，导致主播进行网络直播的违法成本低，纠纷处理繁琐复

杂，这进一步降低了从业者的学法守法意识。

（二）网络直播带货监管不足

监管缺位无疑为直播带货问题的产生提供了温床。网络直播带货平台为追求利润最大化，忽视广告真实性把关，平台内出现的大量夸大宣传、虚假广告的情况，不仅损害了消费者的切身利益，也对行业规范化的形成构成了威胁。根据《网络交易监督管理办法》第20条的规定，网络直播带货服务提供者需保存直播视频至少三年，违反规定的直播带货行为可能会受到市场部门的责令整改和罚款，但罚款金额通常较低，不足以起到有效的监管作用。此外，直播过程中的商品推介缺乏完整透明的信息披露，直播主播不客观真实地介绍产品，存在引诱消费者冲动消费的情况。从法律角度来看，这些问题关涉到《消费者权益保护法》的实施偏颇和对《广告法》监管的缺失。但当前这种监管缺失也存在客观因素，例如对海量直播内容进行审核，这对监管者无疑是一个巨大挑战。每天都有数万的直播间上线，产生大量的直播信号，要实现每一个直播内容的逐一监管几乎是不可能的事情。现行法律对于直播内容的规制仍显笼统，难以涵盖直播领域的新情况、新问题。同时，监管部门在面对直播带货现象时力不从心，监管技术落后，多部门协调不够，这无疑增加了监管的难度，削弱了有关部门本应发挥的合力。

（三）网络直播带货立法相对不完善

2021年3月，国家市场监督管理总局发布了《网络交易监督管理办法》，对网络直播带货活动进行了规范，旨在促进该模式的健康发展。国家广播电视总局、文化和旅游部共同制定的《网络主播行为规范》明确要求，网络主播应遵守《宪法》和法律法规，维护我国利益、公共利益和他人合法权益。但网络直播行业的快速发展远超传统法律框架的更新和调整速度。具体来讲，我国现有的网络直播相关立法在位阶上较低，覆盖范围有限，针对性和操作性不足。法律和规范的缺失催生了一系列消费者权益无法得到有效保护的现象，商家和主播在法律边缘的灰色地带逐渐扩大。此外，网络直播平台的管理和责任界定上也缺乏明确详尽的法律指导，当发生纠纷时，平台责任认定往往陷入法律真空。除此之外，在网络直播领域中缺乏广泛且有效的监管体系，监管部门分工模糊，尚未建立多监管主体的协调机制，从而使网络直播领域出现了监管盲区和监管效果差的问题。

Q 网络直播带货的法律监管策略

（一）提升直播的准入标准和监管技术，强化平台管理和审核

科学合理的监管原则和操作规范能够从根源上提高直播

带货行业的整体法律素养及合规意识，这对于预防和减少矛盾纠纷具有非常重要的作用。对于直播带货行为的监管应以实效性和精准性为核心要素，紧密结合互联网新技术和消费者权益保护的基本要求。从准入门槛看，网络直播平台必须完善实名认证机制，不仅包括基本的身份信息录入，还应该包括关键的身份验证手段，确保入驻主播在直播前都能通过严格的认证程序，从源头上阻断冒用他人身份进入直播带货领域的可能性。相关部门利用技术手段实现对直播内容的实时监控，可以提升侵权行为的发现效率和处理能力。利用视频内容审查技术，如基于深度学习的图像和语音识别技术，配合关键词筛选和图像识别算法，实时监控直播内容的合规性，可以有效识别和过滤违法广告、侵权商品等不良信息。网络平台要加强交易环节的审查，建立符合监管要求的电子交易记录系统，对商品来源、流通和销售各环节进行全链条追溯。网络平台应加强与专业法律团队和行业协会的合作，建立标准化的审核流程和危机干预机制，对于涉嫌违规或收到用户举报的内容，能够立即进行处理整改。网络直播带货的法律监管并非仅限于国内，随着跨境电商的发展，国际监管合作也成为现实需求。因此，相关部门还应探索建立跨境电商领域的信息共享机制和监管协调机制，有效应对带货直播中可能涉及的跨国法律问题和纠纷。同时，倡导直播平台与知识产权权利人建立合法合规的使用机制，如进行版权授权和取得正版授权，通过法律途径正当使用他人知识产权，以促进网络直播带货产业的健康有序发展。

（二）构建“相关部门+行业+平台+用户”的多元化监管共治模式

要构建一个有效的法律监管及建议系统，最为理想的模式是“相关部门+行业+平台+用户”的多元化监管共治模式。该模式涵盖不同主体，能够协同应对网络直播带货的复杂性和多变性。相关管理部门作为监督管理的主体，要根据网络直播带货的具体特征和存在的问题，提出精准的政策和措施，加强对网络直播带货的日常监管、投诉处理，对违法行为作出严格的法律制裁。行业组织则聚焦行业自律，通过建立行业标准和规范，指导直播带货健康发展，增设自主学习和定期考核机制，形成多层次的法律培训和教育体系，提高整个网络直播行业的法律素养和规范运作水平。直播平台通过严格审核流程，确保每一位主播在直播前已具备相应的合法资质。消费者面对的合同风险应由平台提供更高的安全保障，如可追溯的交易信息和更健全的售后服务。平台通过技术和制度双重保障，提高直播内容的质量和合规性。用户群体则应提高自身知识水平，避免盲从消费，提高自身法律素养，注重维权，积极参与到直播带货的监管中来。这不仅能提升社会整体的法律意识，还

能为打造清朗的网络环境贡献力量。对于相关管理部门而言，可开展专项行动，如网络直播带货违法行为排查、违法犯罪案件查处等。行业协会方面，可成立独立的监管机构，监督成员的市场行为，定期公布行业报告，为相关管理部门的监管提供参考。直播平台应以先进的信息技术手段为基础，开发出能有效识别违规内容的算法，并公布处罚机制，建立用户反馈和投诉处理系统。对于用户而言，相关管理部门应积极开展法律知识宣传活动，增强用户的法律意识和识别能力，通过举报渠道让用户成为监管的重要一环。多元化监管共治模式在海外许多国家和地区已得到有效实践，如韩国和美国等国的网络消费市场监管都较好地实现了这一监管模式。相关管理部门应将这些成功案例和我国实际情况相结合，进行本土化改进，这有助于提高我国网络直播带货的法律监管效能。此外，可以考虑建立消费者权益保护基金，专项用于解决因直播带货引起的消费争议和损害赔偿。这可以进一步促进相关管理部门、企业与消费者三方在法律框架内形成平衡的权利义务结构，共同营造良好的网络直播带货市场环境。

（三）完善网络直播带货领域立法和法律宣传

目前，网络直播带货活动的法律监管主要参照《反不正当竞争法》和《广告法》，但这些法规发布时间较早，难以适用新的直播带货模式。要对这些现有法律法规进行系统化的整理和解释，包括明确例外原则等。完善网络主播的法律责任，明确他们在直播带货过程中应承担的义务，知名主播应被视为广告代言人，其法律监管可参照《广告法》第五十六条的相关规定，如果因虚假广告导致消费者受损，主播应与广告主共同承担责任。《消费者权益保护法》第二十三条要求，在直播带货活动中，对于存在争议的商品，经营者应承担部分举证责任。然而，其他方面证据仍主要由消费者提供，这存在着信息不对等的问题，迫切需要完善法律体系，扩大举证责任，要求商家证明商品质量无问题，否则应承担后果。为遏制侵权行为，推动直播带货行业有序发展，建议出台更高位阶、内容完善、操作明确且具有针对性的网络直播法规，以填补现有法律空白。例如，可以通过完善知识产权法，明确网络直播带货环境下的权利边界，尤其是在《著作权法》《商标法》等方面增加具体、细化的规制。综合应用《电子商务法》《消费者权益保护法》等法律，对现行行业规则、法律法规进行深度梳理与修订，构建覆盖网络直播带货全流程的法律监管体系，为网络直播带货的健康发展提供更为坚实的法律基础和保障。同时，要加大法律的普及力度，加强宣传，构建健全且有效的行业法律知识普及体系。通过构建全覆盖的法律宣传教育体系，提升网络主播以及广大消费者对网络直播法律风险的认知，从而形成自上而下的法律监管合力。具体来说，要加强主播

的法律培训，加强其对《广告法》《消费者权益保障法》等法律学习，增强其合规经营意识。网络直播带货平台加大对《广播电视节目制作经营管理规定》和《电子商务法》等相关法律法规的学习宣传，包括平台的合规性审查、商品的质量管控、广告内容的真实性和法律责任的界定等方面，要有针对性地在直播带货平台和主播中进行宣讲与教育。同时，定期公布违法案例作为警示教育，提升带货主播和平台运营者的法律意识，防止因无知造成违法犯罪。

Q 结束语

综上所述，网络直播作为新兴的商业模式，其对法律监管提出了新挑战，复杂的网络环境使网络直播的法律风险管理存在一些问题。针对这些问题，相关部门要提升直播准入标准，明确主播与平台的法律责任边界，设立严格的审核机制，确保直播内容合规合法。同时，相关部门还应加强对《消费者权益保护法》《广告法》《互联网直播服务管理规定》《网络表演经营活动管理办法》等现行法规的宣传，增强全社会的守法意识，制定对网络直播行业的有效监控机制。这能在确保直播带货行业有序发展的同时，保护消费者合法权益，减少法律纠纷。监管部门要与平台企业、行

业组织和社会公众进行合作，共同构建健全的法律风险防控体系，通过源头控制、严格监察、罚金和刑罚结合、人资连带责任等一系列方式，提高对网络直播的治理效能，建立长效的管理机制。总而言之，相关管理部门应从法律法规、政策、技术、教育等多环节入手，多方合作，综合施策，从而形成全方位的网络直播带货法律监管形式。

参考文献

- [1]郝运清.网络直播法律问题探讨[J].现代营销(经营版),2022(01):124-126.
- [2]严舟航.直播平台销售模式与用户行为分析[J].湖北经济学院学报:人文社会科学版,2023,20(05):64-67.
- [3]邹雨函.网络直播的法律监管研究[D].南昌:南昌大学,2019.
- [4]张亦驰.网络直播带货法律问题析[D].哈尔滨:黑龙江大学,2021.
- [5]刘瑞.网络直播营销行政监管法律对策研究[D].兰州:兰州大学,2022.

作者简介:

魏鹏飞(1999—),男,汉族,陕西宝鸡人,硕士研究生,西北政法大学民商法学院,研究方向:民商法学。