

# 直播电商行业将迈入“强监管”

► 本报记者 孙立彬

近日,为加强直播电商监督管理,维护广大消费者和经营者合法权益,促进直播电商健康发展,国家市场监督管理总局会同国家网信办研究起草了《直播电商监督管理办法(征求意见稿)》(以下简称《办法》),正式向社会公开征求意见。

## 直击行业痼疾

国家市场监督管理总局网监司相关负责人介绍说,近年来,直播电商行业发展迅速,在促进消费、扩大就业等方面发挥着积极作用。然而,直播电商行业在快速发展的同时,行业的虚假营销、假冒伪劣等乱象逐渐显现,主要表现在直播电商行业相关主体责任落实不到位,一些平台对直播带货商家资质和商品质量审核不严,一些商家和主播及相关机构质量意识淡薄,重营销、轻质量,重成交、轻售后,追逐短期利益,损害了广大消费者合法权益,影响了直播电商行业规范健康发展。

网经社近日发布的《2024年中国直播电商市场数据报告》显示,2024年直播电商交易规模超5.32万亿元,同比增长8.31%;直播电商行业企业规模同比增长216.66%,达7.6万家。与此同时,国家市场监督管理总局2024年发布的数据显示,该行业投诉举报量增幅也高达47.1倍。知名MCN机构及主播均陷入虚假宣传风波,如辛选、罗永浩、疯狂小杨哥、东方甄选、李佳琦、东北雨姐等。

此次,《办法》针对直播电商暴露出的问题,制定了针对性极强的相关措施,一是细化直播电商平台经营者的责任和义务;二是明确直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员的责任和义务;三是强化监督管理手段;四是强调不履行法定义务应当承担的法律责任。

中国商业联合会直播电商专委会副会长、网经社电子商务研究中心主任曹磊说,直播电商行业长期存在主体责任模糊、监管链条断裂的问题。此次《办法》首次构建了覆盖平台、直播间运营者、MCN机构及主播的“全链条责任体系”。这一制度设计不仅回应了消费者对“货不对板”的强烈诉求,更通过明确“平台—商家—主播”的责任边界,将推动行业从“流量驱动”转向“质量驱动”。

上海申浩律师事务所律师李晓曦表示,《办法》明晰了各主体权利和责任。直播电商平台经营者作为关键枢纽,需健全账号、交易、商品质量、消费者权益等多维度保护机制,筑牢直播电

商运营基础;直播间运营者、直播营销人员等也被纳入精细化监管范畴,合规边界得以精准勾勒。

李晓曦说,信用监管手段的引入极具威慑力。违法违规主体一旦被列入失信名单,将遭遇跨部门联合惩戒,生存空间被大幅挤压,倒逼从业者自律。在法律责任设定上,征求意见稿依据不同违法情形,精准对接现行法

律法规,明确处罚标准,为监管执法提供有力武器。

## 行业告别野蛮生长

《办法》正式施行将给整个行业带来哪些变化?

曹磊表示,短期看,合规成本上升将加速行业洗牌。随着《办法》的正式出台,中小商家若无法满足资质审核、数据留存等

要求,可能被迫退出市场;头部企业通过提升选品标准、完善售后体系可重塑品牌信任。随着《办法》的正式实施,行业将逐步告别野蛮生长的“草莽时代”,在“合规红线”与“创新蓝海”之间找到平衡点。

李晓曦认为,总体而言,《办法》构建了全方位监管体系。若正式施行,有望重塑行业生态,

保障消费者权益,护航直播电商迈向规范、良性发展新征程。

值得注意的是,《办法》还对直播电商行业出现的新趋势进行了有针对性的关注。

“数字人”也被纳入监管,《办法》中多次提到“人工智能”规范,并明确,在直播电商活动中使用人工智能等技术生成的人物图像、视频,出现违反法律法规、规章行为的,由管理或者使用该人物图像、视频的直播间运营者承担责任。

李晓曦表示,《办法》对人工智能新技术应用下的直播带货规范运行进行了有效规制。利用人工智能生成人物图像、视频进行直播营销时,需显著标识并全程提示,确保消费者知情权。此举可防范虚假信息传播,规范新技术应用模式。

曹磊也认为,《办法》要求使用AI生成人物图像或视频的直播间承担主体责任,并强制标注“虚拟”标识,可以防止消费者误认虚构形象为真人代言,将有效打击“假专家”、“假人设”等虚假营销行为。针对深度伪造、数字人技术无序应用导致的侵权问题,如擅自使用名人形象、声音等,《办法》从源头降低了相关风险,有效遏制了技术滥用。



图片来源:视觉中国

江苏省海安市白甸镇春园家庭农场,青年志愿者在田间直播带货助农推销成熟的千禧小番茄。

## 视点 智见

# 以规范化监管促进直播经济健康发展

► 陈兵

条管理框架。这一举措提升了制度的清晰性、可预期性与可操作性,为经营主体提供了明确的行为遵循,切实降低了合规成本。

其次,《办法》强化了平台治理主体责任,提升了行业自我调节与风险防控能力。直播电商平台作为连接主播、商家与消费者的核心枢纽,在交易撮合等方面具有关键影响力。《办法》突出强调直播电商平台经营者在内容审核、商品审核等方面的主体责任,要求其建立完善管理制度与风险防控机制。推动平台强化“第一道防线”功能,有利于及时化解小微问题,防止行业系统性风险积累,在保障创新活力的同时筑牢风险底线。

再者,《办法》规范了主播经营行为,推动了直播职业化、专业化、规范化发展。主播既是商业促销的重要载体,也是公众意见影响的重要源头。《办法》将直播营销人员纳入规范重点对象,明确要求实名登记、真实身份披露等。这有助于倒逼主播强化法律意识、契约精神与职业道德,引导直播从流量导向逐步向专业

导向转变,推动行业向内容质量提升、诚信体系完善方向迈进,形成更加健康稳定的主播生态。

此外,《办法》健全了消费者权益保护与数据安全制度安排,增强了消费信心与市场活力。消费者是直播电商生态的最终受益者与最广泛参与者。《办法》针对虚假宣传、退换货纠纷等重点领域作出细化规定,强化对消费者合法权益的全流程保护。同时,个人信息保护、网络和数据安全管理等新型问题同步纳入监管视野,《办法》兼顾发展便利性与安全性,维护了数字经济下消费者的获得感、信任感与安全感,进一步巩固直播电商的长远发展根基。

以小见大,《办法》第二章关于直播电商平台经营者相关规定,对直播平台经营者责任作了系统性规范,要求平台建立一整套合规体系,这是直播电商治理的“制度性压舱石”,特别是身份审核、商品信息真实性审查,直接回应了此前市场中普遍存在的“灰色空间”问题,平台需要切实承担起“看门人”职责,形成风险防控闭环。

第十四条规定的“直播电商平台经营者建立黑名单制度”尤其值得称赞。黑名单制度实质上要求平台实现“穿透识别”,过去平台企业合规管理往往停留在表面审核,而黑名单制度强调动态持续识别商户和主播的实际行为、历史信用与潜在风险,要求平台打通数据流、行为流与信用记录,实现对直播主体的全方位识别。穿透式监管倒逼平台夯实主动合规义务,把部分监管责任前置到平台自身,要求其主动识别和筛查高风险主体,防止“劣币驱逐良币”现象,推动平台合规能力从“形式性合规”转向“实质性合规”。

(作者系南开大学法学院副院长、教授,中国高新技术产业导报特约专家)



(扫码查看更多)

