

直播带货中的商业伦理问题研究

祖晨雪

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年6月24日; 录用日期: 2024年7月11日; 发布日期: 2024年8月19日

摘要

随着互联网技术的飞速发展, 直播带货成为电商领域的新热点。然而, 直播带货的迅猛增长也暴露出诸多商业伦理问题。本文旨在分析直播带货中的商业伦理问题, 探讨其产生的原因, 并提出相应的解决策略, 以促进直播带货行业的健康发展。

关键词

直播带货, 商业伦理, 消费者权益

Research on Business Ethics Issues in Live Streaming with Goods

Chenxue Zu

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 24th, 2024; accepted: Jul. 11th, 2024; published: Aug. 19th, 2024

Abstract

With the rapid development of Internet technology, live streaming with goods has become a new hot spot in the field of e-commerce. However, the rapid growth of live streaming with goods has also exposed many business ethics problems. The purpose of this paper is to analyze the business ethics problems in live streaming with goods, explore the reasons for their emergence, and propose corresponding solution strategies to promote the healthy development of the live streaming with goods industry.

Keywords

Live Streaming with Goods, Business Ethics, Consumer Rights



1. 引言

直播带货作为新兴的电商销售模式，通过直播平台实时展示商品，结合主播的推荐和互动，吸引了大量消费者的关注。然而，随着直播带货市场的不断扩大，一些商业伦理问题也逐渐浮出水面。这些问题不仅损害了消费者的权益，也影响了直播带货行业的形象和发展。因此，对直播带货中的商业伦理问题进行深入研究，具有重要的现实意义和理论价值。

2. 直播带货中的商业伦理问题

2.1. 信息披露不透明

直播带货中，主播作为连接商品与消费者的桥梁，其信息披露的充分性对于消费者而言至关重要。然而，在实际操作中，不少主播往往对商品的信息披露不够充分，这一现象背后往往隐藏着多种原因。

首先，一些主播可能出于追求高流量和高销量的目的，故意选择性地展示商品信息，将焦点集中在商品的优点和卖点上，而对商品的缺陷和不足则避而不谈。他们通过夸大商品的性能和效果，甚至使用夸张的语言和效果展示，来吸引消费者的注意力，刺激消费者的购买欲望。然而，这种做法却忽视了消费者的知情权，使得消费者难以全面了解商品的真实情况，研究指出，在直播购物环境中，主播作为“意见领袖”对消费者的购买决策有显著影响。然而，当主播过于强调商品的优点而忽略其缺陷时，可能导致消费者的信息不全，从而影响其做出理性的购买决策[1]；其次，主播在直播过程中往往面临着时间限制和节奏控制的问题。为了在有限的时间内展示更多的商品，他们可能无法对每件商品都进行详尽的介绍和说明。这种情况下，主播可能会选择性地突出商品的某些特点，而忽略其他重要信息。虽然这在一定程度上提高了直播的效率和节奏，但也增加了信息不透明的风险；最后，一些主播可能缺乏足够的专业知识和经验，对商品的了解不够深入。在直播过程中，他们可能无法准确、全面地介绍商品的性能、功能、材质、使用方法等关键信息。这种信息不透明的现象不仅影响了消费者的购买决策，还可能导致消费者对主播的信任度降低。

2.2. 虚假宣传与误导消费

在当今的电商直播行业中，一些主播为了获取更高的佣金或推广费用，开始采取不正当的手段来吸引消费者。他们不顾商业伦理和消费者权益，故意虚假宣传、误导消费，甚至制造虚假的销售数据，以营造一种商品热销、性价比极高的假象[2]。

首先，虚假宣传主要表现为对商品性能、功效的夸大其词。主播们常常使用华丽的言辞和夸张的手法，将商品的优点无限放大，而对商品的缺点和不足则避而不谈。他们可能声称某种商品具有神奇的效果，能够解决消费者面临的各种问题，但实际上这些效果并未经过科学验证或实际检验。这种虚假的宣传手段，不仅误导了消费者的购买决策，也损害了消费者的权益；其次，误导消费还体现在对商品降价幅度的夸大上。一些主播为了制造抢购热潮，会故意提高商品的原价，然后声称进行大幅度的降价促销。然而，消费者在购买后却发现所谓的“降价”其实只是原价的一部分，甚至根本没有降价。这种虚假的降价宣传，不仅欺骗了消费者，也扰乱了市场秩序；最后，一些主播还会制造虚假的销售数据来误导消费者。他们可能通过刷单、刷好评等手段来提高商品的销量和评价，营造出一种商品非常受欢迎的假象。

这种虚假的销售数据不仅欺骗了消费者，也破坏了直播带货行业的公平竞争环境。当其他主播看到这些虚假的销售数据时，可能会感到不公平，从而也采取类似的手段来提高自己的销量，导致整个行业陷入恶性循环。

2.3. 利益冲突与道德风险

直播带货行业的蓬勃发展，背后伴随着一系列复杂的利益关系。主播、平台和商家作为直播带货的三大主体，他们之间的利益纠葛和道德风险不容忽视。这些利益冲突和道德风险，不仅可能损害消费者的权益，还可能对整个直播带货行业的健康发展造成负面影响[3]。

首先，主播作为直播带货的核心人物，他们的行为往往受到利益驱动的影响。为了获取更高的佣金或推广费用，一些主播可能会推荐质量不佳的商品给消费者。他们可能忽视对商品质量的严格筛选和评估，甚至与一些不良商家勾结，推荐低质甚至伪劣商品。这种利益驱动下的行为，不仅损害了消费者的权益，还可能对主播的声誉和信誉造成损害；其次，平台作为直播带货的监管者和组织者，也面临着利益冲突和道德风险的挑战。一些平台为了追求更高的利润和市场份额，可能会纵容虚假宣传和误导消费的行为。他们可能放松对主播和商家的审核和监管，甚至与一些不良主播和商家合作，共同制造虚假繁荣的假象。这种纵容和合作，不仅破坏了直播带货行业的公平竞争环境，还可能对整个行业的声誉和形象造成负面影响；最后，商家作为直播带货的供货方，也可能通过不正当手段提高商品的销量和排名。他们可能通过刷单、刷好评等手段来提高商品的销量和评价，制造虚假繁荣的假象。这种不正当手段不仅欺骗了消费者，也扰乱了市场秩序。同时，一些商家还可能利用虚假宣传和误导消费的手法，欺骗消费者购买不需要或质量不佳的商品，从而获取更多的利润。

3. 直播带货中商业伦理问题的成因分析

3.1. 市场竞争压力

直播带货行业近年来经历了前所未有的井喷式增长，无数的主播和商家纷纷涌入这个领域，希望在这个繁荣的市场中分得一杯羹。然而，这种高速增长也带来了激烈的市场竞争。随着市场参与者数量的不断增加，主播和商家们面临着前所未有的竞争压力。在竞争激烈的直播带货行业中，流量和销量成为了衡量成功与否的关键指标。主播和商家们为了在众多竞争者中脱颖而出，不得不采取各种策略和手段来吸引消费者的关注。他们努力提升自己的直播技巧、商品选择能力以及营销手段，以期在竞争激烈的市场中占据一席之地。然而，在这种激烈的市场竞争环境下，一些主播和商家为了追求更高的商业利益，开始忽视商业伦理的重要性。他们可能采取虚假宣传和误导消费的手段来吸引消费者。激烈的市场竞争压力固然会激励主播与商家不断进步，但是在商业利益的驱使下，很多人不顾商业伦理，进而侵害了消费者权益，主播和商家想取得更多的利益无可厚非，但只有做到以消费者为中心才能长远发展。

3.2. 监管缺失与法规滞后

随着直播带货行业的迅猛发展，其监管问题逐渐浮出水面。这个新兴领域的迅速崛起，给现有的监管机制带来了前所未有的挑战。目前，针对直播带货行业的监管机制尚处于摸索和完善阶段，相关法律法规的建设也远远滞后于行业的发展速度[4]。

具体来说，直播带货行业的监管缺失主要体现在以下几个方面。首先，由于行业标准的模糊和缺乏，导致一些主播和商家在直播过程中缺乏明确的规范指引，容易滋生违法违规行为。其次，监管部门的监管能力和手段有限，难以对庞大的主播和商家群体进行全面有效的监管。再者，直播带货行业的跨界融合特性也增加了监管的难度，需要多个部门之间的协调合作，但当前这种合作机制尚不完善。与此同时，

直播带货行业相关法律法规的滞后也加剧了监管的困境。由于行业的快速发展，相关法律法规的制定和修订往往滞后于实践的需求。这导致一些主播和商家在直播带货过程中，即使存在违法违规行为，也可能因为法律空白或法律适用不明确而逃脱法律的制裁。这种法律滞后不仅削弱了法律的威慑力，也给了一些不法商家和主播可乘之机。

3.3. 行业自律不足

目前，主播、平台和商家之间的有效约束和监管体系尚未形成，这导致了行业内部缺乏统一的规范和标准。直播带货行业的参与者众多，且各自独立运营，他们之间缺乏有效的沟通和协调机制，使得整个行业呈现出一种无序的状态。在这种缺乏自律的环境下，一些主播和商家为了追求更高的商业利益，往往忽视了商业伦理和道德风险。他们可能受到佣金和推广费用的诱惑，而推荐一些质量不佳、甚至是假冒伪劣的商品给消费者。这些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。同时，一些平台方也可能为了追求更高的利润和市场份额，纵容甚至鼓励主播和商家进行虚假宣传和误导消费的行为。他们可能放松对直播内容的审核和管理，使得一些夸大其词、误导消费者的宣传得以传播。这种纵容的态度不仅助长了不正之风，也加剧了行业的竞争压力，使得整个行业的公平竞争环境受到破坏。

4. 直播带货中商业伦理问题的解决策略与建议

4.1. 加强信息披露透明度

在直播带货行业中，加强信息披露的透明度对于保障消费者的知情权和选择权至关重要。在这个信息爆炸的时代，消费者对于商品的了解和选择往往依赖于主播的直播介绍。因此，主播在直播过程中应肩负起更大的责任，全面、准确地介绍商品的性能、功效、价格、使用方法以及可能存在的风险等关键信息。

主播在介绍商品时，应避免使用模糊、夸大或误导性的言辞。他们应基于事实和数据，客观、真实地描述商品的特点和优势，不夸大其词，不虚构数据，不制造虚假的销售热潮。同时，主播还应对商品的缺陷和不足进行如实披露，不得故意隐瞒或误导消费者。只有这样，消费者才能做出明智的购买决策，避免受到不必要的损失。为了确保主播提供的信息真实可靠，平台应加强对主播的培训和监管。平台应制定严格的信息披露规范，要求主播在直播前对商品进行充分的了解和测试，确保所介绍的信息准确无误。同时，平台还应建立有效的监管机制，对主播的直播内容进行实时监控和审核，发现违规行为及时纠正和处罚。除了平台对主播的监管外，消费者也应提高自我保护意识，主动核实主播提供的信息。消费者可以通过查看商品详情页、阅读其他消费者的评价、咨询客服等方式，对主播所介绍的信息进行核实和比较。此外，消费者还可以向平台举报主播的违规行为，共同维护直播带货行业的健康发展。

4.2. 规范宣传和广告行为

在直播带货行业中，规范宣传和广告行为对于维护公平竞争环境、保护消费者权益以及促进行业健康发展具有重要意义。主播和商家作为行业的主要参与者，其宣传和广告行为直接关系到消费者的购买决策和行业的整体形象。

为了确保宣传和广告行为的规范性和合法性，主播和商家在宣传商品时，应严格遵守国家相关法律法规和商业伦理规范。他们应确保所宣传的内容真实、准确、客观，不得进行虚假宣传、夸大其词或误导消费者的行为。在介绍商品时，主播和商家应提供详细、全面的信息，包括商品的性能、功效、价格、使用方法、生产日期、保质期等关键信息，以便消费者做出明智的购买决策。此外，主播和商家在宣传过程中还应尊重消费者的权益。他们应明确告知消费者商品的真实情况，不得隐瞒或误导消费者。在宣

传中，他们应使用客观、公正的语言，避免使用夸张、虚假的言辞来吸引消费者的眼球。同时，他们还应遵守公平竞争的原则，不得进行恶意竞争、诋毁他人等行为。

平台作为直播带货行业的重要参与者，也应对宣传和广告内容进行严格审核和监管。平台应建立健全的审核机制，对主播和商家的宣传和广告内容进行实时监控和审核。一旦发现违规行为，平台应立即删除违规内容，并对相关主播和商家进行处罚。同时，平台还应加强对主播和商家的培训和教育，提高他们的法律意识和商业伦理意识，引导他们自觉遵守相关规定。为了及时发现和处理违规宣传和广告行为，平台还应建立举报机制。消费者和公众可以通过举报渠道向平台反映违规宣传和广告的情况。平台应及时处理举报信息，对举报内容进行核实和调查，并根据调查结果采取相应的处理措施。同时，平台还应定期向公众公布违规行为的处理结果，接受社会监督。

4.3. 强化监管与执法力度

为了切实保障消费者的权益和推动直播带货行业的健康、有序发展，政府必须采取更为坚定和有力的措施来强化监管与执法力度。这不仅是维护市场秩序、保护消费者权益的必然要求，也是推动行业持续、稳定发展的关键所在。

首先，政府应建立健全一套全面、系统的监管机制和相关法律法规。这包括制定明确的行业标准，明确主播、平台和商家的责任和义务，确保他们在直播带货过程中能够遵循一定的规范。同时，政府还应制定详细的行为准则，规范主播和商家的宣传、广告和销售行为，防止虚假宣传、夸大其词和误导消费等现象的发生。此外，建立投诉举报机制也是必不可少的，让消费者和公众能够便捷地反映问题，为监管部门提供线索。

其次，监管部门应加强对主播、平台和商家的监督和管理。通过定期的检查和评估，监管部门可以及时发现和纠正违法违规行为，确保行业内的主体能够遵守法律法规和商业伦理规范。在监管过程中，监管部门应充分利用现代科技手段，如大数据、人工智能等，提高监管的效率和准确性。同时，监管部门还应加强与其他部门的合作与协调，形成合力，共同维护市场秩序。对于违反法律法规和商业伦理规范的行为，监管部门应依法进行查处和处罚。这包括对主播、平台和商家进行警告、罚款、没收违法所得等措施，形成有效的震慑作用。对于严重违法违规行为，监管部门还应依法追究相关人员的法律责任，维护法律的权威和尊严。

4.4. 提升行业自律水平

在直播带货行业蓬勃发展的当下，提升行业自律水平已成为推动其健康、稳定发展的关键所在。主播、平台、商家作为行业的核心参与者，应当共同努力，建立有效的约束和监管机制，共同维护行业的公平竞争环境和商业伦理规范[5]。

首先，主播和商家作为直播带货的直接参与者，应当自觉遵守商业伦理规范，恪守诚信原则。他们应当诚实守信，不夸大其词、不虚假宣传，确保所宣传的商品信息真实可靠。同时，他们应尊重消费者权益，保护消费者的知情权和选择权，不诱导消费者进行不必要的消费。主播和商家之间的竞争应当公平有序，避免恶意竞争、诋毁他人等行为，共同维护行业的良好形象。

其次，平台作为直播带货的重要载体，应当加强对主播和商家的管理和监督。平台应建立完善的审核机制，对主播和商家的资质、信誉等进行严格把关，确保他们具备从事直播带货的基本条件。同时，平台应加强对直播内容的监管，及时发现和纠正违法违规行为，确保直播内容符合法律法规和商业伦理要求。平台还应建立有效的投诉举报机制，鼓励消费者和公众对违规行为进行举报，及时处理和纠正问题。

最后，行业协会和组织在提升行业自律水平方面也发挥着重要作用。他们应积极推动行业自律机制的形成和完善，制定行业标准和规范，明确主播、平台和商家的责任和义务。行业协会和组织还应加强行业内部的沟通与合作，共同推动行业的健康发展。他们可以通过组织培训、交流、研讨等活动，提高主播、平台和商家的专业素养和商业道德水平，引导他们自觉遵守行业规范和法律法规。

5. 结语

直播带货这一行业方兴未艾，涌现出一大批热门主播，极大地激发了我国消费者的购物热情。然而，我们也不应忽视这一新兴行业在迅猛发展过程中所暴露的商业伦理问题。为了确保直播带货行业的持续繁荣，并充分发挥其对我国经济的积极推动作用，我们必须及时洞察并采取有效措施来应对这些挑战。只有这样，我们才能确保直播带货行业的长远发展，并为社会经济的稳步前行贡献更多力量。

参考文献

- [1] 刘平胜, 石永东. 直播带货营销模式对消费者购买决策的影响机制[J]. 中国流通经济, 2020, 34(10): 38-47.
- [2] 韩箫亦, 许正良. 电商主播属性对消费者在线购买意愿的影响——基于扎根理论方法的研究[J]. 外国经济与管理, 2020, 42(10): 62-75.
- [3] 高凯, 钟肖英. 电商直播带货产业高质量发展提升路径研究[J]. 商业经济, 2024(6): 53-57.
- [4] 徐超毅, 谷存. 电商平台代理直播带货中组织协同合作博弈研究[J]. 北京财贸职业学院学报, 2024, 40(2): 16-21.
- [5] 成海鹰, 伍雨欣. 大数据技术背景下的电子商务伦理建构探析[J]. 湖南工业大学学报(社会科学版), 2018, 23(1): 124-128.