

网络直播带货中不正当竞争行为规制研究

王 帆

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年6月28日; 录用日期: 2024年7月10日; 发布日期: 2024年8月20日

摘 要

随着我国互联网和电子商务的快速发展,网络直播带货逐渐成为社会大众普遍关注的热点,在疫情困难时期,直播带货如雨后春笋快速发展,成为了家喻户晓的新型购物方式,但新兴事物通常都伴随着一系列问题,网络直播带货中商家之间不正当竞争行为频繁出现,不但扰乱了正常的经济秩序,而且也损害了消费者的合法权益。目前我国对其行为法律规制冗杂,监管力度不足,导致直播带货市场秩序混乱,因此,本文拟对我国直播带货中不正当竞争行为法律规制现状、存在的问题及完善路径几个方面进行研究,寻求解决问题之道。即充分利用我国互联网大数据技术手段创新监管方式,强化法律的执行力度并建立直播黑名单制度以规范其不正当竞争行为,借鉴国外相关法律规制和实际可行的经验对网络直播带货中不正当竞争行为进行有效的规制,以推动我国直播带货行业健康有序发展。

关键词

直播带货, 不正当竞争, 法律规制

Research on the Regulation of Unfair Competition in Online Live Streaming

Fan Wang

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 28th, 2024; accepted: Jul. 10th, 2024; published: Aug. 20th, 2024

Abstract

With the rapid development of the Internet and e-commerce in China, online live streaming has gradually become a hot spot of general concern to the public, and in the difficult period of the epidemic, live streaming has sprung up and developed rapidly, becoming a new way of shopping that is well-known, but emerging things are usually accompanied by a series of problems, and unfair

competition between merchants in online live streaming has frequently appeared, which not only disrupts the normal economic order, but also damages the legitimate rights and interests of consumers. Therefore, this article aims to study the current legal regulation of unfair competition behaviors in live commerce in our country, the existing problems, and potential improvement paths, seeking solutions to these issues. This involves fully utilizing the innovative regulatory methods brought by our country's internet big data technology, strengthening the enforcement of laws, and establishing a blacklist system for live streaming to regulate unfair competition behaviors. Additionally, it suggests drawing on relevant legal regulations and practical experiences from abroad to effectively regulate unfair competition behaviors in online live commerce, thereby promoting the healthy and orderly development of this industry in our country.

Keywords

Live Streaming, Unfair Competition, Legal Regulation

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 问题的提出

随着互联网通讯技术的快速发展,直播带货逐渐走入人们的视野,为销售行业注入了新的活力,成为行业的热点[1]。直播带货是一种新型的网络经济模式,主要通过明星、网红等有一定粉丝量和影响力的人物,借助直播平台宣传和销售商品,从而带动相关行业和商业发展的一种经济模式,抖音、快手、微博、微信等是直播带货主要平台。

网络直播带货是大势所趋,经济的快速增长、通信技术的进步、诸多直播平台的涌现助推了直播带货业的发展,同时也推动了我国信息消费的增长,但随着直播带货快速发展的同时,其中存在的问题也日益显露,许多商家为了赚取高额利润,通过一系列不正当手段与同行业商家竞争,网络流量造假、直播间虚假宣传、雇水军刷单等不正当竞争行为频频出现,不仅扰乱了正常竞争的市场经济秩序,而且也严重阻碍直播带货行业的健康发展,除此之外,法律法规的相对缺失,监管部门权责不明,法律适用存在交叉等问题不断涌现,严重影响了我国直播带货业的有序发展。因此,明晰网络直播带货适用的法律法规,加强对直播带货业的监管以及借鉴相关国家的有益经验,不仅有利于我国构建正常有序的市场竞争环境,也有利于推动我国经济快速发展。

2. 网络直播带货不正当竞争行为界定

与传统不正当竞争相比,网络直播带货中的不正当竞争具有一般不正当竞争行为所应具备的特点,并有自身的特殊性[2]。

首先,相对于一般不正当竞争而言,网络直播带货不正当竞争具有行为实时灵活性,相对于传统上通过图片展示的网购而言,在直播带货过程中,主播与消费者能够进行实时交流,沟通和互动,借助互联网通讯技术,主播还可以及时向消费者展示商品的质量,对其商品的成分进行讲解和宣传,除此之外,主播还可以通过试穿,试用,试吃等方式生动的展示商品的效果,很大程度上增强了商品的宣传力度。同时主播在直播间虚假宣传商品,同行业商家进行数据造假、雇水军刷单等不正当竞争行为方式也具有实时灵活性。

其次,网络直播带货中违法成本低,尤其互联网技术的迅速发展为直播带货中不正当竞争行为提供

了快速便捷的途径,如在现实生活中商家只需 10 块钱即可购买到成千上万的视频播放量,100 元就能买上万个粉丝,主播在直播间几乎不用任何成本即可对商品进行虚假宣传。

再次,网络直播带货的行为主体具有复杂性和多样性。我国诸多网络直播平台没有对直播主体、时间和空间等各方面进行限制,只要注册有相关直播平台的账号任何人都可以进行直播,宣传商品,导致直播带货的门槛降低,参与的主体复杂多样,领域广泛。

最后,网络直播带货中不正当竞争传播速度快,覆盖范围更广。直播带货作为新型电子商务形态之一,2024 年 3 月 22 日,中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至 2023 年 12 月,我国网民规模达 10.92 亿人,较 2022 年 12 月新增网民 2480 万人,互联网普及率达 77.5% [3]。随着通讯技术的发展,参与到直播带货业的网民也逐渐增多,因此,就传统商家之间不正当竞争而言,直播带货中不正当竞争行为传播的速度快,覆盖的范围更广。

2.1. 网络直播带货中常见的不正当竞争行为类型

2.1.1. 数据造假行为

流量数据是商家取得顾客信任的关键因素,因此,许多商家为了博取观众的关注度,不惜使用数据造假的不正当竞争手段与同行业的商家竞争,破坏直播市场正常竞争的秩序。直播带货的兴起催生了一条灰色产业链,商家雇人增加直播间的观看、点赞和评论人数,制造虚假数据,刷成交量。其虚假繁荣现象容易让许多商家盲目跟风,从而致使直播带货业不正当竞争秩序靡然成风。

2.1.2. 虚假宣传行为

虚假宣传行为是经营者公开对交易标的做与实际不符的宣传,导致或足以使消费者对商品或服务产生错误认识的行为[4]。直播带货本质上是一种以实时直播为媒介,由主播通过声情并茂地介绍商品的外观、结构、性能等进行推销或服务[5]。直播带货将商品的宣传和销售行为融为一体,受《反不正当竞争法》《广告法》《电子商务法》等多个法律法规的规制,对于虚假宣传行为的定义和情形,散见于诸多法律法规,其中,《反不正当竞争法》第八条对虚假宣传进行详细的规定;《广告法》第二十八条罗列了构成虚假宣传的情形,《消费者权益保护法》第二十条中对经营者提供商品或服务提出了明确的要求,商品质量和性能应当全面真实,不能作虚假宣传。

但是在直播带货过程中,仍有不少主播利用直播不能直观展示商品的特点对商品进行夸大宣传,导致许多消费者购买的商品与宣传商品性能、质量上存在巨大的差异。

2.1.3. 雇水军刷单行为

用户对互联网平台的关注度,访问量是各互联网平台争相获取的关键资源,也是互联网平台实现经营利益的重要基础,为争夺数据流量,各互联网平台各施其法,竞争方式和手段层出不穷[6]。直播带货的大热,使刷单产业在直播间迅速繁衍,诸多商家和主播为了活跃直播间氛围和提升影响力,不惜花钱雇用水军虚刷直播间的粉丝数量和销售数量,雇水军刷单成为了行业“潜规则”。直播带货商家使用 QQ、微信等聊天软件,以号称兼职的方式组织学生、失业人员等社会闲散人员在直播平台上为其刷单,增加虚假的围观人数,冒充消费者下单,虚构交易之后再以退货的方式增加店铺的名气。涉案人员使用虚假流量刷单的方式,帮助许多商家虚增直播间围观人数、粉丝量。由此观之,在直播带货快速发展的同时,商家之间为争夺流量而不惜雇水军刷单的行为屡见不鲜。

2.1.4. 市场混淆行为

市场混淆行为也称为欺骗性交易或仿冒行为,是指经营者采用假冒或模仿等不正当手段,使其商品或服务与他人的商品或服务相混淆,从而误导购买者的行为[7]。《反不正当竞争法》第六条对市场混淆

行为作了详细的规定，即经营者利用与他人相同或相似的特定商业标识，让人误以为两者存在特定联系的行为[8]。在网络直播带货过程中，市场混淆行为主要表现为主播采用假冒的不正当手段，使其商品与他人的商品相混淆误导消费者购买的情形。

2.2. 网络直播带货不正当竞争行为后果

2.2.1. 监管难度增大

随着互联网技术的不断发展，由于网络直播带货传播速度快和实效性强，相关部门对直播平台的监管难度日益增加，对于直播带货内容的监管更是难上加难。在全民直播的时代，每天对成千上万场直播进行实时有效的监管难度显而易见，对于主播在直播间虚假宣传商品或雇水军刷单的不正当竞争行为证据也难以取证，因此，直播带货中不正当竞争的行为会导致相关部门监管的难度大增。

2.2.2. 危害直播行业健康发展

在通讯技术和电子商务快速发展的时代，直播带货作为一种新型的经济发展模式，其入行的门槛较低，没有准入资格限制，在以流量数据为获取认可的时代，许多“网红”主播为了博取大众关注，一味追求庞大的播放量，用夸张的表演方式吸引人们的关注，以此助推商品销售。更夸张的是有的主播大肆宣扬拜金主义的错误思想，散布谣言，除此之外，很多主播在直播间公然销售假冒伪劣商品的行为，严重影响了直播带货行业健康发展，扰乱了正常商业网购秩序，损害了消费者的合法权益，导致网络直播不良的社会风气和价值观出现偏差。

2.2.3. 损害消费者合法权益

直播带货的不正当竞争手段随着互联网的发展呈现出多元化，流量数据造假，雇水军刷单等行为，适应了新的科技的发展，手段日益多样化。随着行业竞争越来越激烈，电商经营者更可能利用各种手段进行不正当竞争，直播带货商家之间的不正当竞争，致使诸多商家为了提升店铺和商品的影响力，运用诸多手段，比如通过虚假宣传，夸大产品的功效吸引更多的消费者，通过数据造假，雇水军刷单等不正当的行为，利用消费者的从众心理，增加粉丝量和下单数量，夸大产品功效，引导消费者盲目购买劣质商品，除此之外，因为监管部门不清晰，导致消费者权益受到侵害时，无法及时寻求相关部门帮助，从而损害消费者合法权益。

3. 网络直播带货不正当竞争行为法律规制现状

面对迅速发展的网络直播经济，我国关于规范直播带货的法律显现出明显的滞后性，为保障直播带货行业的有序发展、良性竞争及保障消费者合法权益，明晰直播带货适用的法律法规是很有必要的，因此，借助法律手段对直播带货这一新型行业进行规制刻不容缓。

3.1. 我国法律规制现状

2020 年以来，我国网络直播带货发展迅猛，受到了全国人民的共同关注，我国许多部门相继出台规范直播带货的法律法规。在具体法律规制上，对网络直播带货行为规制大多通过有关互联网的相关规定和《反不正当竞争法》《广告法》《电子商务法》《消费者权益保护法》等法律加以规范，以及行业自律规范进行约束。由于我国对直播带货法律规定未成体系，散见于诸多法律法规当中，因此，相关部门在监管时容易出现用权混乱、法律适用困难、监管不到位等难题。当前，我国对网络直播带货的相关法律规范缺乏体系性、其内容繁杂，监管部门权责划分不明确，权力存在交叉重合等现象普遍存在，许多规定只是行业规范，没有法律强制力，法律实践差[9]。

3.2. 域外法律规制现状

美国对于网络直播的监管主要将行业自律与市场调节相结合,法律作为辅助手段的同时鼓励自律机制的建设去协调政府和网络直播产业之间的关系,同时也会制定相应的税收政策鼓励企业、民间团体或者组织自觉的抵制一些不良信息。美国针对网络直播的监管立法大致从联邦和州两个方面进行管理,联邦对于网络直播的法律体系已相对较为成熟,从宏观到微观层面规范制定了许多法律[10]。美国在直播中更注重对未成年人的保护,先后通过了《通讯内容端正法》《儿童互联网保护法》等多部法律,其中还包括互联网基础的计算机技术、知识产权、未成年人保护、隐私保护等。

德国对网络监管较为严苛,尤其是对网络直播的监管。根据德国《广播电视州际协议》的规定,私人经营广播服务的,须向主管州媒体管理机关申请获批许可,才可以提供广播电视服务,直播平台需要申请牌照并获得许可才可以进行直播。2017年通过的《社交媒体管理法》对德国境内的社交媒体平台建立严格的内容审查监管机制,不断打击网络违法言论,在追究违法个人刑事责任的同时,也会严厉处罚平台监管不到位,对违法的平台处以高额的罚金。

英国对网络直播的监管主要是成立行业自律组织,对其行为进行监管。英国作为互联网发展较早的国家,对互联网媒体的管理主要从立法和行政管理入手,1996年以前主要颁布相关的法规来规制互联网犯罪行为,包括《青少年保护法》《禁止泛用电脑法》《录像制品法》等;2017年《数字经济法》中更是提到将分级制度普及到了网络直播监管之中,并设立严格的验证制度[10]。此外,英国自治的监管组织,即英国电视点播协会,制定了专门规则来处理主播的准入许可、投诉、经济处罚等内容。

4. 我国法律规制存在的问题

4.1. 法律规定不够明晰

从我国立法现状看,对网络直播带货主体的责任划分、不正当竞争行为的规制都没有成体系的规定,其行为主要通过《消费者权益保护法》《产品质量法》《广告法》《反不正当竞争法》《电子商务法》《网络安全法》等法律,以及《计算机信息网络国际联网安全保护管理办法》《互联网直播服务管理规定》《互联网信息服务管理办法》《互联网文化管理暂行规定》《网络表演经营活动管理办法》等法规、规章来加以调整和约束[11],其行为所涉法律规范交叉繁杂,缺乏体系。

4.2. 法律规制交叉竞合,具体适用困难

网络直播作为新兴的产业,在法律规制适用方面仍存在适用困难的问题,因此在实践当中,难免会出现《反不正当竞争法》与其他相关法律在适用上产生分歧的现象,如常见的与《知识产权法》和《广告法》的竞合。

4.3. 监管力度不够,监管部门权责不明

网络直播带货监管部门涉及国家互联网信息办公室、国家市场监督管理总局、市场监管部门、文化和旅游部、工业和信息化部、公安部等部门,在目前实践中,以上各部门均有权监管,但目前实践中的情况是上述的各部门之间尚未形成合力,缺乏科学统一的管理机制和联动机制。在对直播带货进行监管的过程中,监管部门之间权责不明晰,相互推诿责任的现象屡见不鲜,因此,监管难也成直播带货中的一大难题。

5. 网络直播带货不正当竞争行为规制完善路径

5.1. 强化法律规范的执行力度

目前,我国对直播带货的规制有一系列的自律性规范,如《网络直播营销行为规范》《视频直播购

物运营和服务基本规范》《网络直播和短视频营销平台自律公约》《直播电子商务管理规范》等，但规范的落地执行力度不足，行业自律监管懈怠。因此应加强对其法律规范的执行力度，加强对直播带货中不正当竞争行为的监管和惩罚力度，引导直播从业人员有序规范发展。

5.2. 借鉴国外相关监管模式

随着互联网的快速发展，网络直播在许多国家逐渐兴起，诸多国家通过制定和完善相应的法律法规，通过一系列技术手段监管直播市场，规范了直播业的健康发展，为我国直播带货的平台监管模式提供了有益的经验。

首先，借鉴美国对直播行业的规定，我国直播带货监管部门应该对直播带货行业加强管理，设定直播带货准入条件，对销售主播的资格进行严格审查。其次，汲取德国有效的监管经验，建立严格的直播带货内容审查监管机制，对直播带货平台实行严格的申请认证程序，加大对直播带货平台和直播身份资格的认证。除此之外，加大对网络直播带货中违法现象的惩罚力度，以更好的打击网络直播带货中存在的违法违纪的现象。最后，直播带货监管的各个部门应明确职责，设定合理的规则，细化监管的范围和内容，充分衡量参与主体之间的关系，借鉴英国设立专门打击网络犯罪的部门或设立专门的监管机构，统一行使职权，对直播带货过程中违法行为予以有效及时监督。

5.3. 创新大数据监管方式

随着我国 5G 通信技术、人工智能、互联网大数据不断的完善和发展，利用我国现有的技术和手段，充分利用大数据对网络直播带货中各类不正当竞争行为加强预警、数据分析，加快数据整合，提示消费者存在信用风险商家，运用大数据、人工智能等技术手段进行监测，对商家在直播中适用的“最好”“全网第一”“史上最低价”等涉及虚假宣传的词汇进行定位到直播的商家，进行查处和惩罚，充分利用大数据的手段，提升监管执法水平。

5.4. 确立网络直播行业黑名单制度

我国网络直播监管部门可以充分利用现有技术或与相关企业合作构建网络直播平台，将网络直播带货中存在信用风险的商家或直播平台进行公示，提示消费者存在不良信用的商家；构建黑名单制度，将严重违法违规的直播营销人员及商家之间进行的不正当竞争行为或破坏公序良俗造成社会恶劣影响的人员或商家列入黑名单，对直播号进行一定期限或永久的封号，同时处以相应数量的罚款，严厉惩治直播带货中存在的不正当竞争或违法违规行为。

6. 结语

作为一种商业营销模式上的创新，直播间购物逐渐受到广大人民群众的关注和追捧，直播带货不仅能够冲破现实的阻碍，也能带动相关产业的发展。

随着直播带货热潮的出现，直播带货中一系列不正当竞争行为依旧存在，因此，要实现直播带货行业的良性发展，首先要强化现有的法律规范的执行力度，对直播带货中平台、主播和带货公司等各个主体的权责进行明确的解释和划分；其次构建完善的监管体系也十分重要，具体而言，要明确完善相关的法律制度，加强对行业性自律规范的使用，明晰直播带货中法律监督的主体，必要时开展多部门联合执法和专项整治活动，构建多部门协同治理机制；加大对直播平台，主播资格审核，监管部门勇担职责，加大监管力度，依法从严查处。最后，要充分利用人工智能，大数据手段，对直播带货过程出现的违反市场正常竞争秩序的行为进行实时监管，充分调动平台，民众一体化监督。直播平台也需提高准入标准，主动建立带货主播的信用评价体系，重点整治违法违规的带货主播，情节严重的列入黑名单，对存在信

用风险的商家或主播进行信用公示。只有通过各种有效的措施对直播带货这一新兴的行业进行规范,这一新业态才能健康发展,走向良性循环,推动我国电子商务和经济发展。

参考文献

- [1] 魏然. 网红经济热现象分析[J]. 理论观察, 2016(9): 54-55.
- [2] 蔡竣. 网络直播中不正当竞争行为法律规制研究[D]: [硕士学位论文]. 绵阳: 西南科技大学, 2019.
- [3] 第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL].
<https://www.cnnic.net.cn/n4/2024/0322/c88-10964.html>, 2024-04-10.
- [4] 陶一鸣, 张昊. 经济法[M]. 北京: 人民法院出版社, 2005.
- [5] 梁宸瑜, 曹云露, 马英. 直播带货: 让你的流量持续低成本变现[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2020.
- [6] 刘瑛, 王玄, 李晓华. 互联网平台运营法律实务[M]. 北京: 法律出版社, 2020.
- [7] 舒孚. 踢走风险, 电商生存与维权法则[M]. 北京: 法律出版社, 2020.
- [8] 《中华人民共和国反不正当竞争法》第 6 条[EB/OL].
https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgknr/fgs/art/2023/art_3737890d856a4e44a8ea07c50c90c116.html, 2024-04-10.
- [9] 殷晓晨. “直播带货”相关法律问题研究[J]. 现代商贸工业, 2020, 41(19): 139-141.
- [10] 高荣伟. 国外网络直播相关法律法规[J]. 检察风云, 2018(22): 18-19.
- [11] 朱婉婉. 网络直播中不正当竞争行为的法律规制[J]. 牡丹江大学学报, 2019, 28(9): 16-18, 67.