E-Commerce Letters 电子商务评论, 2024, 13(3), 8404-8411
Published Online August 2024 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2024.1331030

Hans汉斯

网络直播带货模式下销售伪劣商品行为的刑法规制

孙琪翔

南京信息工程大学法政学院，江苏 南京

收稿日期：2024年6月7日；录用日期：2024年6月21日；发布日期：2024年8月22日

摘　要

随着网络直播带货模式的兴起，伴随而来的伪劣商品销售问题日益严重，对市场和消费者权益造成了显著影响。本文通过系统的分析揭示了网络直播销售伪劣商品的特点和成因，探讨了法律责任的界定复杂性和监管的不足，并提出了一系列针对性的治理对策，例如完善相关法律法规、强化平台责任、提高消费者自我保护意识，以及加强科技在监管中的应用等，旨在为治理网络直播带货中的伪劣商品问题提供有力的策略和建议。

关键词

网络直播带货，销售伪劣商品，刑法规制

Criminal Legal Regulation of the Sale of Sham and Shoddy Commodities under the Live Commerce Model

Qixiang Sun

School of Law and Politics, Nanjing University of Information Science & Technology, Nanjing Jiangsu

Received: Jun. 7th, 2024; accepted: Jun. 21st, 2024; published: Aug. 22nd, 2024

Abstract

With the rise of the live commerce, the accompanying problem of the sale of sham and shoddy commodities has become increasingly serious, which has significantly affected the market and the rights and interests of consumers. This paper reveals the characteristics and causes of the sale of

文章引用: 孙琪翔. 网络直播带货模式下销售伪劣商品行为的刑法规制[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 8404-8411.
DOI: 10.12677/ecl.2024.1331030

sham and shoddy commodities on live commerce through systematic analysis, explores the complexity of defining legal responsibility and the inadequacy of regulation, and proposes a series of targeted governance countermeasures. By improving relevant laws and regulations, strengthening the responsibility of platforms, raising consumers' awareness of self-protection, and enhancing the application of science and technology in supervision, this paper aims to provide powerful strategies and suggestions for the governance of the problem of sale of sham and shoddy commodities in live commerce.

Keywords

Live Commerce, Sale of Sham and Shoddy Commodities, Criminal 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. 引言

随着互联网的快速发展，网络直播带货已成为当下热门的销售方式，给商家、带货主播、消费者等群体带来新的发展红利，为商家销售商品、提供服务，为带货主播流量变现，为群众享受优质、低价商品提供了可能。然而，随着其快速增长，伴随而来的问题也日益突出，一些不法分子趁机钻法律和政府部门监管的漏洞，将一些假冒伪劣商品混杂其中，严重损害了消费者的权益和市场的公平性，增加了消费者的交易风险。

2023 年，全国检察机关批准逮捕假冒伪劣商品犯罪 8503 件 14,560 人，起诉 18,777 件 38,936 人，反应出我国涉伪劣商品犯罪的严重性。作为伪劣商品犯罪的高发地带，重点打击网络直播带货中涉嫌伪劣商品犯罪成了政法机关的重点任务。最高检决定自 2024 年 3 月至 12 月在全国检察机关开展“检护质量安全 2024”专项行动 [1]，该专项行动首要重点任务就是依法从严打击生产、销售伪劣商品犯罪，尤其是网络营销、直播带货等新业态下与人民群众生活密切相关的常见伪劣商品违法犯罪，深挖原料源头和生产销售链条，全面保障商品质量安全。

2. 直播销售伪劣产品行为的整体概况

从 2016 年“直播元年”开始，网络直播便以势如破竹之势渗透到各行各业。在网络直播的加持下，网络直播带货成为当下最具优势的网络经营模式之一。但同时，依托于网络直播带货的销售伪劣产品犯罪有着犯罪对象广泛、法律责任界定复杂、高度技术依赖性等独特之处，较于传统模式，该类犯罪行为的打击和治理难度更大。

2.1. 广泛性与即时性

网络直播带货的广泛性与即时性标志着电商营销方式的革新，也显著改变了商品销售的地理和时间限制，从而为伪劣产品的销售提供了未曾有的扩散途径。网络直播带货平台通过“无地域界限”的特性使得直播内容能瞬间触及全球各地的消费者，前所未有的覆盖范围让政府监管难度倍增，体现在执法主体的适当性、管辖权有无等方面。同时，直播的即时性放大了这一问题，在直播过程中产品信息和交易几乎在同一时间内传递给成千上万的观众，无论是平台还是政府，要做到实时监控、甄别、实施有效干

[1] 参见最高人民检察院重点推荐：最高检：开展“检护质量安全 2024”专项行动，来源网站：最高人民检察院，网址：https://www.spp.gov.cn/zdgz/202403/t20240307_647775.shtml，发布日期：2024 年 3 月 7 日，最后访问日期：2024 年 5 月 10 日。

预均显然是一项不可能的任务。

另外，直播带货的即时互动性质进一步加剧了伪劣产品犯罪的潜在可能性。主播在直播中通过展示、试用、回答观众提问等方式推销产品，这种形式的互动增加了观众的参与感和信任感，从而降低了他们对产品质量的警觉性。不法商家和主播利用这种信任感，借助精心设计的脚本和场景，误导消费者购买质量低劣甚至有害的产品，而消费者在这种高度互动的环境中做出购买决策的时间大大缩短，往往基于冲动而非理性考虑，增加了受骗的风险。

同时，直播带货的广泛性和即时性还使得传统的消费者保护措施难以奏效。消费者在直播中遇到问题时，往往难以获取有效支持和迅速解决。现实中在极短的时间内处理好投诉，对消费者权益保护机构的响应速度和处理能力提出了更高要求。

2.2. 法律责任的复杂性

在网络直播带货销售伪劣产品的背景下，法律责任的界定复杂性主要体现在以下方面。首先，网络直播带货的模式涉及多个参与者，不限于主播、供应商、平台运营商以及技术服务提供者，每个角色在商品交易过程中的责任和影响力各不相同，参与者的多样性使得在出现法律问题时，责任归属常常难以明确。

从主播角度看，其往往是产品信息的直接传递者和影响消费者购买决策的关键人物[1]。然而，主播在直播中多依赖供应商提供的产品信息，可能对产品的真实性和合法性缺乏充分的了解。在实践中，若产品涉及欺诈或质量问题，主播可能因未能尽到合理的审查和披露责任而面临法律责任，但他们常常辩称自己是信息的传递者，主观上属于认知错误，无犯罪故意，从而达到脱罪的目的。

对于平台运营商，尽管他们提供交易的场所和技术支持，但在现行法律框架下，平台的责任往往依据其对交易过程的控制程度和对犯罪行为的知情程度来判定。平台方面往往采取措施表明自己只提供技术服务，并尽力规避直接参与商品的销售和质量保证，因此在实务中，平台对于网络直播带货中销售的伪劣产品是否应承担责任，仍存在较大争议。

供应商作为产品的直接提供者，原则上应对产品质量负责，但在直播带货的模式下，供应商可能通过主播将责任外推，特别是在供应链透明度不高的情况下，追溯产品来源和责任变得更加困难[2]。此外，由于网络直播带货的跨地域性，涉及的法律执行力度可能因地域而异，不同地区对于涉销售伪劣产品犯罪侦查打击的能力和决心也不同，从而导致犯罪的侦查和打击效果不明显。

因此，在这种多方参与且角色分工模糊的电商模式中，明确各方的法律责任成为了一个立法和执法上的挑战，不仅要求立法者对现有法律进行修订和完善，确保法律责任追究的适当性，同时也要求法院和监管机构在审理和监管实践中，准确把握直播带货模式下的责任分配，平衡保护消费者权益与促进电商创新的关系。

2.3. 高利润驱动性

在网络直播带货的环境下，高利润驱动是不可忽视的因素，它在很大程度上激发了市场参与者推销伪劣产品的行为。网络直播带货作为一种新兴的销售模式，能够使产品在极短的时间内达到极大的销售量，从而为商家带来丰厚的利润，快速的销售转换率，加上相对较低的操作成本，构成了一种强大的经济激励，“促使”某些不法商家和主播选择销售伪劣产品以获取更高的利润。

由于伪劣产品往往成本较低，而通过网络直播带货平台的销售模式，这些产品可以被包装和推广为高价值商品，从而实现高额的价格差异。例如 2020 年快手平台主播辛巴团队带货假燕窝，将成本 4 元的燕窝以 40 元的价格售卖，销售价格远远高于实际价值[2]。在另外一些案例中，产品的实际成本可能也只

[2]参见腾讯网：“假燕窝事件”处理结果，辛巴被判赔偿八千万，曾被指威胁消费者，来源网站：腾讯网, 网址：https://new.qq.com/rain/a/20220114A0D0R100，发布日期：2022 年 1 月 14 日，最后访问日期：2024 年 5 月 10 日。

占其销售价格的极小部分，而差额则转化为了直播平台、主播和供应商之间的利润。这种高额利润的诱惑使得法律和道德的界限往往被忽视，而消费者的权益也因此受到损害。

此外，网络直播带货的高利润吸引了大量资本的涌入，使得竞争日益激烈。在这种压力下，一些主播和平台可能会选择牺牲产品质量和消费者利益来维持或增加市场份额，不仅影响了市场公平竞争环境，还会降低公众对在线购物安全信心，增加了对电商行业监管的难度。

2.4. 高技术依赖性

网络直播带货的技术依赖性显著地体现了现代电子商务的特点，其中高度依赖于先进的信息技术和数字化工具以优化用户体验并驱动销售。直播平台使用复杂的算法来管理用户数据、个性化推荐产品以及优化搜索结果，使消费者更易被吸引并进行购买决策。同时，这种技术依赖性也为伪劣产品的销售创造了可乘之机。

首先，直播平台的算法优化可以增加特定产品的曝光率。通过精确的目标广告和商品推荐，平台能够根据用户的浏览和购买历史，推送他们可能感兴趣的产品。不法商家通过技术手段操纵这些算法，使伪劣或低质量产品更频繁地出现在潜在客户的推荐列表中，从而提高这些商品的销售概率。其次，网络直播带货的互动性本质上依赖于流媒体技术和实时数据处理技术的发展。这种技术使得主播可以实时与观众互动，回应其需求或疑问，从而建立信任并推动即刻购买。然而，这也为不法商家提供了一个利用直播短暂性和观众冲动购买心理来销售伪劣产品的机会。由于交易的即时完成，消费者难以充分验证产品的质量，增加了购买伪劣商品的风险。此外，技术的高度依赖还带来了数据安全和隐私的问题。直播平台收集大量的用户数据，包括个人偏好、购买行为和观看习惯等，不法商家可能利用这些数据来识别和针对特定群体，推销伪劣产品、实施精准化的网络电信诈骗。

3. 违法行为的原因溯源

3.1. 法律法规滞后

在网络直播带货领域，法律法规的滞后性是一个显著问题。现有的法律框架在制定之时未能充分预见到网络技术特别是网络直播技术的迅猛发展及其商业应用的复杂性[3]，导致在应对网络直播带货中出现的犯罪行为显得力不从心。

网络直播带货作为一种新兴的电商形式，其实时互动和边界模糊的特性给传统的法律监管带来了前所未有的挑战。首先，现行法律对于网络直播销售的具体操作模式、责任界定以及监管要求缺乏明确规定，使得执法机关在处理涉及网络直播带货的商业欺诈、知识产权侵犯、个人隐私保护等问题时缺乏法律依据。例如，网络直播带货中产品质量问题频发，但现有的消费者权益保护法律未能明确规定直播平台和主播的责任，导致消费者权益难以有效维护。

此外，法律对于网络直播中的广告行为规制不足，尤其是在广告内容的真实性和合法性要求上。网络直播带货中的产品推介往往涉及夸大宣传甚至虚假信息，而现有的广告法并未对此类即时发生的广告行为设立特别条款[4]，使得监管部门在实际操作中难以界定和追责，而刑事法律对这一块亦未出台相关的司法解释，无法以更重的诈骗罪进行约束。同时，随着跨境电商的兴起，网络直播带货的国际化特征也带来了新的法律适用和国际协作问题，现行法律在处理跨境消费者权益保护方面存在明显短板。

3.2. 监管缺失

在网络直播带货领域，监管的缺失是导致伪劣产品泛滥和消费者权益受损的重要原因之一。尽管网络直播带货以其创新性和便捷性迅速走红，成为电商领域的重要力量，但相应的监管措施却未能及时跟

进，形成了监管的真空区。

首先，对网络直播带货内容的监管不足。直播平台的内容审核机制尚未完善，缺乏有效的过滤和预防机制来识别和拦截不实信息或违规广告。直播的即时性和流动性使得传统的内容监管方法难以适用，监管部门往往难以在第一时间内对违规行为进行识别和处理。其次，对直播平台的责任界定不清。直播平台在很多情况下被视为中立的技术提供者，其在直播带货中的责任和角色并未明确规定。这种模糊的责任归属使得平台在面对销售伪劣产品的问题时可能采取回避态度，不积极采取措施防范和打击违规行为。平台的这种袖手旁观态度，间接助长了不法商家利用网络直播带货售卖伪劣产品的行为。再次，对主播和供应商的监管不力。虽然主播是直播带货的直接执行者，但对其进行的职业培训和法制教育不足，缺乏对质量控制和法律责任的明确指导。供应商作为商品的直接来源，其在直播中往往隐藏于幕后，监管部门很难追踪到具体的供应链信息，导致伪劣产品流入市场。最后，缺乏跨部门的协调和合作。网络直播带货的监管涉及消费者保护、市场监管、信息安全等多个领域，需要不同部门的密切配合。然而，现有的监管体系中往往存在部门间的信息壁垒，缺乏有效的协调机制，使得监管措施难以形成合力，影响了整体的监管效果。

3.3. 消费者识别能力弱

在网络直播带货的环境中，由于直播平台的即时性和互动性，以及消费者对于网络带货主播的信任和依赖，消费者识别能力的弱化显著影响了他们的购买决策。虽然网络直播带货提供了一个便捷且互动的购物体验，但这种模式也极大地依赖于消费者对主播的信任，很少有机会对产品进行实际的审查或验证。这种情况对于识别伪劣产品尤其不利，在直播的过程中，产品信息主要由主播提供，而消费者往往难以独立验证这些信息的真实性。

首先，直播带货的即时性意味着消费者在作出购买决定的时间非常有限。在这种快速的购物环境中，消费者常常依赖主播的推荐和展示来判断产品的质量和功能，缺乏足够的时间和资源来进行深入的比较和评估。加之主播常用的营销策略，如限时折扣和观众互动，进一步促使消费者做出快速决策，减少了他们识别产品质量的机会。其次，直播带货的互动性虽然增加了购物的趣味性，但也可能导致消费者对信息的判断变得主观。主播通过建立个人魅力和信任感来影响观众，消费者在这种人际影响下可能会忽视对产品实质性质疑。再次，社交元素如观众评论和互动也可能影响消费者的判断，尤其是当这些评论被操控或由不真实的用户生成时。最后，直播平台上的产品展示往往缺乏透明度。不法商家可能通过修改图像或视频、夸大产品效果等方式误导消费者，而消费者在直播环境中无法像在实体店那样亲自检查产品。直播带货的另一个问题是缺乏标准化的产品信息和描述，不同的直播平台和主播可能会以不同的方式描述同一产品，这不仅增加了消费者比较产品的难度，也降低了消费者识别伪劣产品的能力。

3.4. 犯罪成本低

在网络直播带货的领域中，犯罪成本低是另一个核心问题。由于技术进步和市场的快速扩张，直播平台已成为销售伪劣产品的有效渠道，而相对较低的犯罪成本和缺乏严格的法律惩罚则进一步助长了这种现象。

首先，直播带货的操作成本相对较低。与传统的零售或电商模式相比，直播带货不需要复杂的物理店面或大规模的库存系统，主播只需通过网络连接即可接触到广大消费者。这种低门槛的市场准入为不法商家提供了机会，他们可以通过少量的初期投资迅速进入市场，销售低质量或伪劣产品以追求高额利润。其次，直播平台的监管缺失增加了犯罪行为的隐蔽性。由于直播内容的即时性和流动性，监管机构很难对所有直播内容进行实时监控。这为不法商家提供了可乘之机，他们可以在直播中通过各种手段美

化或夸大产品特性，而这些行为往往在法律的灰色地带，难以被及时发现和取证[5]。再次，法律惩罚的轻微也是犯罪成本低的一个重要原因。在许多情况下，即使伪劣产品销售者被捕获，所面临的法律后果也相对较轻，如罚款或轻罪刑罚，与所获利益相比，这些惩罚并未形成足够的威慑效果。同时法律在具体操作层面存在漏洞，如责任认定不清、证据要求过高等，这些都使得追诉和惩罚不法行为变得更加困难。最后，不法商家往往利用复杂的供应链和匿名性强的网络环境逃避法律责任。他们可能通过多层次的供应商和分销商进行操作，隐蔽产品的真实来源，或者在网络上使用假冒身份进行交易，大大增加了执法的难度。

4. 规范直播售货行为的对策建议

4.1. 完善法律法规建设

在应对网络直播带货中伪劣产品问题时，完善法律法规建设是一个关键的措施。目前，作为一种新兴的商业模式，网络直播带货的迅速发展超出了现有法律框架的覆盖范围，导致很多与直播带货相关的法律、法规显得不够完备或者适应性不强。因此，制定专门针对直播带货平台的法律规范变得尤为迫切，以保障消费者权益、维护市场秩序和促进健康的行业发展。

一是立法需要明确网络直播带货的法律地位和定义，将其纳入正规的电商法律体系中[6]。这包括对直播带货的操作模式、参与者责任、产品质量控制、广告行为以及消费者权益保护等方面进行详细规定。例如，可以通过修订《消费者权益保护法》和《电子商务法》，明确网络直播销售中的信息披露义务、退换货政策以及违法行为的法律后果。

二是针对直播带货中常见的问题，如虚假宣传、伪劣产品销售和主播责任问题，立法应提供明确的界定和严格的处罚措施。例如，制定严格的产品入驻标准和审核流程，确保所有销售产品在上线前经过严格的质量检验。同时，对于在直播中故意夸大产品效果或隐瞒产品缺陷的行为，应设定高额罚款和可能的刑事责任，以增强法律的威慑力。

三是立法还应关注消费者教育和权益保护机制的建立，包括增强消费者对于网络购物风险的认识、提供更多的资源和渠道以帮助消费者了解他们的法律权利和如何维权。同时，建立快速有效的消费者投诉和纠纷解决机制，特别是针对跨境电商的特殊问题，确保消费者在遭遇问题时能快速得到解决。

四是考虑到网络直播带货具有国际性的特点，立法还需要与国际法律接轨，与其他国家和地区的监管机构进行合作，共同打击跨境的违法行为，保护消费者权益。通过国际合作，共享监管资源和信息，可以更有效地打击利用直播带货进行的跨国犯罪活动，维护全球消费者的共同利益。

4.2. 加强平台监管

加强对网络直播带货平台的监管是确保电商市场健康发展和保护消费者权益的关键。在当前的监管框架下，直播带货平台往往作为信息服务提供者存在，这种角色定位导致其在很多情况下能够规避传统零售商所承担的法律责任。然而，随着网络直播带货的兴起和对消费者影响的增加，现有的法律和监管措施显得不足，需要对平台的责任和监管标准进行明确和加强。

第一，监管机构需确立平台在直播带货中的责任，将其从单纯的信息服务提供者转变为对直播内容负有一定监督责任的主体。这意味着平台不仅负责管理用户和主播的行为，还需对所提供商品的质量和安全负责。例如，平台应实施严格的商品入驻审查机制[7]，确保所有销售商品都符合国家标准和行业规定，对于涉嫌伪劣的商品要及时下架并进行调查。

第二，加强平台监管需要完善技术手段的应用。监管机构可以借助大数据和人工智能技术，对平台的交易数据进行实时监控和分析，及时发现异常交易模式和潜在的违规行为。例如，通过分析商品退货

率、消费者投诉和评价等数据，可以有效识别出销售伪劣产品的商家和产品。

第三，监管政策应鼓励和要求平台建立更加透明的信息披露机制。平台应向消费者提供全面的商品信息，包括产品的来源、成分、生产日期和有效期等，确保消费者能够做出明智的购买决策。同时，平台应公开其审核商家和商品的标准和流程，增加平台操作的透明度，让消费者和监管机构能够对其进行有效监督。

第四，加强平台监管还应包括建立健全的责任追究机制。在平台未能履行监管职责，导致消费者权益受损时，监管机构应能够依法对平台进行处罚，包括但不限于罚款、暂停业务、撤销许可等措施。此外，平台应设立有效的消费者权益保护机制，如设立消费者保障基金，为受害消费者提供赔偿。

4.3. 提高消费者意识

在网络直播带货的环境中，提高消费者意识是防范伪劣产品和保护消费者权益的关键环节。消费者往往在充满吸引力的直播环境中作出快速购买决策，这种决策往往缺乏对产品详细信息的深入了解和评估。因此，教育消费者如何在这种新兴购物环境中保持警觉，成为了维护市场健康和保护消费者利益的必要措施。

首先，提高消费者意识需要从增强其识别伪劣产品的能力做起。这包括教育消费者识别广告中的夸大或虚假声明，理解和检查产品标签、认证标志等。消费者教育项目可以通过各种媒介，如在线研讨会、信息指南和互动应用程序，向消费者普及如何验证产品来源和真伪的方法。这些教育内容应涵盖如何核实商家的信誉、读懂用户评价、辨别可能的欺诈行为等。

其次，强化消费者对自身权利的认识同样重要。消费者应明白自己在遭遇欺诈或购买伪劣产品时的权利和可采取的行动。这包括退货权、投诉渠道和法律救济等。相关的消费者保护组织和政府部门应加大力度，通过公共宣传活动和在线信息平台，向消费者普及这些知识。

再次，鼓励消费者在购买过程中采用批判性思维非常重要。在直播带货的环境下，消费者往往受到主播的影响力和即时优惠的诱惑，容易忽略对产品质量的审视。消费者教育应包括培养消费者的独立思考能力，使他们能够从一个更客观的角度评估产品和销售信息，而不是盲目跟随主播的推荐或是被即时促销所吸引。

除此之外，提高消费者意识还需要加强与技术的结合，利用技术工具帮助消费者做出更明智的购买决策[8]。例如，可以开发和推广智能购物助手应用，这类应用能够在消费者浏览产品时提供实时的价格比较、产品评价汇总和质量警报等功能。

最后，创建一个开放透明的市场环境是提高消费者意识的基础。监管机构应确保直播平台公开其商业模式、合作品牌和产品来源信息，使消费者能够在充分信息的基础上做出决策。加强市场透明度不仅有助于消费者做出更为理智的购买选择，也促进了健康竞争和市场的自我纠正机制。

4.4. 加重刑事处罚力度

在应对网络直播带货平台销售伪劣产品的问题中，加重刑事处罚力度是一个关键对策。这一措施的目的在于通过设定严厉的法律后果，增强法律的威慑力，从而遏制不法分子利用直播平台进行非法活动。在当前法律体系下，许多与直播带货相关的违法行为处罚尚未达到足以产生有效威慑的程度，这不仅容易使违法成本低廉，还可能助长违法行为的频发。

首先，应重新评估与直播带货相关的刑事罪行的处罚标准。对于故意销售伪劣产品的行为，应明确划定其刑事责任，确保相关罪行的刑罚与其对社会和消费者造成的潜在危害相匹配，包括对直播带货中涉及欺诈、虚假广告、知识产权侵犯及消费者权益侵害的行为实施更严厉的刑事处罚，如提高罚金、延

长刑罚期限等。

其次，需要制定特定的立法措施来加强对直播带货平台的法律责任。例如，可以引入法律规定，要求直播平台对在平台上销售的所有产品负有一定的监管责任。一旦平台未能履行这一职责，导致伪劣产品流入市场，相应的平台及其主要管理人员也应承担刑事责任。这样的规定不仅增加了平台的自我监管动力，也通过法律责任的共担机制，增强了整个监管系统的自我纠错能力。

最后，加强执法机构的执法力度和效率也是必要的。这包括提供足够的资源和培训给执法人员，使其能够有效识别和处理涉及直播带货的复杂案件。加强跨部门和跨地区的执法合作，对跨国电商犯罪进行有效打击，特别是在涉及伪劣产品跨国流通的情况下，确保法律的全面和均衡执行。

5. 结语

在当前网络直播带货的浪潮中，销售伪劣商品的行为不仅侵害了消费者的权利，也严重扰乱了市场秩序。通过深入分析该现象的成因和后果，本文提出了一系列对策，包括完善法律法规、加强平台监管、提升消费者意识，以及利用科技辅助监管和加重刑事处罚力度。希望这些措施的实施将有助于构建更为公正和透明的网络销售环境，确保网络直播带货模式能够健康、持续地发展。

参考文献

[1] 王卫华. 探析网络直播乱象的表现形式及治理策略[J]. 公安教育, 2022(4): 44-48.

[2] 吴丹, 龚志平. 大数据背景下网络赌博犯罪特点及侦查对策[J]. 辽宁警察学院学报, 2022, 24(1): 43-49.

[3] 付一男, 王世卿. 直播带货中售假犯罪行为分析及防控策略[J]. 犯罪与改造研究, 2023(2): 36-41.

[4] 张焕. 直播带货信用监管模式研究——基于回应性监管理论[J]. 中国市场, 2022(1): 188-189.

[5] 万金冬. 伪劣商品犯罪案件侦查[M]. 长春: 吉林大学出版社, 2016: 13.

[6] 邓锦雷. 强化对直播带货的柔性约束[J]. 人民论坛, 2020(23): 60-61.

[7] 黄园. 网络主播犯罪及其治理[J]. 山东警察学院学报, 2018, 30(2): 96-102.

[8] 李丽. 网络直播售假劣行为治理研究[J]. 新疆警察学院学报, 2022, 42(1): 38-43.