

论直播带货中消费者的权益保护

谢雨倩

扬州大学法学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2024年3月28日; 录用日期: 2024年5月8日; 发布日期: 2024年7月31日

摘要

随着经济社会以及网络技术的发展, 商品交易模式也随之发生了翻天覆地的变化, 网络直播带货进入公众的视野, 并成为人们不可或缺的新型购物方式。因为其互动性极强、方式新颖, 网络直播带货模式得到了迅猛发展, 为人们提供了极大的便利, 但同时消费者权益保护方面也出现了许多问题。因此应考虑如何才能最大化地保护消费者合法权益, 完善相应的法律法规, 完善相应的权益保护机制, 提升消费者的维权意识, 营造便捷、安全的网络直播带货市场, 从而更好地维护经济社会的发展。

关键词

直播带货, 消费者权益, 权益保护

On the Protection of Consumers' Rights and Interests in Live Streaming

Yuqian Xie

Law School of Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Mar. 28th, 2024; accepted: May 8th, 2024; published: Jul. 31st, 2024

Abstract

With the development of economy, society and network technology, the mode of commodity trading has also undergone tremendous changes. Network broadcast brings goods into the public's eye and becomes an indispensable new way of shopping. Because of its strong interactivity and novel way, the network live delivery mode has been rapidly developed, which provides great convenience for people, but at the same time, there are many problems in the protection of consumer rights and interests. Therefore, we should consider how to maximize the protection of the legitimate rights and interests of consumers, improve the corresponding laws and regulations, improve the corresponding rights and interests protection mechanism, enhance consumers' awareness of rights

文章引用: 谢雨倩. 论直播带货中消费者的权益保护[J]. 电子商务评论, 2024, 13(3): 4643-4648.

DOI: 10.12677/ecl.2024.133570

protection, and create a convenient and safe online live broadcast market, so as to better safeguard the economic and social development.

Keywords

Live Streaming Marketing, Consumers' Rights and Interests, Rights Protection

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

作为互联网时代的新型销售模式，网络直播带货打破了传统销售模式中的时空限制，已经获得了举足轻重的地位，不仅为人们的生活带来了便利，也极大地促进了经济社会的发展。但是也产生了一系列的问题，例如消费者隐私泄露、产品质量参差不齐、虚假宣传产品以及消费者维权不易等[1]。为了控制网络直播带货引起的风险，建立便捷、安全、有序的网络直播带货市场，优化网络环境，从而保护消费者的合法权益，我国应当以现有的法律法规为基石，进一步完善法律规范，做到有法可依，增加对各大社交平台中直播带货板块的监管，规范直播带货行为，做到有法必依，在发现违法违规带货行为时，应当及时查处，做到违法必究。同时，要引导消费者增强自身的维权意识，使他们敢于维权，从而保障消费者的合法权益。

2. 网络直播带货概述

2.1. 网络直播带货的概念

网络直播带货是商家指依托快手、抖音、微博等社交网络平台，使用直播技术，对自己所要售卖的商品进行线上展示、推销以吸引平台用户进行购买从而完成商品销售的一种新型销售模式。商家可以在各个网络平台自己开设直播间，也可以委托职业主播对商品进行销售，目前也涌现了一些“素人”和商品原产地的农民进行直播带货。而目前我国法律法规中尚未对网络直播带货给出法律层面的概念界定，但其显然应当属于电子商务范畴，并应当与网络直播营销以及传统电商区别开来。

2.2. 网络直播带货的发展趋势

随着抖音、快手等短视频平台的诞生和发展，网络直播带货以这些短视频平台为依托，利用粉丝经济效益，吸引平台用户进行浏览、传播，从而获得推广，让更多的消费者进入直播间，完成商品的售卖，成为互联网时代的新型销售模式。

网络直播带货主要有以下几种发展趋势：第一，网络直播带货的参与主体更加广泛，从最开始的公民个人，到现在各企业组织以及主流媒体的加入，让网络直播带货的主体更加复杂；第二，网络直播带货所依托的网络平台也日益多元化[2]，从最开始的抖音直播带货到后面的快手、淘宝以及微博等软件对于网络直播带货版块的开发，让网络直播带货不再局限于某一个网络平台，从而获得了迅速的发展；第三，网络直播带货的互动性会更强，依托互联网技术的发展，网络直播带货可以监测到直播间观众的数据，主播可与观众在线互动，从而为观众推荐其最想要的产品，观众也可以随时根据主播的介绍和推荐进行反馈，以此来抉择是否进行购买，同时主播也可以培育自己的粉丝群体，发展潜在顾客，提高带货

效率。

网络直播带货的热度之所以不断上升，主要有两个原因。一方面，“直播带货”互动性更强、亲和力更强，商家可以直接地展示所售商品的优点，消费者可以像在大卖场一样，跟卖家进行交流甚至讨价还价，打破了传统销售模式的时空限制；另一方面，“直播带货”往往能做到全网最低价，它绕过了经销商等传统中间渠道，直接实现了商品和消费者对接，从而节省了商家的成本，也让消费者能以较低的代价取得商品。

3. 网络直播带货模式所存在的问题

3.1. 产品质量难以保障

网络直播带货中所销售的产品是由主播自己进行选择，某些主播为了降低成本获取更大的利润，在选品时不考虑商品的质量，只一味寻找商品价格低的进货源头，因此拿到质量低劣的商品，以及仿造品[3]。而由于网络直播带货的局限性，导致消费者无法甄别商品是否为正品，也无法判断商品质量的优劣。更有甚者为了欺骗消费者，在直播间展示的商品质量较好或者是正品，而消费者购买后拿到手的产品却是质量低劣的商品，这种货不对板的现象在直播带货中常有发生。由于网络直播带货的商品比较便宜，消费者在进行购买时并不会仔细斟酌，而商家又通过好评返现等手段来让消费者对产品做出好的评价，以此来欺骗其他消费者。在直播带货中，许多消费者追求物美价廉，不少消费者期望通过更低廉的价格获得品质更高的商品，而由于直播带货的局限性，消费者无法对商品质量进行检验和甄别[4]。更有有的消费者一味追求价格低廉的商品，而忽略商品质量，商家也利用消费者的这一心理，通常会售卖质量低劣的商品。

3.2. 商品的虚假、夸大宣传

在网络平台中，流量是指直播间或者主播所获得的人气值，主要体现为点赞、浏览、观看以及评论的人数，上述所提及的数值就越大，就表明直播间的流量越高，直播间或者主播就会推广给更多平台的用户，观看的人数越多，平台的推荐机制就会推荐给更多用户，从而吸引更多的观众进入直播间，平台和直播间在其中是相辅相成的一种关系。某些主播为了获得更大的流量，会采取各种手段：其一，花钱雇人进直播间进行观看、点赞以及评论，或者给商品刷好评，以营造本直播间人气很高的假象，也能让消费者认为自己所售卖的商品质量优良；其二，某些直播间会按照事先写好的剧本控制直播节奏，给主播立人设，从而吸取流量；其三，某些主播会邀请本身流量较大的网红或者明星来到直播间帮助卖货，利用这些网红或者明星为自己引流，同时也享受这些明星或者网红的名气所带来的粉丝经济效益。流量高的直播间会让某些用户产生从众心理，从而进入直播间，也会让观众误以为该直播间的商品更好。

作为新型销售模式，网络直播带货以其具有极强的互动性这一特点吸引了许多顾客，在顾客进入直播间后，主播为了增加商品的销售量，就会对商品进行介绍宣传，某些主播在宣传和介绍时会夸大产品的功效或者捏造产品本身不具有的性能，或者花钱引流以及利用剧本为直播间营造火热的氛围，从而带动用户在直播间进行消费。《消费者权益保护法》第八条规定，消费者享有知悉其购买、使用商品或者接受服务真实情况的权利。而网络直播带货中的虚假宣传和夸大宣传无疑侵犯了消费者的知情权，消费者在无法仔细甄别产品的真实功效的情况下，极易受到直播间氛围的影响从而购买产品。

3.3. 消费者个人信息泄露

在互联网时代，商家以及各大平台很容易就能获取网民的个人信息，特别是大数据算法，让网民有一种被别人监控生活的感觉。消费者在短视频软件或者购物软件上浏览产品后，便会留下痕迹，而商家

或者平台获取这些痕迹后,便会向消费者推送相关内容,或者向消费者发送关于其感兴趣的产品的信息,从而吸引消费者进行购买。在购买商品之后,商品进入物流阶段,消费者的信息就会暴露给物流公司以及快递员。因此,网络直播带货的整个过程中,消费者的个人信息都是处于半公开状态,极易被泄露,从而被不法分子利用,侵犯消费者的隐私权或者财产权。部分消费者在买到质量低劣的商品后,会给予商品差评,或者自己的快递在物流过程中受到损害后,会投诉快递员,而某些商家或者快递员为了报复消费者,会采取一些极端的行为,比如打电话、发短信骚扰消费者,或者向消费者提供的地址邮寄一些恐吓消费者的物品。

4. 如何保护消费者权益

4.1. 完善相关的法律法规

网络直播带货出现至今,由于法律法规的滞后性,无法有效规制网络直播带货中所出现的违法违规行为。为了建立健康有序的网络直播带货市场,规制各种市场乱象,相关部门应当根据现实情况尽快出台具有针对性的法律法规,从而对消费者权益予以最大力度的保护。目前,我国关于网络直播带货的法律规范仅有一部《网络交易管理办法》,但是该部法律规范的涉及面较窄,内容较为分散,并不能很好地规制网络直播带货中的乱象。因此,相关部门不仅应出台具有针对性的法律规范,更应建立起完善的治理网络平台以及网络直播带货的法律体系,切实保障消费者的合法权益。

4.2. 建立健全司法救济途径

在网络直播带货这一种销售模式下,消费者在其合法权益受到侵犯后,通常会因为商品金额小、维权途径繁琐而放弃维权,除了完善相关的法律法规之外,我们还应为消费者建立公正、有效、便捷的维权途径,减少因维权的繁琐对消费者保护自身合法权益所带来的阻碍。

由于网络直播带货中的交易都是在线上成交的,我们也应当考虑通过线上的方式来建立一种维权途径。首先,平台作为直播带货的依托,作为消费者在权益受到侵犯后可以直接接触到的第三方,应当对网络平台中的用户负责,对网络直播带货中的消费者负责。为了方便消费者维权,平台内部应建立一种投诉机制或者其他有平台工作人员介入的机制,当消费者在其权益受到侵害后,例如买到假冒伪劣产品,可以向平台投诉,或者在售后问题上与卖家的沟通出现难以自行解决的分歧时,可以要求平台介入对双方进行调解,平台在收到投诉后应当了解真实情况,然后对商家进行处理。其次,除了通过在平台内部建立维权机制以外,还应当建立有效的司法途径,通过线上的方式来保护网络直播带货中各方的合法权益。互联网法院自建立以来,取得了巨大的成效,不仅受理案件的数量众多,案件审结率很高,而且审结案件所用的时长较普通的法院模式也更短。因此,为了适应社会发展的实际需要,我们应当增加互联网法院的数量、扩大互联网法院的管辖范围,将网络直播带货中发生的纠纷划入管辖范围,对其进行调解或者仲裁,双方当事人和法院可以通过视频的方式进行诉讼程序,不仅可以提高解决纠纷的效率,也可以节省诉讼成本、防止诉讼资源的浪费[5]。

4.3. 加大监管力度

网络直播带货必须严格按照《中华人民共和国广告法》的规定推销自己所售卖的商品或者服务,广告内容不得含有虚假或者容易让消费者误解的内容,不得欺骗、误导消费者。相关部门应当充分发挥自己的职责,对直播带货中的广告内容进行严格的监管,审查经营者的资质,审查广告内容是否合法,制定直播带货具体的行为规则,对广告内容和直播方式进行规制。而平台作为直播带货的依托,也应当对直播间进行监管,对直播间进行监测,检测直播间是否存在虚假、夸大宣传现象,如发现有虚假、夸大

宣传现象，应当采取有效措施来遏制该现象的发生，例如对直播间作出停播处理，或者在直播间予以警示。同时，要鼓励消费者对直播广告进行监管，与网络平台联合起来遏制虚假广告的出现，也要提醒消费者不要轻信直播间的宣传，应当注意甄别宣传用语与产品的真实功效是否存在较大区别，不要因为直播间刻意营造的火热气氛而冲动消费。

4.4. 追究网络主播的责任

网络直播带货中，主播在其中起到了推销、吸引顾客的作用，顾客可能会基于对主播的信任从而购买直播间的商品。尤其是越来越多的明星也加入了直播带货行业，利用其本身所具有的粉丝效益来完成销售任务，并通过其粉丝带来的流量再吸引平台的其他用户。此外，许多直播间所销售的货品，都是由主播自己进行审查后选择的，因此主播应当对产品的质量负责。消费者的合法权益受到侵害以后，主播是消费者最易接触到的维权对象，主播也应当帮助消费者维权。然而在实践中，顾客在直播间买到质量差的商品或者假冒伪劣产品后，主播往往对此不负责任，而是隐身幕后。因此，为了保障消费者的合法权益，必须追究主播实施侵权行为的责任，避免主播在侵犯消费者权益后销声匿迹。此外，很多顾客都是基于主播本人才选择购买商品，因此要加强对主播的监督管理，在发现主播具有虚假宣传、售卖假冒伪劣产品的时候，应及时对其进行规制和处罚，例如可以禁止其直播带货或者依托网络平台对其进行限流，还可以处以罚款等，使其认识到实施违法违规行为将要受到处罚，从而不敢违法。

主播作为直播间的核心人物，不仅吸引观众进入直播间，同时也对商品进行宣传讲解，因此主播的职责和任务非常重要，而主播的职业能力以及道德素质和法律意识也将会对直播间以及消费者产生极大的影响[6]。为了消费者的权益和直播行业的发展考虑，商家和平台在选择职业主播时应当设定一些标准，提高职业主播的准入门槛[7]。

4.5. 增强消费者的维权意识

随着互联网技术的发展，越来越多的公众开始接触互联网，开始被网络直播带货所吸引，其中包含了很多文化水平较低的人，这部分人法律意识较为淡薄，在自身的合法权益遭到侵犯以后，很少会选择用法律武器来维护自己的合法权益，或者不知道该如何维护自己的合法权益。也有部分消费者，在买到质量低劣的商品后，会认为是自己的运气不好，同时认为维权是一件麻烦的事情，而放弃对自己合法权益的维护，这样的处理方式也让那些不良商家更加的肆无忌惮。此外，在网络直播带货中，消费者属于弱势方。因此，我们应采取各种有效途径来增强消费者的维权意识，例如，对消费者进行普法教育，举办法律知识宣讲会向消费者普及《消费者权益保护法》等法律规范；还应当鼓励消费者对网络直播带货行为进行监督，如发现问题时及时向有关部门或者平台反映；同时也要告知消费者不要贪图蝇头小利，为了获得商家所承诺的红包，为商品刷单或者好评返现。

4.6. 发挥行业自律

网络直播带货乱象频生，商家有着不可推卸的责任，许多商家只在乎一己私利，未能将社会利益与个人利益统一起来，没有尽到自己的责任，侵犯了消费者的合法权益。因此，在相关法律法规尚不完善的情况下，更要发挥行业自律，对该行业的自律机制进行完善，充分发挥消费者协会以及广告协会等的监督、教育作用，来解决网络直播带货在蓬勃发展中所暴露的问题，从而遏制市场乱象，增强市场各主体的自律意识，积极主动地检举揭发网络直播带货中的违法乱纪行为，以此来保障消费者的合法权益。同时平台和相关部门也要在商家和主播在平台开始直播前，对商家和主播进行教育，宣传普及相关的法律知识，让其知道在直播中应当注意哪些行为是合法的，哪些行为是违法的，也有利于商家和主播对同

行的违规操作进行检举。

5. 结语

网络直播带货作为互联网技术以及新媒体技术的产物，在促进经济社会发展、给老百姓生活提供便利等方面发挥了巨大的作用，其发展势头迅猛，逐渐取得与传统销售模式相同的地位，越来越多的人选择在直播间购买商品。但是也同时产生了虚假宣传、产品质量难以保障、泄露消费者个人信息等问题，如果这些问题不能得到很好地解决，网络直播带货的发展必将受到阻碍，消费者的合法权益也难以保障。为了遏制乱象的发生，我国应当尽快完善相关法律法规，明确网络直播带货中各主体的义务，制定具体的行为规则与制度，同时不断提升消费者的维权意识，从而避免消费者的合法权益受到不法侵害，以促进网络直播带货这一新型销售模式的发展。

参考文献

- [1] 李晔. 植入式广告监管的问题研究[D]: [硕士学位论文]. 长安: 长安大学, 2017.
- [2] 唐世齐. 网络直播营销中消费者权益保护的现实难题及法律选择[J]. 中国商论, 2023(8): 68-70.
- [3] 黄腊梅. 网络直播带货中消费者权益保护[J]. 河北企业, 2022(6): 155-157.
- [4] 李一冉, 周文倩. 直播带货中消费者权益保护研究——基于消费者心理[J]. 经济研究导刊, 2023(23): 154-156.
- [5] 姜颖, 李文超. 互联网法院案件管辖范围的优化方案[J]. 人民司法, 2021(19): 65-70.
- [6] 李琛. 直播带货中消费者权益保护问题研究[J]. 经济研究导刊, 2023(8): 156-158.
- [7] 孙志超. 直播带货中消费者权益保护问题研究[J]. 经济研究导刊, 2023(12): 158-160.