

数字经济背景下我国直播电商监管策略研究

邹晓林¹, 苏秀芳²

¹贵州大学旅游与文化产业学院, 贵州 贵阳

²桂林市兴安师范学校, 广西 桂林

收稿日期: 2024年10月9日; 录用日期: 2024年10月28日; 发布日期: 2025年1月15日

摘要

本文基于数字经济时代背景, 探讨了我国直播电商监管的现状, 主要包括与直播电商相关的法律法规, 相关监管部门对直播电商行业的监督管理以及直播平台等第三方监管力量的监管; 其次, 通过对我国直播电商监管现状的分析, 指出我国直播电商监管在立法和执法层面及政府和相关平台的监管中所面临的挑战; 最后, 对加强我国直播电商监管对策进行探讨研究, 以制定有效的监管对策, 营建优质的互联网文化, 大力倡导和促进网络直播产业的良性、有序发展。

关键词

直播电商, 监管挑战, 法律法规, 监管主体, 监管策略

Research on the Regulatory Strategies of Live Streaming E-Commerce in China under the Background of Digital Economy

Xiaolin Zou¹, Xiufang Su²

¹College of Tourism and Cultural Industry of Guizhou University, Guiyang Guizhou

²Xing'an Normal School, Guilin Guangxi

Received: Oct. 9th, 2024; accepted: Oct. 28th, 2024; published: Jan. 15th, 2025

Abstract

In the context of the digital economy era, this paper discusses the current situation of China's live e-commerce regulation, which mainly includes the laws and regulations related to live e-commerce, the supervision and management of the live e-commerce industry by relevant regulatory authorities,

and the regulation by third-party forces such as live streaming platforms. Secondly, through the analysis of the current situation of China's live e-commerce regulation, the paper points out the challenges faced by China's live e-commerce regulation at the legislative and law enforcement levels, as well as by the government and related platforms. Finally, the paper delves into the countermeasures to strengthen the regulation of live e-commerce in China, aiming to formulate effective regulatory strategies, foster a high-quality internet culture, and vigorously promote the healthy and orderly development of the live streaming industry.

Keywords

Live E-Commerce, Regulatory Challenge, Laws and Regulations, Supervision Main Body, Supervision Strategy

Copyright © 2025 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

近年来,因数字技术的飞跃带动了我国直播电商行业的迅猛崛起,成为新经济亮点。淘宝、拼多多、小红书、京东等电商平台及快手、抖音等短视频平台均借此东风,为网络营销市场带来新活力。直播电商通过实时互动、立体展示商品,打破了传统商业模式的局限,缩短了用户决策过程,激发了潜在需求,提升了线上交易效率,塑造了全新的购物场景,广受用户欢迎,成为备受青睐的新兴互联网商业模式。随着直播电商的发展,“全民直播”时代已经到来。国内学者对此的研究主要分为三类:发展现状与趋势分析、多视角下的现存问题及规制研究、监管认识研究。尽管多数学者对直播电商的发展现状及问题有所研究,但对监管及相关机制的认识尚不全面深入[1]。鉴于当前直播电商的发展现状及其监管面临的挑战,加强直播电商监管的策略研究对于推动其持续健康发展至关重要。因此,未来需要更加全面和深入地探讨直播电商的监管机制,以确保其健康、有序地发展。

2. 当前我国直播电商监管的现状

2.1. 政府设立了相关监管部门

网络直播电商作为新兴商务模式,近年来发展迅猛,但也伴随一系列问题,“直播+电商”面临挑战。为此,我国设立多部门共同监管,包括国家网信办、广电总局、工信部、文旅部、公安部和市场监管总局等,各部门各司其职,对网络直播乱象进行专项治理。其中,网信部门负责综合协调和日常监督,建立健全长效机制;“扫黄打非”部门领导网络“扫黄打非”工作;工信部管理 ICP 注册备案;公安部打击网络直播犯罪;文旅部监督网上表演,指导行业自律;市场监管部监管线上直播营销活动;广电部门制定网络视听节目管理规范和市场准入规则。尽管政府不断完善直播电商政策体系和体制机制,但监管模式仍存在滞后性,直播带货中商品质量、虚假促销、诱导消费等问题频发,市场秩序受损,市场失灵现象出现。据南方都市报报道,2023 年全国 12315 平台接收直播带货投诉举报 33.7 万件,同比增长 52.5%。消费者协会发布的报告也指出直播带货负面消息激增。此外,政府各部门间分工和责任不明确,易导致责任推诿,难以形成联动监管,联合办公能力有待提升。因此,政府对直播电商的监管亟待加强,需进一步明确部门职责,加强协作,共同维护市场秩序。

2.2. 直播平台等第三方监管力量参与监管

在新经济发展布局下,“直播+电商”突破了时空限制,成为新兴网络电商业态,推动经济增长,拉动消费需求。然而,原有的市场监管手段已难以适应新的“直播+”时代要求,需借助第三方监管力量。淘宝直播平台发布了多项规则,对平台自身、会员、买家、卖家等行为进行管制,并专项整治直播带货中的乱象。抖音电商平台也发布了《电商创作者管理总则》,对带货主播的资质、行为规范等进行规制。此外,美ONE颁布的《直播选品商品质量和合规管理规范》成为电商领域的首个标杆。各省市直播电商行业协会也发挥沟通、协调、监管职能,促进电商行业规范化发展。然而,受多重因素制约,直播平台及直播电商行业协会等第三方监管力量在监管上尚未实现高效管理。尽管各直播平台陆续公布规章制度,采取监管措施,但监管效率仍较低,导致监管效果不明显。部分违规直播用户、MCN机构及相关商品经营者仍无视法律法规,活跃于法律灰色地带。因此,需要进一步加强监管力度,提高监管效率,确保直播电商行业的健康发展。同时,政府、平台、社会监督及行业协会等各方需共同努力,形成合力,共同维护市场秩序和消费者权益。

2.3. 制定了直播电商的相关法律法规

“直播+”行业的野蛮生长引发了一系列社会问题,低俗不雅直播频发,体现了行业的功利浮躁和不合规范,阻碍了社会风气的健康发展。为规范直播电商行业,我国出台了一系列相关法律法规。2016年,国家广电总局、国家互联网信息办公室和文化部分别发布了《关于加强网络视听节目直播服务管理有关问题的通知》《互联网直播服务管理规定》和《网络表演经营活动管理办法》,对网络直播的主播、技术、内容和广告等方面进行了严格管理。同年,公安部和工信部也联合发布了《关于加强网络直播服务管理工作的通知》,加强了对非法网络直播业务的整治。2020年,广告协会发布了《网络直播营销行为规范》,明确了平台、商家、主播在直播电商中的权益和义务,起到了引导和规范的作用。同时,国家市场监督管理总局也出台了《市场监管总局关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》,对网络直播市场主体的法律责任进行了界定。此外,国家广播电视总局还发布了《关于加强网络秀场直播和直播电商管理的通知》,要求所有用户进行实名制。2021年,工业和信息化部等七部委协同发布了《关于加强网络直播规范管理工作指导意见》,对直播账号、直播打赏和直播带货等进行了管理规制。这些法律法规的出台,旨在促进直播电商行业的健康发展,避免其继续野蛮生长。

3. 我国直播电商监管中面临的挑战

3.1. 直播监管立法不完善,执法不到位

我国直播电商监管面临法律法规不健全、执法不力等问题。直播电商的特殊性导致政府未能及时出台相关法律,侵害了消费者利益。当前,缺乏高阶法律法规规范行业,各监管部门出台的行政规范性文件未设定相关行政处罚和许可,管理规制不够精准细化。直播监管立法不完善体现在两方面:一是现行网络政策未细化直播市场主体职责,立法内容滞后。如《互联网直播服务管理规定》未具体界定直播服务相关当事人的法律责任。二是直播电商缺乏法律指导,法律地位模糊,监管面临挑战。商业类和独立类主播的法律适用范围不同,但现行法律对此界定不清^[2]。此外,网络直播监管存在多头监管、部门间缺乏协同性等问题,导致监管难度和费用增加。各监管机构对直播电商的监管力度各异,部门间易发生争夺监管权现象。同时,执法力度不足,依赖人工抽查、消费者举报等传统方式,难以形成全面智慧监管。与违规直播所得收入相比,处罚金额较低,惩罚力度不足,难以达到规制效果。因此,我国直播电商监管需加强法律法规建设,细化各类直播市场主体职责,提高立法内容的针对性和时效性。同时,加强

部门间协同性, 避免多头监管和争夺监管权现象, 提高执法力度和效率。通过全面智慧监管和加大惩罚力度, 确保直播电商行业的健康发展。

3.2. 政府及相关平台对直播监管缺位

我国电子商务监管制度虽已初步形成, 但政府在直播电商监管中仍面临诸多问题。直播电商作为新型网络营销模式, 受文化和旅游部、国家网信办、广电总局等多部门监督, 但监管存在缺位, 制度缺乏保障。多部门管理易导致相互推诿, 联动监管难度大。虽然多部门已出台相关法律、法规, 但缺乏针对直播平台、商家、直播者的“定向监督”, 执法标准不一、监管合力不足。针对直播带货现象, 我国已制定相关治理规范, 但法律法规建设滞后, 部门职责模糊, 影响监管效果。规范多为行业自律性质, 缺乏政府保障。直播平台监管缺失, 审查机制不完善, 主播资质和商品信息审查不严, 导致违禁品和假冒劣质商品销售, 损害消费者权益。知名主播和影视明星在直播带货中也频繁“翻车”。随着直播行业兴起, 偷税漏税现象频发, 如网红主播雪梨、薇娅等偷逃税金额巨大, 给监管部门敲响警钟。未来电子商务稽查将不仅限于带货主播, 还包括直播带货和“直播 + 行业”的潜规则。这些潜规则削弱价格透明度, 使电商销量虚高。平台拥有电商信息和交易数据, 必须履行监管职责, 监督商家诚信经营, 驱逐违规商家。

3.3. 直播电商的复杂性和多变性加大了监管难度

直播电商监管面临多重挑战, 主要源于其复杂性和多变性。首先, 主播数量庞大且构成复杂, 包括失业者、创业者、兼职白领和明星等, 导致监管难度增加。网络直播群体来源广泛, 人数众多, 使得监管工作更加艰巨。其次, 直播内容快速更新和广泛传播, 增加了监管的难度[3]。网络直播的实时性和新颖性为消费者提供了直观体验, 但监管难以有效监控。一旦违规现象出现, 不良后果难以通过事后监管来弥补。此外, 直播电商本身存在不确定性隐患, 如货品质量问题和虚假宣传等, 这些隐蔽的违规失范行为给监管带来挑战。商品准入制度不完善, 难以准确鉴别商品质量, 导致假冒劣质商品出现。同时, 商家和主播在竞争中夸大产品效果、恶意刷单等行为, 影响消费者判断, 扰乱平台秩序, 不利于行业健康发展。最后, 直播电商的跨地域性、即时性和虚拟性等特点, 使得监管部门难以监测其违法违规行为。商户和主播通过微信群、公众号等途径提前公布直播时间和内容, 私下交易, 商品链接随直播结束失效, 这些隐蔽的销售过程使得网络监管部门难以主动发现违法行为。

4. 加强我国直播电商监管的对策

4.1. 强化政府监管和市场引导, 增强行业自律

为确保直播电商行业的规范与繁荣, 政府需加强监管, 明确主播权责, 建立网络直播主体责任机制, 细化管控规则, 结合 AI 智能鉴定与人工审计强化监管技术, 并开展公众监督。同时, 政府应出台支持政策, 促进良性竞争与创新。直播平台应严格落实责任, 制定合理规则, 建立科学严格的行业准入机制, 强化安全管理, 完善消费者投诉与权益保护机制。为实现直播电商行业长期稳健发展, 需平衡商家、主播和消费者间的利益关系, 注重实现“三赢”局面, 并对盈利采取宏观调控。强化直播电商行业自律, 制定明确、具体、可强制执行的《自律公约》, 落实平台职责, 健全内部管理体系和内容审查机制, 通过行业协会等方式促进良性发展。直播平台需加强监管, 及时关停违规违禁直播, 维护良好秩序和消费者权益。尽管近年来网络直播得到有效监管, 但乱象仍频发, 需政府、平台、主播等多方共同努力, 推动直播电商行业走向专业化、特色化、优质化, 实现良性竞争, 提升内容制作与运营能力, 为传统产业带来便利与完善, 同时保障直播环境绿色、健康、安全, 保障主播和观众权益。

4.2. 制定科学完善的相关法律法规

当前,我国网络直播电商监管面临法律、法规不健全的问题,限制了监管机构的有效作用。为应对此,国家和政府应加快制定相关法律法规,如直播电子商务法律政策、分类与监管规范,以及法律司法解释等,明确直播带货的营销特性,并推动相关立法的建立。同时,需严格规范直播电商市场主体的进入程序,提高主播的市场准入门槛,并规定其营销和售后服务方面的经营活动。将互联网直播平台的经营活动纳入市场监管和广告执法部门的管辖范围,对入驻平台的商家、主播、达人等进行资格审核和实名登记[4]。此外,应加强对网络直播平台的监管,重点关注控制体系不健全、管理方式不合理的平台,推动直播电商行业有序、规范化运作。在完善相关法律法规的基础上,还需明确直播平台、主播、商家等主体的职责和义务,对网络直播平台中的违法违规行为进行细致界定,并制定统一的执行标准。实施新的法律、法规,健全信用体系和监督体系,强化规范管理,为加强直播电商的监管提供法律依据。随着直播产业的快速发展,相关法律法规也在不断更新和完善,应对措施日益精细化、目标明确。集中整治已成为过去,现在更注重常态化规范管理,建立长效管控机制,充分考虑直播电商的特性及交易主体和消费者的意见,力争形成稳定、长效的监管体系,引导产业健康发展。

4.3. 完善直播电商监管的方式

针对直播电商领域的跨行业、跨区域、虚拟性等特性,传统的监管体系已难以适应其发展要求。因此,建立高效的多元主体协同监管联动机制成为必要之举。这一机制强调政府、直播平台、社会组织等共同参与监管,通过跨部门联合监管形式,突破监管部门和地区之间的障碍,建立跨地区、多部门、全方位的监管体制。同时,应积极发挥直播电商行业协会等第三方社会组织的作用,推动行业标准化建设和消费者权益保护。在加强监管的过程中,运用先进技术实施智慧监管也是关键所在。借助大数据、人工智能等先进技术,可以展开源头追溯、线上识别等工作,建立线上和线下的统一监督机制,提升一体化监管技术水平,实现智能化、数字化和精准化监管[5]。此外,采取新型信用监管机制也是促进直播电商健康发展的必要手段。完善社会信用体系,建立新的信用监管体制,将监管贯穿于整个市场主体的全过程,并对其进行分级、精准化的监管。同时,推动公共信用数据的开放和共享,加强对失信行为的惩戒力度,培育发展专业化信用服务体系,实现跨地区、多部门、多领域信息共享。综上所述,建立多元主体协同监管联动机制、运用先进技术实施智慧监管以及采取新型信用监管机制,是推进直播电商监管体制不断完善发展的重要举措。

5. 结论

随着数字经济时代的发展,人们线上消费变得常态化,我国电商市场正日益壮大。直播电商迅速崛起,在社会生活中的渗透率不断提高,为国家经济发展带来了新机遇。同时,面对直播电商野蛮生长带来的新挑战,一方面,我国政府要继续重视电商发展的新业态,持续强化顶层设计,不断完善直播电商相关的法律法规,注重行业前瞻性研究,与时俱进地创新监管方式,持续采取相关的政策和措施;另一方面,要积极发挥直播平台、商业协会、广大消费者的监督作用,形成多方主体精准化和动态化监管。总言之,我们应加大力度对直播电商进行全方位监管,各方协力打造一个绿色、健康的直播环境,推动直播电商规范化、可持续性、高质量发展。

参考文献

- [1] 高艳. 新业态下主播经纪合同的性质认定与法律适用[J]. 中国流通经济, 2024, 38(11):112-126.
- [2] 秦雪冰. 制度伦理规制:直播电商广告信用监管的本质及其实现[J]. 湖北大学学报(哲学社会科学版), 2024,

51(5): 167-175.

- [3] 卢育娟. 消费主义视域下网络直播存在的问题及治理路径研究[J]. 新闻爱好者, 2024(8): 49-51.
- [4] 李亘, 许加彪. 解析流量密码: 基于电商直播带货的研究[J]. 传媒, 2024(15): 70-72.
- [5] 常耀中. 电商直播带货治理模式的结构、成效与转变——交易费用理论视角[J]. 经济与管理, 2024, 38(2): 49-57.