

电子商务背景下直播电商的法律风险与合规制度研究

李晓凤

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年10月7日; 录用日期: 2024年10月22日; 发布日期: 2025年1月3日

摘要

直播电商作为新兴电商模式, 带来便利的同时也伴随着法律风险。本文主要探讨了直播电商面临的多个关键法律风险, 并强调了构建有效合规制度的重要性。文章从合规管理框架、具体合规措施以及实施与监督三个方面进行了全面分析, 旨在提供系统性的合规指导, 减少法律风险, 并适应不断变化的市场环境和法规要求。

关键词

电子商务, 直播电商, 法律风险, 合规制度

Research on Legal Risks and Compliance Systems of Live Streaming E-Commerce in the Context of E-Commerce

Xiaofeng Li

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Oct. 7th, 2024; accepted: Oct. 22nd, 2024; published: Jan. 3rd, 2025

Abstract

As an emerging e-commerce model, live streaming e-commerce brings convenience but also comes with legal risks. This article mainly discusses the multiple key legal risks faced by live streaming e-commerce and emphasizes the importance of building effective compliance systems. The article provides a comprehensive analysis from three aspects: compliance management framework, specific compliance measures, and implementation and supervision, aiming to provide systematic compliance

guidance, reduce legal risks, and adapt to the constantly changing market environment and regulatory requirements.

Keywords

E-Commerce, Live Streaming E-Commerce, Legal Risks, Compliance System

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

2016年3月, 淘宝购物平台开设直播购物模块, 以直播形式售卖商品, 标志着“网络直播 + 电商购物”模式的兴起[1]。直播电商是一种新兴的电子商务模式, 它结合了直播技术与在线购物功能, 为消费者提供了一种全新的购物体验。具体来说, 直播电商通过实时视频直播的形式, 展示商品、介绍产品特点、回答消费者疑问, 并在直播过程中直接促成交易。这种模式不仅增强了消费者的购物互动性, 还缩短了购物决策过程, 提高了购物效率。但目前直播电商市场良莠不齐, 准入门槛较低, 为消费者带来便利的同时, 也存在着法律风险。基于此, 为了规避法律风险, 保护消费者的权益, 直播电商行业合规制度构建的重要性不言而喻。本文旨在通过分析直播电商可能涉及的法律风险, 对此提出相应的合规策略。

2. 直播电商的法律风险

直播电商行业触及的法律风险涉及多个方面, 主要包括: 消费者权益、民事侵权、知识产权、个人信息保护、不正当竞争以及跨境电商侵权。

2.1. 消费者权益

直播中虚假宣传与误导消费者, 侵犯消费者权益, 违反《消费者权益保护法》。直播中虚假宣传与误导消费者的现象具体体现在多个方面。部分主播或商家为追求短期利益最大化, 往往会夸大产品功效, 虚构销售数据, 甚至使用与实物严重不符的图片或视频进行展示, 诱导消费者做出非理性的购买决策。此外, 通过制造紧迫感(如“限时抢购”、“库存紧张”等)和利用消费者的从众心理, 进一步加剧了误导行为的效果, 使得消费者在匆忙之中忽略了对产品真实信息的仔细考量。这些行为严重侵犯了消费者的合法权益, 主要体现在以下几个方面: 一是知情权受损, 由于缺乏透明的信息披露机制, 消费者难以辨识商品或服务的真实来源[2]; 二是选择权受限, 基于虚假信息做出的购买决定违背了消费者的真实意愿; 三是公平交易权被剥夺, 消费者因误导而支付了不合理的价格或购买了不符合预期的商品; 四是求偿权难以实现, 面对虚假宣传, 消费者在维权过程中往往面临证据收集难、投诉渠道不畅等问题。综上所述, 直播中的虚假宣传与误导行为不仅违背了市场诚信原则, 更严重侵犯了消费者的合法权益, 亟需引起法律界与业界的广泛关注与有效规制。

2.2. 民事侵权

直播售卖的商品质量存在问题, 甚至出现产品安全问题, 这会涉及《民法典》中的产品侵权责任。在直播营销活动中, 若所售卖的商品质量存在瑕疵, 乃至出现产品安全问题, 这不仅关乎消费者个体的权益保护, 更触及到《民法典》中关于产品侵权责任的法律规定。具体而言, 当直播销售的商品未能满

足基本的安全标准及质量要求，导致消费者在使用过程中遭受人身伤害或财产损失时，便触及产品侵权责任。根据《民法典》的相关规定，产品侵权责任主要基于产品缺陷而产生，即产品存在危及人身、财产安全的不合理危险，或者产品不符合保障人身、财产安全的国家标准、行业标准。在直播销售的环境下，若主播或商家明知或应知商品存在质量问题而仍然进行销售，或因疏忽大意未能发现产品缺陷而将其推向市场，一旦造成消费者损害，则需承担相应的侵权责任。此类责任的承担，不仅要求赔偿消费者因此遭受的直接经济损失，如医疗费用、财产损失等，还可能涵盖间接损失，如因伤害导致的收入减少、精神损害赔偿等。更重要的是，它强调了生产经营者的产品质量保证责任，即通过设定严格的法律责任，激励市场主体提升产品质量，确保消费者安全，维护良好的市场秩序。

2.3. 知识产权

在直播这一新兴的数字媒体传播形式中，若未经授权擅自播放音乐、视频或展示图片，极有可能触及并侵犯他人的知识产权，尤其是《著作权法》所保护的范畴。在中国，知识产权法律体系由《著作权法》《商标法》《专利法》等多个分支构成，各自针对不同类型的智力成果提供法律保护。就直播活动而言，其涉及的音乐、视频及图片等素材，大多属于《著作权法》所规范的“作品”范畴。首先，从《著作权法》的基本原理出发，任何原创性的文学、艺术和科学作品，自创作完成之日起，其作者即自动享有著作权，包括复制权、发行权、表演权、信息网络传播权等多项权利。直播中未经许可使用他人作品，无论是直接播放背景音乐、插入视频片段，还是展示图片作为直播背景或装饰，均可能构成对著作权人上述权利的侵犯。其次，直播的实时性和互动性特点^[3]，使得侵权行为具有更广泛的传播范围和更快的扩散速度。一旦侵权行为发生，不仅会给著作权人带来直接的经济损失，还可能损害其声誉和创作积极性。同时，这种未经授权的使用也破坏了市场竞争的公平性，扰乱了文化产业的健康发展秩序。再者，值得注意的是，即使直播内容是以非营利为目的，或是出于个人娱乐、学习等私人用途，也不构成对侵权的合理抗辩。《著作权法》明确规定了“合理使用”的界限，而直播中使用他人作品通常难以符合这些法定例外情形，除非得到著作权人的明确授权或属于法律规定的特定免费使用范围。

2.4. 个人信息保护

在直播电商这一蓬勃发展的数字商业模式中，数据的收集、处理与利用成为其运营不可或缺的一环，尤其是消费者个人信息的收集与使用，直接关系到用户的隐私权益保护。然而，实践中，直播电商在处理消费者个人信息时，往往可能触碰《个人信息保护法》等相关法律法规的红线，具体表现在未经消费者明确同意即擅自收集信息、非法泄露或滥用个人信息等方面，这些问题不仅侵害了消费者的合法权益，也对整个行业的健康发展构成了潜在威胁。根据《个人信息保护法》第十条的规定，任何组织或个人收集、使用个人信息，应当遵循合法、正当、必要原则，并需事先获得信息主体的明确同意。但在实际操作中，部分直播平台或商家可能通过隐蔽的方式，如默认勾选、模糊告知等手段，规避了消费者的知情权和选择权，擅自收集包括姓名、地址、电话号码、浏览记录等在内的敏感信息，严重侵犯了消费者的隐私权。

2.5. 不正当竞争

在直播电商领域，部分商家为追求短期利益，可能会采取恶意刷单、虚假评价等不正当手段，以人为地提升商品销量与店铺信誉度。广义的刷单炒信除了虚构交易的行为外，还包括制造虚假直播间观看人数、刷好评弹幕、编造用户评价等一系列不正当提高商家信誉从而误导消费者消费的行为^[4]。此类行为不仅违背了市场公平竞争的原则，也侵犯了消费者的合法权益，构成了不正当竞争行为。部分直播平台可能利用市场支配地位进行垄断行为，如限制竞争、排挤竞争对手或滥用市场优势等。恶意刷单与虚

假评价以及垄断行为均违反了《反不正当竞争法》的相关规定,该法明确禁止经营者采用虚假宣传、误导性陈述等手段,损害其他经营者的合法权益,扰乱市场竞争秩序。典型案例是“陪伴式”直播不正当竞争纠纷案,案号为北京市东城区人民法院(2016)京 0101 民初 22016 号。央视国际网络有限公司享有通过信息网络提供第 31 届里约奥运会电视节目转播服务的专有权利。然而,新传在线(北京)信息技术有限公司和盛力世家(上海)体育文化发展有限公司未经许可,通过设置百度推广关键词和“奥运主播招募”栏目,引导用户进入直播间观看央视转播的奥运会节目,并借此牟利。央视公司以不正当竞争为由提起诉讼。最终裁判结果是央视胜诉。

2.6. 跨境电商侵权

随着互联网的全球化,跨境电商逐渐兴起,但基于不同国家间法律规定不同,因此跨境电商容易发生侵权行为。首先是商标侵权,表现为:未经授权使用他人注册商标销售同类或相似商品;擅自复制、模仿知名商标,误导消费者;以及在网络平台发布虚假广告,利用他人商标声誉进行不正当竞争等。其次是专利权侵权,跨境电商平台上,专利侵权主要体现在销售侵犯他人发明专利、实用新型专利或外观设计专利的产品。由于专利申请与审查的地域性限制,以及跨境物流的便捷性,一些商家可能故意或无意中将未经授权的产品销往其他国家,从而构成专利侵权。最后是著作权侵权,一些商家未经著作权人许可,擅自复制、分发或销售受版权保护的作品,或是对作品进行改编、翻译后出售,严重侵犯了原作者的复制权、发行权、信息网络传播权等。此外,跨境电商平台上的商品描述、图片、视频等营销材料若未经授权使用他人原创内容,同样构成著作权侵权。

3. 直播电商的合规管理制度构建

纵观我国网络直播的现状,该行业涉及众多主体:主播、平台、粉丝、监管部门等,各方利益交织复杂[5]。但笔者认为,平台、主播和粉丝都是直播行业的下位主体,而监管部门属于违规或违法行为发生后的救济部门,因此,构建全行业的合规管理制度能更好地规避风险。对于直播电商平台的合规策略,本文拟从合规管理框架、具体的合规措施以及合规措施的实施与监督三个方面来分析。

3.1. 合规管理框架

建立健全直播合规管理制度是直播电商稳健发展的基石。这一制度的重要性在于,它不仅能够明确合规责任与义务,还能为行业提供清晰的合规指引,降低违规风险。为了实现这一目标,加强合规培训与宣传是必不可少的环节。通过培训,可以提升直播平台、入驻商家和主播等不同主体的合规意识,使他们充分了解自身在合规管理制度中的权利与义务。同时,宣传合规理念有助于形成良好的合规氛围,促进行业的健康发展。在搭建合规管理制度时,应遵循权利、义务和责任三个方面,确保制度具有可操作性和执行性。具体而言,应明确直播平台、入驻商家和主播的权利边界,规范他们的行为准则,同时设定相应的责任追究机制,以确保合规制度的有效实施。

3.2. 具体合规策略

当建立健全的直播合规管理制度后,需要具体的合规措施来实际执行。笔者认为具体的合规措施应包括商品质量和安全、广告宣传、知识产权、个人信息保护与数据安全以及跨境电商五个方面。

3.2.1. 商品质量与安全

商品质量与安全是维护消费者权益、促进行业健康发展的前提。为实现这一目标,首先需构建一套严格的供应商审核与商品准入机制。该机制应涵盖供应商资质审查、商品来源追溯、质量认证等多个维度,确保所有上架商品均符合国家相关质量标准及行业规范,从根本上排除资质不全或存在安全隐患的

商品。进一步地，建立全面的商品质量检测体系是保障商品质量的关键环节。这包括定期抽检、消费者反馈收集与分析、第三方质量检测机构合作等，以科学、客观的方式评估商品质量，及时发现并处理质量问题，确保消费者购买的每一件商品都符合宣传描述及质量标准。此外，建立健全不合格商品的监督机制尤为重要。对于多次出现伪劣产品的商家，应依据行业规范及法律法规，采取列入行业黑名单、限制或禁止其在平台经营等措施，以示惩戒。同时，对于直播电商账号，若多次售卖伪劣产品，应实施严格的封号处理，维护市场秩序。

3.2.2. 广告宣传

广告宣传作为直播电商吸引消费者的重要手段，其合规性直接关系到消费者权益保护及市场秩序稳定。因此，必须规范广告宣传内容，明确禁止夸大其词、虚假宣传等行为。加强广告审查与监测力度，利用智能技术辅助人工审核，确保广告内容真实、合法，不误导消费者。对于违法违规投放广告的直播用户，应依据平台规则及法律法规，采取直播封禁、罚款等措施，以维护广告市场的公平竞争和消费者的合法权益。同时，加强广告法律法规的宣传教育，提高直播用户的法律意识和自律能力，共同营造良好的广告宣传环境。

3.2.3. 知识产权

在直播电商中，直播平台和商家应共同承担起知识产权保护的责任，通过岗前培训、员工守则等方式，增强主播及员工的知识产权保护意识。培训内容应涵盖著作权、商标权、专利权等基础知识，以及侵犯知识产权的法律后果，确保主播在直播过程中不侵犯他人知识产权。此外，直播平台应建立健全知识产权保护机制，结合人工审查与智能检测技术，对侵权直播进行实时监控和预警。一旦发现侵权行为，应立即采取警告、封禁等处理措施，有效遏制知识产权侵权行为的蔓延。

3.2.4. 个人信息保护与数据安全

为保障用户信息安全，直播平台应加强个人信息收集、使用与保护的合规管理，明确信息收集的目的、范围和使用方式，确保信息收集的合法性和必要性。同时，提升数据安全防护能力。直播平台应采取加密技术、访问控制、数据备份等措施，防止数据泄露、篡改或丢失。此外，还应建立健全数据安全管理制度，加强员工数据安全意识培训，确保数据安全管理的有效实施。

3.2.5. 跨境电商

跨境直播电商作为新兴贸易形式，面临着复杂的法律环境和市场挑战。为实现合规经营，直播平台及商家需深入了解并遵守目标市场的法律法规，包括关税政策、知识产权保护、消费者权益保护等方面。此外，加强跨境合作与沟通，直播平台应与目标市场的监管机构、行业协会等建立紧密联系，及时获取政策信息，了解市场动态。同时，加强与国际同行的交流与合作，共同探索跨境直播电商的合规经营模式，推动行业的可持续发展。

3.3. 合规策略的实施与监督

首先，合规策略的实施需依赖于周密的实施计划，该计划从行业至个人层面构建了纵向的合规实施框架，并通过全面的合规风险评估识别潜在风险点，辅以技术与系统支持，确保合规管理的技术基础稳固。

其次，合规监督与评估是保障策略有效执行的关键。通过设立合规监控小组实施日常监督，结合定期的合规自查与内部审查，以及设定并跟踪可量化的合规绩效指标，构建了多层次、全方位的监督体系。同时，建立健全的举报与调查机制，保障举报渠道的畅通与举报人的隐私保护，确保不合规行为能够得到及时揭露与处理。

最后，合规策略的持续优化是适应法律法规变化、提升合规管理水平的重要保障。通过年度策略复审与调整、合规知识的持续更新、技术与系统的迭代升级，以及建立应对外部挑战的应急响应机制，形成了动态调整、持续改进的合规管理闭环。这一系列措施不仅促进了合规文化的深植，也增强了企业应对复杂法律环境和市场挑战的能力，营造良性的市场环境。

4. 结语

综上所述，直播电商的迅猛发展虽带来了市场活力，但同时也潜藏着一系列法律风险，涵盖消费者权益受损、产品侵权、知识产权侵犯以及跨境电商领域的复杂侵权问题。针对此类违法违规行为，我国已出台相应法规进行规范。然而，有效规避直播电商领域的法律风险，其核心在于构建健全的行业与平台合规体系。通过构建完善的法律合规框架，不仅能够显著降低直播活动中的法律风险，还能切实保护消费者权益，维护平台合法权益，进而促进形成一个健康、有序的市场环境。因此，加速推进直播电商行业的法律合规制度建设，无疑是当前规避其潜在法律风险、实现可持续发展的最优策略。

参考文献

- [1] 刘洋, 李琪, 殷猛. 网络直播购物特征对消费者购买行为影响研究[J]. 软科学, 2020, 34(6): 108-114.
- [2] 孔梦梦. 直播带货中的消费者权益侵权问题及法律规制研究[J]. 法制博览, 2024(24): 133-135.
- [3] 郁博雅. 直播带货电商营销模式构建研究[J]. 市场周刊, 2024, 37(22): 92-95.
- [4] 武川林. 直播电商刷单炒信行为的法律分析与治理路径[J]. 中国商论, 2022(13): 53-56.
- [5] 赵浩. 论网络直播中著作权的法律保护[J]. 中国价格监管与反垄断, 2024(7): 90-92.