

直播带货虚假宣传问题

——从企业运营和行政监管视角规制

诸 栋

浙江理工大学法学与人文学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2024年11月24日; 录用日期: 2024年12月20日; 发布日期: 2025年1月28日

摘 要

在疫情期间由于线下购物不便利, 直播带货这一模式逐渐发展起来, 为经济的发展做出了不小的贡献。在直播带货经济飞速发展的同时, 其中的虚假宣传问题开始展现出来。本文研究得出, 直播带货存在相关市场准入不完善、信用管理制度不完善、监管技术落后、自身不重视等情况, 同时职能部门和行业协会对于虚假宣传的监管力度不够导致了大量的虚假宣传。对虚假宣传行为进行规制, 有利于维护消费者的合法权益, 也可以维护直播带货市场的竞争秩序。最后, 文章主要从完善企业运营的视角和加强行政监管的视角提出相应的措施。

关键词

直播平台, 虚假宣传, 规制方法, 不正当竞争, 新《公司法》

The Problem of False Propaganda in Live Streaming Sales

—Regulation from the Perspective of Enterprise Operation and Administrative Supervision

Dong Zhu

School of Law and Humanities, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Nov. 24th, 2024; accepted: Dec. 20th, 2024; published: Jan. 28th, 2025

Abstract

During the pandemic, due to the inconvenience of offline shopping, the model of live streaming has gradually developed, making a lot of contributions to the development of the economy. While the

economy of live streaming is developing rapidly, the problem of false propaganda has begun to show. This paper concludes that there is imperfect market access, imperfect credit management system, backward regulatory technology, and lack of attention to live streaming, and at the same time, the lack of supervision of false propaganda by functional departments and industry associations has led to a large number of false propaganda. Regulating false propaganda is conducive to safeguarding the lawful rights and interests of consumers, and can also maintain the order of competition in the livestreaming market. Finally, this paper mainly puts forward corresponding measures from the perspective of improving enterprise operation and strengthening administrative supervision.

Keywords

Live Broadcast Platform, False Publicity, Regulatory Approach, Unfair Competition, New “Company Law”

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

疫情期间由于线下购物大幅度减少，直播带货这一模式就开始快速兴起。目前该模式已经成为主流的电商销售模式，成为大众主要购物渠道之一。当前，淘宝、抖音等平台都开通直播带货的方式，各个央企、国企也加入直播带货行业，越来越多明星、主播都在直播间带货。随着越来越多的企业和主播加入直播带货行业，这也带来了大量的问题，其中以虚假宣传问题最为严重。如三只羊公司“香港美诚月饼”所谓的高端品牌形象与实际不符¹。再如前几年李佳琦的“不粘锅事件”²到把“阳澄状元”大闸蟹说成“阳澄湖大闸蟹”³，此类虚假宣传事件层出不穷。大部分消费者都是因为被直播间的虚假宣传或者主播个人虚假宣传所误导，然而消费者被骗后，其维权却非常困难。直播带货当中存在虚假宣传的行为，不仅破坏了公平竞争的直播销售环境，而且侵害了消费者的知情权和公平交易权。为了弘扬企业家诚信精神，维护电商平台经济秩序，促进直播经济的发展，结合《中华人民共和国公司法》(以下简称《公司法》)、《中华人民共和国反不正当竞争法》(以下简称《反不正当竞争法》)等法律，从企业运营和行政监管两方面提出解决虚假宣传的措施。

2. 直播带货虚假宣传存在的问题

2.1. 企业运营层面存在的问题

2.1.1. 直播带货市场的准入规定不完善

直播经济短时间迅猛的发展，产生了大量的电商直播带货平台，平台上商品和服务也越来越多，平台上也存在着大量劣质商品。由于平台对于商家的前置审核不够，平台为了给消费者提供各式各样的商品，以极低的价格和快速的入驻审核程序吸引了大量的商家进驻。商家只需缴纳坑位费就可进行售卖，

¹央广网. “香港美诚月饼”事件持续发酵! [EB/OL]. https://news.cnr.cn/dj/20240918/t20240918_526908648.shtml, 2024-12-11 (最后访问日期).

²新浪网. 李佳琦谈不粘锅直播翻车: 没按说明操作欢迎监管[EB/OL]. <https://news.sina.com.cn/s/2019-11-03/doc-iicezzrr6964743.shtml> 2024-12-11 (最后访问日期).

³搜狐网. 李佳琦直播再翻车, 卖“阳澄湖大闸蟹”被指虚假宣传! [EB/OL]. https://www.sohu.com/a/354518224_688680, 2024-12-11 (最后访问日期).

并且平台仅仅对商家进行形式审核,并不对其提供的营业执照、行政许可等文件进行审核,当前在新《公司法》认缴资本制情况下,由于各家电商平台进驻的企业大多为中小企业,总体偿债能力和信用能力不强。不少企业是多店铺运营的模式,意味着他们注册了多家公司,但其注册资本并未缴纳,若出现虚假宣传情况对其进行追究时,很难保障消费者的权益。

当前直播带货准入门槛太低,《网络直播营销管理办法》(以下简称《办法》)中对于主播年龄规定,主播只要年满16周岁即可,对于16周岁以上未满18的未成年人还需要经过父母同意。在《网络直播行为规范》(以下简称《规范》)第二十条仅要求主播应了解直播营销相关知识,树立法律意识;主播应提供真实的身份信息,入驻直播营销平台需实名认证,其对于主播资格缺少实质性的资质要求仅需满足年龄条件即可。由于直播平台短时间内的快速兴起,专业从事直播销售的人才并不齐备,在人员构成上,主要是由网红、明星等一系列人组成。商家为了吸引消费者,商家大多选择主播的标准为高颜值、学历低且易于掌控听话的人,这些主播此前未从事过销售工作,他们缺少对应的专业知识。如“疯狂小杨哥”的徒弟“红绿灯的黄”在直播带货YSL的化妆品时,披头散发,哗众取宠来吸引人观看⁴。一方面由于平台和商家考核机制仅仅是销量和流量,另一方面平台对于相关产品的准入标准都未明确。这些主播会说夸大产品质量、功能的话来吸引流量进行销售,如对自家产品的质量和功能与同行销售的同类产品进行片面对比,或使用歧义性的语句进行刻意引导,会使消费者对该产品的功能产生错误认识,其中不乏虚假宣传的话语[1]。如曾经轰动一时的“糖水燕窝”事件,主播辛巴自身从未了解过该商品,只是为了销量而卖货⁵。由于商家过度追求营销方面,严重忽视对产品本身质量和消费者的售后保护,对主播的虚假宣传的行为视若无睹,最终导致主播做出一些损害消费者权益的事情。

2.1.2. 对商家的信用管理方面不完善

在对于商家的信用管理和监管方面,平台往往根据消费者的产品销量和好评情况来排列商家出现在购物页面上的顺序。这两个指标具有一定的合理性,但这两个指标在网络购物中可以通过刷单、刷评论的方式来提升,因此这两个指标也就给商家虚假宣传留下了隐患。这种虚假宣传的行为仿佛已经成了这行业的常态了,导致后来入驻平台的商家也只能依靠刷单、刷评论来提升自己的信用等级,否则该产品无法达到信用等级评分的要求,最终无法被消费者看见。因此,电商平台需要寻找一个更加有效、合理的信用管理机制,而不是仅仅依赖销量和好评数量来进行所谓的“有效”排名,破坏公平竞争的直播带货市场。

2.1.3. 监管技术方面落后

在商品售卖方面,主要有两种模式“自营式+进驻式”,自营模式是平台自己提供的,对于产品的质量和服务都有保证,相比之下问题往往发生在进驻式的商品上,但进驻式的商品和服务数量超过百万,让平台凭借一己之力进行核查,平台显然力道不足。当前虚假宣传的手段层出不穷,有买水军刷评论、刷人气、有演绎虚假故事来博取消费者同情、采用替代性词汇、错别字来误导消费者逃避监管,如浙江尚跃网络科技有限公司使用软件技术将直播优先推送到特定的人群范围,以此来提高人气进行卖货⁶,加上网络技术的更新快、网络直播具有隐蔽性等特点,使得证据极难收集。等网上交易完成,消费者在使用一段时间后发现商品存在与宣传严重不符的情形在,这会存在一个时间差,无法立即举报该商品,这些情况都给平台监管带来了难题。当前平台仅仅依靠传统的人力审核、消费者举报的方式无法有

⁴ 腾讯网. 小杨哥及其徒弟被指“低俗带货”,流量大就能没底线吗?[EB/OL]. <https://new.qq.com/rain/a/20231028A061QK00>, 2024-12-11 (最后访问日期).

⁵ 新华网. 辛巴带货燕窝案处罚通报直播公司被罚90万元[EB/OL]. <https://news.sina.com.cn/o/2020-12-23/doc-iiznezxs8559419.shtml>, 2024-12-11 (最后访问日期).

⁶ 参见平市监处罚(2023)1109号。

效治理该现象。

2.1.4. 企业内部对虚假宣传问题不重视

首先，在专业部门设立和人才储备方面，电商平台自身缺乏相应的反不正当竞争部门和人员，往往由售后部门来进行统一处理。其次，平台缺乏对于虚假宣传风险识别、评估等机制。最后，平台当中的高级管理人员对这一现象也并不重视，高管们只为了追求财务数据上的精美，并不太在意旗下商家和主播的虚假宣传问题。

2.2. 行政监管方面存在的问题

职能部门和行业协会监管力度不够

直播带货为市场经济的发展做出了巨大贡献，有关的政府职能部门和行业协会也开始重视这个虚假宣传的问题。当前行政监管的不足主要体现在以下几个方面：第一，虽然有各个职能部门负责各自事项的监管，但是直播带货所包含的信息量巨大，并且涉及各个省份、各个部门，当前各个职能部门具体职责并不清楚，由此导致的监管效率低下。同时根据《电子商务法》的相关规定，直播带货的监管模式：由政府监管平台，再由平台去监管商家和主播，当前主要依赖于平台本身，但是法律并未细化规定平台的义务，同时平台出于自身利益考虑，对于商家监管力度不严格，缺乏对于平台的处罚机制。第二，行业协会的监管力度不够，行业协会在连接政府和管理当中起到了补充作用，当前行业协会的数量较少，监管力量不够，其无法对直播间进行全面管理，特别是对于一些中小主播或者人数较少的直播间，更加难以进行监管。作为专门的电商协会，其本身对于虚假宣传的行为更加了解，但行业协会制定的标准不一，其中大多条款为倡导性条款，缺乏严厉的措施。处罚的措施大多为责令改正或者缴纳相应的罚款，极少数严重情况会产生停止运营，而且罚款的数额也没有确定，就容易导致有关协会自由裁量权过大。第三，监管技术落后，和前文所述一样，职能部门和平台一样也需要更新相应的监管技术。

3. 对直播带货虚假宣传规制的必要性

3.1. 有利于维护消费者的合法权益

商家虚假宣传行为不仅违背了商业诚信的要求，这些虚假宣传行为也侵害了消费者的公平交易权和选择权，同时商家虚假宣传的费用也最终会体现在商品自身的价格当中，由消费者来对这一不合理的价格进行买单。一方面增加了消费者购物的时间、金钱成本，另一方面也破坏了网络直播购物的市场竞争秩序。因此，行政机关和平台需要使用多元化的方式来规制该种行为，打击该种虚假宣传行为并净化网络直播购物行业，保护消费者的合法权益。

3.2. 有利于维护网络市场竞争秩序

在直播带货时，直播间可以即时显示在线人数、商品的销售情况、售后评价等信息。虚假宣传行为虚增在线人数，混淆售后评价，从而使消费者选择该产品，该种行为导致合法的商家也受到了损失。长此以往，可能会导致合法的商家也背弃诚信经营观念转而进行虚假宣传。商家会忽视提升产品的质量，转而过度地进行虚假宣传，这极大增加了销售成本，误导了消费者，并损害其他竞争者的利益[2]。公平的竞争环境能提升产品的质量、扩大交易，推动直播购物市场的繁荣。但是公平竞争的秩序仅仅依靠行政机关和平台自身监管是完全不够的，因此我们要用多元化的方法来对该种行为进行规制，使商家合法有序竞争，营造一个公平竞争的直播经济市场，使得直播经济能健康平稳发展。

4. 完善企业内部运营和管理

4.1. 平台内部完善监管和管理规则

4.1.1. 完善直播带货市场的准入规定

直播带货虚假宣传的原因主要是两方面，一是直播带货的准入标准太低，二是行政机关的监管难度大，造成了当前直播带货市场鱼龙混杂的局面。各家电商平台都应该提高其入驻的门槛，做好第一步商户的筛选工作。平台应该严格核查商家的营业执照、行政许可等有关经营资格的文件。同时平台应当据此建立主播、商家的档案登记以及核验制度^[3]，如直播间购买药品，给消费者提供了极大的便利，平台要严格按照《药品管理法》的规定，要求商家在网站首页或者经营活动的主页面的显著位置公示《药品经营许可证》和国家药品监督管理局核发的《药品注册证书》。在公司缴纳注册资本方面，平台也需要对公司资本进行相应的核查，尤其要注意那些出资不足的商家，因为公司注册资本在一定程度上反映了该企业的实力，出资不足的商家很有可能将来在售后方面存在一些问题。在具体措施方面，平台需要依照新《公司法》的要求对卖家进行提示，若卖家到期仍未缴纳出资，可以采取暂停营业的措施来保障消费者的合法权益。

对于主播准入资格的规定，目前《办法》对于主播仅有16周岁这一个年龄要求，平台还可以从主播个人信用情况、违法违规记录、职业资格等方面进行完善。首先，平台可以要求主播在开始带货前，需要进行个人的实名登记，用国家个人信用信息系统进行审核，对一些曾经有诈骗、失信等情况的主播进行重点关注。其次，平台与平台之间可以建立黑名单互通机制，对于曾经因为违法违规并且造成恶劣影响的主播进行封杀，防止其换平台复活。再次，有关协会可以制定主播考核机制、从业资质等方面的要求，由相关协会组织从业资格考试，考试的内容涉及商品甄选、法律法规、道德素质等，从而提升主播的综合素质。最后，平台对主播进行诚实守信的道德教育，提高主播的道德水平和职业素养，同时加强旗下企业的道德教育，宣传诚实守信、实事求是的服务经营理念。

对于产品的准入标准，平台缺乏对于产品质量的准入标准，大多数时候只要求商家缴纳对应坑位费就行，导致了各个商家和主播为了追求高额利润，而无视产品的真假、质量好坏等情况。对于直播带货的产品首先要合法，国家禁止销售的产品绝对不能进行售卖。此外一些小主播带货的商品侵犯知识产权的现象严重，不良商家使用仿造、伪造的商品进行销售，侵害正品商家的利益。为了治理这些现象，就要明确销售产品的准入标准。同时，平台要积极履行其监管职责，按照规定的准入标准审核商家销售的有关资料，主播也要对其所售商品进行严格把关。MCN作为专门培养直播带货主播的机构，不仅要注重对于主播道德方面的培养，对主播的产品选择能力方面也需要进行培训，要提醒其小心谨慎并亲自检验，绝不可听商家的一面之词，培养其责任意识，成为一名合格的带货主播。

4.1.2. 完善对商家信用管理制度

当前平台对于商家的信用管理主要根据其销量和好评情况来排序，这会引发商家刷单，从而改善其信用情况。因此，平台需要完善信用管理制度，平台可以建立一个信用公示奖惩制度，每隔一段时间公布不良商家的名单，维护诚信经营的直播风气。信用公示制度一方面可以起到打击那些不良商家的作用，另一方面又能对诚信经营的商家起到激励作用。在具体实施方面，一是要建立商家的信息库，其中主要包括商家的基本信息、信用情况、出资情况；二是要包括商家的违法、违约情况，包括商家被举报、投诉以及一些不良行为；三是对于商家实行五级信用分类，分级的依据主要根据其企业自身实力、违法违规记录、造成损害、事后赔偿等方面综合评价。当商家的评分低于一定的分值时，平台需要对商家进行提示整改。对于存在拒不改正的商家，平台将及时发布评级较低网络经营者的惩处和整改情况^[4]。若商家对于消费者的售后服务不理不睬的，平台可及时督促商家，并视情况进行相应的退款，对

于虚假宣传且拒不退款的商家可以暂停其直播、对其进行相应的罚款，并将这一情况及证据上传到职能部门。直播平台不可仅以销量和好评数量作为评价一个直播间的指标，平台需要对旗下的商家开展多样的宣传教育，引导其形成正确的经营价值观，倡导以提供优质服务、优质产品、提高创新能力等加强核心竞争力，从而从正面推动网络市场环境健康可持续高质量的发展，而不是陷入虚假宣传、恶性竞争的死循环。只有如此才能树立品牌效应，增加消费者的信赖度[5]。

4.1.3. 引入最新技术监管措施

平台使用老旧的技术，依靠传统人力进行审核，无法对虚假宣传的情况进行有效的监督，平台可以使用大数据和 AI 进行统计分析虚假宣传的用词，当直播中出现严禁使用的词或敏感词语时，如“最好”“极致”等词语时候，对该直播间可以进行暂时停播或警示的处理措施，然后由专人再进行仔细调查。此种方法一方面避免了虚假宣传直播扩大带来的不好结果，同时也给了商家一次纠错的机会。平台也可以使用大数据进行分析，对一些短时间内销量猛增的产品、短时间内观看人数猛增的直播间实行监督，由专员分析其是否可能涉及虚假宣传才导致的销量剧增。在管理弹幕方面，平台使用大数据技术和 AI 对其进行监督，检测评论情况是否为机器人评论和水军评论。在治理刷单行为上，平台可采取重点审查方式，用 AI 分析最有可能采取虚假宣传的商家，并要求商家提供相应的证明材料，保障好评的真实性、可靠性。在举报方面，平台通过技术设置，设置简易举报措施，消费者观看直播时候发现该直播间存在虚假宣传行为，可以立即进行投诉举报，并将调查处理结果反馈给消费者。在辅助行政机关执法上，建立与行政机关的信息互通机制，同时加强对于证据的保存，信息的分类，加快信息资源的整合，便于行政机关的执法。

4.1.4. 在企业内部设立反不正当竞争的机制

当前平台缺乏相关反不正当竞争的部门和人才，平台需要在其内部建立专门的反虚假宣传部门，由专业的人来处理专业的虚假宣传问题，具体有以下几个方面：第一，制定企业内部反虚假宣传管理制度，落实企业当中负责虚假宣传的部门和岗位，招募专业的公司治理和反虚假宣传的人才。第二，企业内部设立虚假宣传风险识别、评估、汇报、咨询、执行及监督机制。第三，定期收集执法机关的案例以及立法最新状况，加强对于董事、监事、高级管理人员进行虚假宣传知识培训和考核。

5. 加强行政监管措施

5.1. 落实职能部门的监管

当前监管的主体主要包括国家互联网信息办公室、工业和信息化部、公安部、以及各地相应的行政机关等。监管主体存在多元化的特点，其弊端就是各部门职责不清、无法落实监管职责。因此各个部门需要协调落实各种的监管职责，哪些属于刑事监管范围、行政监管范围、行业协会监管范围，当涉及公共安全、食品安全时由哪个部门来监管，当涉及消费者权益保护时由哪个部门来监管，甚至可能会涉及行刑交叉问题，如买假药[6]。当然监管机关也可以依据平台的属性来进行监管划分，如淘宝、京东网络购物平台归哪几个部门，因为这几个主流平台占据了绝大多数的网络购物市场，监管部门需要更多的精力。对于抖音、快手这类平台，其核心主要依靠主播来带货，不同于一些大企业依赖自身品牌效应来卖货，那么监管部门就需要制定有关主播资格准入门槛、职业培训等要求，如对于售卖食品、药品的主播应当具备相应的执业资格，这样提高了主播的专业水准，在一定程度上也保障了消费者的合法权益。各部门除了确定自己的监管范围之外，还需要具体落实有关的监管规则，由哪个机关来具体执行，平衡各参与主体之间的关系、做到部门内部主体之间、各部门之间各司其职、相互协调配合，确保职能部门之间有效履行监管职责，统一行使职权[7]。对于一些无良商家虚假宣传触犯刑法的，如诈骗罪、生产、销售伪

劣产品罪，应当及时移送司法机关，追究其法律责任。有关部门可以加强行政机关、平台监管方面的立法，落实行政机关的工作职责，对不作为的平台进行处罚，形成以行政机关和平台监管为主、群众监督为辅的监管机制，这样既解决了无人监管的问题，也加强了平台监管的作用。

直播带货是在互联网背景下产生的，相比与传统线下虚假宣传营销更具有隐蔽性和特殊性，因此仅仅依靠传统的人力检查是极其困难的，职能部门更应当关注并使用高新技术来进行监管如通过人工智能来进行检测，当主播在带货时说出了一些违法违规的话时，或者商家存在虚假宣传行为时候被一方发现，通过区块链技术就可以把虚假宣传证据固定下来，如浙江安吉名理白茶有限公司涉嫌虚假宣传，市场监督管理人员就运用了区块链技术，以便于行政机关后期的执法⁷。通过大数据、人工智能、区块链等技术，在信息共享上，连接执法部门、行业协会等部门，打破原先的壁垒，改善网络平台领域的执法，推进数字化政府建设^[8]。

当前处于经济下行时期，政府面临着保就业的情况。如果执法部门过于严厉的打击商家虚假宣传的行为，可能会影响大众参与创业，从而影响经济活力。为了兼顾执法的温度和力度，执法部门可以采取首次违法不处罚的规定，但如果该主体曾经参与过相关虚假宣传行为，则不应该适用首次违法不处罚。同时适用首次违法不适用还要求满足这两个条件：(1) 对社会危害小；(2) 及时纠正弥补。有关商家和主播如果能纠正自己错误，对社会造成的危害性小，最终采取首违不处罚，也符合比例原则的要求，如在诸暨市珍行之家针织有限公司虚假宣传被处罚案，当事人积极配合市监局的工作，主动退赔，最终减轻处罚⁸。

5.2. 加强有关行业协会自治

直播带货的经济迅速发展，已经占据了极为庞大的市场，仅仅依靠职能部门不能对商家和主播形成有效的监督，而且职能部门对于专业的虚假宣传情况不够了解，不足以应对极其复杂的商战市场。行业协会则立足于直播带货的行业多年，其相对职能部门来说更加专业，更了解直播带货当中涉及的虚假宣传的问题，因此有必要建立几个专门应对虚假宣传的行业协会。在建立有关的行业协会后，就需要完善对于虚假宣传的有关规定，由于各个行业协会对于虚假宣传的有关规定存在较大差异，行业协会应制定一个统一的行业规范，加强行业自律^[9]，具体包括主播的资格条件、相关禁止的行为、监管的标准等，强化行业协会的监督能力，督促直播带货主体全面、真实准确地披露产品、服务的真实信息^[10]，如协会可以在开播权限进行规定，通过设置行业等级制度，对不同等级的商家及主播开设不同的直播带货权限，等级越高的商家可以从事一些食品、药品的带货，行业等级每年核定一次，且在内部公示，最终结果直接影响商家业务的经营情况。当前虽然有《网络直播营销行为规范》《网络直播和短视频营销平台自律公约》等行为规范，但来源于不同的部门，且缺乏强制性规范。行业协会要制定更加严格和完善的监管措施，当前对于直播带货虚假宣传的处罚措施多为停止运营、停业整顿等措施，这些措施的惩罚力度明显不够，应当施加更严重的惩罚^[11]。对于虚假宣传来说，一些网红、主播、明星拥有大量的粉丝，一个小时带货量几十万，其明显对于社会的危害性更大，如果仅仅对其罚款、暂停直播，那么处罚的力度远远不够，可以对虚假宣传的商家进行惩罚性赔偿处罚，以此来警示其他商家和主播。

6. 结语

现在直播带货的经济已经成为互联网经济的重要组成部分，为市场经济的发展做出了重要的贡献。其中出现了虚假宣传的问题，只有尽快完善企业运营层面和加强职能部门的执法，运用新技术，才能有

⁷ 参见安市监处罚(2023) 47 号。

⁸ 参见诸市监处罚(2022) 795 号处罚书。

效扼制虚假宣传的现象，优化公平竞争的环境，推动直播带货的行业健康发展。

参考文献

- [1] 姚志伟. 新广告法规中互联网广告概念的合理性辨析——以电子商务网站销售页面信息为中心[J]. 湖南师范大学社会科学学报, 2017, 46(6): 110-116.
- [2] 李明德. 知识产权法[M]. 北京: 法律出版社, 2008: 299.
- [3] 刘雪斌, 俎璐. 实现网络直播平台的法治化运营[J]. 人民论坛, 2018(34): 102-103.
- [4] 周健生, 冯炜. 网络虚假宣传的工商监管对策研究[J]. 中国工商管理研究, 2013(10): 33-37.
- [5] 陈香, 紫彭帅. 论电子商务中虚假宣传的对策研究[J]. 法制与经济, 2018, 27(4): 95-96.
- [6] 吴伟恒. 生产、销售假药案件行刑衔接问题研究[D]: [硕士学位论文]. 呼和浩特: 内蒙古大学, 2022.
- [7] 王子荣. 论直播带货的法律规制研究[J]. 深圳职业技术学院学报, 2022, 21(4): 20-25.
- [8] 余凌云. 数字政府的法治建构[J]. 中国社会科学院大学学报, 2022, 42(1): 90-108.
- [9] 邓锦雷. 强化对直播带货的柔性约束[J]. 人民论坛, 2020(23): 60-61.
- [10] 李向荣, 朱少英. 网络直播乱象原因分析与对策研究[J]. 人民论坛, 2020(19): 64-65.
- [11] 孙瑞. 数字经济时代网络直播营销的法律规制[J]. 山西省政法管理干部学院学报, 2022, 35(3): 89-92.