

直播带货主播注意义务与举证责任研究

王 澍

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年2月23日; 录用日期: 2025年3月6日; 发布日期: 2025年4月8日

摘 要

在直播带货这一新兴商业模式中, 法律规制面临消费者权益保护和行业健康发展的重要挑战。主播的注意义务规定不明确与举证责任分配困境共同导致直播带货责任体系存在责任与控制力的错配、私益与公益错配、技术红利与治理成本错配三大核心矛盾。针对主播注意义务的动态调适, 建立“注意义务三阶模型”, 并结合“动态清单模式”提升规制的精细化程度; 同时通过举证责任的合理转移和场景化规制的创新, 能够更有效地应对直播带货的复杂特性。法律规制需要在技术创新与制度创新的双轮驱动下, 强化消费者保护机制, 实现法治化、技术化与社会化相结合的治理格局, 为直播带货行业的可持续发展提供制度保障。

关键词

直播带货, 注意义务, 举证责任, 法律规制

Research on the Duty of Care of Livestream E-Commerce Hosts and Burden of Proof

Shu Wang

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Feb. 23rd, 2025; accepted: Mar. 6th, 2025; published: Apr. 8th, 2025

Abstract

In the emerging business model of livestream e-commerce, legal regulation faces significant challenges in protecting consumer rights and promoting the healthy development of the industry. The unclear duty of care for hosts and the difficulties in burden of proof distribution jointly create three core contradictions in the livestream e-commerce liability system: misalignment between responsibility and control, private interests and public interests, and technology dividends and governance costs. To address the dynamic adjustment of hosts' duty of care, a "Three-Stage Model of Duty

of Care” is established, complemented by a “Dynamic Checklist Model” to enhance the refinement of regulation. Additionally, the reasonable shifting of the burden of proof and the innovation of scenario-based regulation can more effectively address the complex nature of livestream e-commerce. Legal regulation requires the dual-drive of technological innovation and institutional innovation to strengthen consumer protection mechanisms, achieve a governance framework that integrates rule of law, technology, and socialization, and provide institutional safeguards for the sustainable development of the livestream e-commerce industry.

Keywords

Livestream E-Commerce, Duty of Care, Burden of Proof, Legal Regulation

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

我国直播电商市场规模从 2018 年的 1330 亿元激增至 2023 年的 4.9 万亿元，而同期该领域消费纠纷案件量增幅却达到 347%。¹ 面对这场裹挟着技术创新与法律失序的营销革命，如何构建适配直播场景的主播责任体系，已然成为横亘在行业可持续发展道路上的制度困境。直播带货重构了传统交易逻辑：主播通过实时互动与算法推荐创造购买冲动，其角色已突破《广告法》中“广告代言人”的法定边界[1]。现行法律未能厘清平台、主播和消费者之间的责任分配，特别是主播在这一“商业生态系统”中的法律地位不明确，同时也缺乏阶梯化的责任义务体系。在《消费者权益保护法》尚未适配新业态的当下，主播注意义务的认定标准模糊与举证责任分配失衡，已成为遏制行业乱象的法治瓶颈。既有研究对主播责任的法理建构呈现“碎片化”特征。有学者认为参照适用中介人的如实报告义务可知，主播所负担的合理注意义务应包括调查核实商品经营者或服务提供者的经营资质，产品的各项检验合格证书，提供的商品或服务信息与实物的符合程度并如实、详尽地报告等[2]。但也有学者认为主播的身份类似广告代言人，观点应保证相对独立，须承担更高的注意义务以保护消费者对其观点的信任[3]。这种分歧目前学界尚未形成具有解释力的分析框架。而举证责任研究多限于消费者视角，忽视主播与平台间责任联动[4]。举证责任如何在消费者、主播、平台间分配，或许是直播电商快速发展的今天法律框架如何实现制度重构的关键所在。

2. 直播带货责任体系的三大结构性错配

直播带货这一新兴营销模式虽然在促进市场活力和消费者互动方面发挥了重要作用，但其带来的法律责任问题逐渐暴露，形成了明显的制度性困境。技术赋能虽重构了交易链路中的权力结构，却未能同步塑造与之匹配的义务框架，由此衍生出主体控制力与法律期待义务的纵向断层、平台自治空间与公共利益的横向碰撞、数字红利享有与治理成本承担的维度错位三重结构性症结。

首先是责任与控制力的错配。在直播带货中，主播的责任与其对商品的控制力之间存在显著错配。主播的主要角色是通过与观众的互动、商品展示以及与平台的协作，创造消费冲动，从而促进商品销售。然而，在实际操作中，主播的选品权往往受到平台、商家和其他利益方的限制。大部分主播的责任仅限于商品包装完好性核验，而并未直接参与商品的选择或确认其质量。因此，主播的责任虽重，但其对商品的实际控制力却较为有限[5]。如此一来，主播所应承担的法律责任与其实际的控制范围之间存在严重

¹数据来源：艾瑞咨询《2023 年中国直播电商行业研究报告》。

不对称,这不仅导致责任界定困难,也使得消费者在遭遇不公正决策时难以追索主播的责任。

其次是私益与公益错配。直播带货中主播与商家之间的利益往往不完全契合。主播和商家的合同中通常包括“免责条款”,这些条款通过减少主播责任的范围,为其规避了某些法律责任,尤其是在商品质量不符或消费者遭遇纠纷时。然而,这些免责条款与《民法典》中的“安全保障义务”规定存在冲突。根据现行法律,平台经营者和主播在其商品推广过程中负有保障消费者基本权益的义务,但通过合同条款的形式规避责任,实际损害了消费者的合法权益。

最后是技术红利与治理成本错配。随着直播回放功能的普及,平台通过秒级删除数据的方式提高了运营效率。然而,这一技术优势也带来了消费者在维权时的巨大困难。直播平台通过技术手段删除数据,导致消费者在纠纷发生后,面临着举证难度增加的问题[6]。这种技术红利与治理成本之间的错配,不仅增加了平台与消费者之间的权力不对等,也加剧了法律监管的挑战。

这三点错配不仅使得主播在直播带货中的责任难以明确,也导致现行法律框架未能有效适应这一新业态。因此,如何通过对主播注意义务和举证责任的合理构建,解决这些法律困境,已成为行业法治化进程中的关键议题。

3. 直播带货中主播的注意义务

在直播带货场景中,平台与主播的注意义务分配问题,不仅涉及权利与责任的重新界定,更关乎消费者权益保护与行业发展的平衡。然而,当前理论与实践的脱节,使得注意义务的履行与追责陷入重重困境,成为制约直播带货治理效能的关键瓶颈。注意义务的本质是对行为人主观注意程度的要求,其目的在于通过合理的风险防范,减少因疏忽或过失导致的不利后果。在直播带货中,平台的注意义务主要体现为对直播内容的技术监管与数据保存,而主播的注意义务则聚焦于商品信息的真实性传递与功能描述的准确性。主播是商品信息的直接传递者,但其是否应承担与传统经营者相当的注意义务,仍是学界争议的焦点[7]。在直播带货这一快速演进的场景中,注意义务的标准是否应动态调整以适应新形态,尚无明确共识。

主播作为信息传递的核心节点,其注意义务的履行同样面临挑战:现有法律对主播的注意义务仅作原则性规定,缺乏明确的操作标准,导致实践中对其行为合法性的判断存在较大弹性。部分主播通过合同安排将其注意义务转移至品牌方或其他第三方,进一步削弱了其责任履行能力。

注意义务的失衡直接导致了消费者权益保护的弱化。平台与主播的低注意义务标准,使得虚假宣传、误导性表述等行为难以得到有效遏制,最终损害了消费者的信任与利益。低注意义务标准为平台与主播提供了规避责任的制度空间,可能导致其在行为选择上更加倾向于降低审查标准或追求短期利益,从而对行业的长期发展产生负面影响[8]。注意义务分配的模糊性在司法实践中引发了诸多争议。部分判决因缺乏明确的注意义务标准,而倾向于对平台与主播采取宽松立场,导致法律适用的不确定性显著增强。

注意义务的困境不仅反映了平台与主播在责任分配上的制度性失衡,更折射出直播带货治理体系的深层次问题。平台的技术控制能力与法律责任的脱节,主播的信息传递角色与其责任能力的错配,以及消费者在技术与法律层面的双重弱势地位,共同构成了这一问题的复杂性根源。

在现有法律框架下,注意义务分配的模糊性不仅限制了消费者权益保护的效能,还对直播带货行业的规范化发展提出了严峻挑战。如何在这一新型交易模式中构建合理的注意义务分配机制,已成为亟待解决的制度性课题。

4. 直播带货中主播的举证责任

4.1. 消费者举证能力的结构性缺陷

在直播带货场景中,消费者因高度依赖主播推荐而快速做出购买决策,这种“信任经济”模式在提

升交易效率的同时，也潜藏了举证责任分配的深层次矛盾。直播平台的“技术赋能-监管缺位”双重特性，与消费者有限的举证能力形成尖锐对比，直接加剧了纠纷化解的复杂性。消费者在直播带货中的购买决策通常基于主播的实时推荐，而交易流程的非正式性与即时性导致证据链条的易逝性显著增强。直播平台通过格式条款将举证责任完全转移至消费者，而主播则凭借“信息中介”角色主张有限注意义务，进一步压缩了消费者权益的保护空间。

4.2. 举证责任分配的法理基础与实践需求

举证责任的合理分配，不仅关乎个案正义的实现，更是直播带货治理体系的核心环节。现行法律虽对经营者与其商品或服务的举证责任作出了规定，但在直播带货场景中，仍存在以下适用困境：法律未明确规定平台在证据保存与举证责任分配中的具体义务，导致实践中的“监管真空”现象。消费者仅提供基础证据，而平台与主播则利用技术优势反向规避举证义务，形成制度性失衡。

在此背景下，举证责任分配的模糊性已成为制约消费者权益保护的关键瓶颈。具体而言，消费者在纠纷中往往因证据获取困难而处于不利地位，而平台与主播则通过技术手段和协议条款规避责任，导致法律救济路径的实际效能严重受限。

举证责任的失衡直接削弱了消费者的法律救济能力。消费者在面对平台与主播的免责策略时，往往因缺乏证据支持而无法有效主张权利，最终导致其合法权益的实质性受损。平台与主播在举证责任分配中的低成本优势，可能导致其在行为选择上更加倾向于降低审查标准或规避法律责任。这种行为模式不仅损害消费者信任，还可能对直播带货行业的长期健康发展产生负面影响。举证责任的模糊性在司法实践中引发了一系列争议。部分判决因缺乏明确的举证责任分配规则，而倾向于对消费者采取更高的证明标准，导致案件处理结果的不确定性显著增强[9]。从更宏观的视角来看，举证责任分配的困境映射出直播带货治理体系的结构性问题。直播平台的技术中立性与监管责任的缺位，主播的信息中介角色与其责任能力的不匹配，以及消费者在技术与法律层面的双重弱势地位，共同构成了这一问题的复杂性根源。

在现有法律框架下，举证责任分配的模糊性不仅限制了消费者权益保护的效能，还对直播带货行业的规范化发展提出了严峻挑战。如何在这一新型交易模式中构建合理的举证责任分配机制，已成为亟待解决的制度性课题。

5. 注意义务与举证责任的规范重构

在直播带货场景中，注意义务与举证责任的分配问题，既涉及平台与主播的行为约束，也关乎消费者权益的切实保护。面对现有制度在实践中的失效与模糊性，创设“场景化规制”路径成为破解这一困局的可行方向。通过在义务设定、举证规则与技术治理层面的制度创新，构建动态化、精细化的规制体系，以适应直播带货这一新型交易模式的复杂需求。

5.1. 直播带货的场景化规制

“场景化规制”的核心在于根据直播带货的具体场景特征，动态调整注意义务与举证责任的分配标准。其理论基础源于风险控制的动态性与交易行为的差异化。通过分层审查标准、动态举证模式与技术赋能手段，实现对不同场景下行为责任的精准约束与权益保护[10]。分层审查标准为义务设定的精细化路径，以收益与责任匹配为导向的义务分层。对于收取坑位费的主播设定产品溯源审查义务，收取高额坑位费的主播，因其从交易中获得直接经济利益，需承担更高标准的注意义务。具体而言，其应履行产品溯源审查义务，包括对商品生产资质、供应链信息及质量认证的全面核查。而自营类主播则设定质量实质检测义务，自营类主播因其对商品的直接控制权，需承担质量实质检测义务，包括对商品功能、安全

性及使用效果的实际检测。例如,食品类商品需提供第三方检测报告,美妆类商品需展示实际试用效果。

此外,以商品风险等级为依据的义务调整。针对食品、保健品等高风险商品,主播的注意义务需进一步提升,包括对生产许可、成分标注及安全性的严格审查。针对服饰、日用品等低风险商品,主播的注意义务可适当放宽,但仍需确保商品描述的真实性与准确性。

5.2. 注意义务三阶模型: 价值导向的动态调适

在直播带货中,注意义务的合理分配不仅需要考虑法律规范的明确性,还需兼顾行业实践的动态性与多样性。为此,建议构建注意义务三阶模型,以主播收益比例、商品风险等级及用户信赖程度为三大核心维度,动态调适注意义务的强度,从而实现价值导向与具体场景的精准匹配。直播带货场景的高度复杂性决定了注意义务的设定不能采取“一刀切”的标准。不同的主播类型、商品属性和用户期望对注意义务的强度提出了差异化需求。通过动态调适,可以实现对特定场景下行为责任的精准约束,同时避免对行业发展的过度干预[11]。

三阶模型的价值导向体现在以下三个方面:公平性:确保高收益主播与高风险商品的主播承担更严格的注意义务,体现收益与责任匹配的原则;效率性:对低风险商品和娱乐型主播采取适度宽松的义务标准,避免不必要的审查负担;灵活性:根据直播带货的动态变化,及时调整注意义务的强度,增强制度的适应性。由此,主播收益比例、商品风险等级及用户信赖程度得以作为构建注意义务的衡量标准。

主播的收益来源是衡量其注意义务强度的重要依据。通过将主播收益分为坑位费、分成与佣金三类,构建收益-责任匹配的动态义务分配机制。收取高额坑位费或参与利润分成的主播,因其直接从交易中获得更大经济利益,需承担更高的注意义务。如对商品的生产资质、供应链信息及质量认证进行全面核查;对高风险商品(如食品、保健品)进行第三方检测,并提供检测报告;确保直播内容的真实性与合法性,避免虚假宣传与误导性描述。仅通过销售佣金获益的主播,因其收益较低,仅需承担基础审查义务[12]。如确保商品描述的真实性与准确性;避免使用夸大或误导性的宣传语言;对商品的基本合法性进行初步核查。

商品的内在风险属性直接决定了主播注意义务的强度。通过将商品划分为高风险、中等风险和低风险三类,构建风险-义务匹配的动态调整机制。针对食品、药品、保健品等高风险商品,主播需承担更严格的注意义务。需要对生产资质、成分标注及安全性进行全面核查;提供第三方检测报告与质量认证;确保商品的功能描述与实际效果一致,避免虚假或夸大宣传。对于日用品、服饰等中等风险商品,主播的注意义务可适当放宽。确保商品描述的真实性与合法性;避免使用误导性语言,但无需进行深度检测或溯源。针对装饰品、文创产品等低风险商品,主播仅需承担基础审查义务。包括确保商品描述与实物一致;避免虚假宣传与误导性表述。

用户对主播的信赖程度是衡量其注意义务强度的重要因素。通过将主播分为专家型与娱乐型两类,构建信赖-义务匹配的动态调整机制。专家型主播因其专业背景与权威性,用户对其直播内容具有较高信赖度。因此,此类主播需承担更高的注意义务,包括对商品的功能与质量进行深入分析与讲解;确保推荐内容的专业性与客观性;对高风险商品提供详细的合规性证明。娱乐型主播主要通过娱乐互动吸引用户,用户对其商品推荐持较低信赖度。因此,此类主播仅需承担基础审查义务,确保商品描述的真实性与合法性;避免使用夸大或误导性的宣传语言;对商品的基本合法性进行初步核查。

通过构建三阶模型,强化对高收益主播、高风险商品及专家型主播规制,显著提升消费者对直播带货的信任度,增强其权益保护的效能。动态调适的灵活机制,避免对行业发展的过度干预,同时推动主播与平台行为的规范化与透明化。对注意义务的精细化分类与动态调整,减少司法实践中对义务标准的争议,增强法律适用的明确性与可操作性。

5.3. 动态清单模式：举证责任的合理转移

在直播带货纠纷中，消费者往往因信息不对称与证据获取困难而处于弱势地位。为破解这一难题，可以构建动态清单模式，通过消费者初步举证与主播反证义务的合理分配，实现举证责任的动态转移，从而在消费者权益保护与行业健康发展之间找到平衡点[13]。动态清单模式的核心在于将举证责任分为两个阶段：消费者初步举证与主播反证。通过明确举证责任的分配标准与具体内容，降低消费者的举证门槛，同时提升主播与平台的反证义务，形成动态均衡的举证机制。消费者仅需提供基础证据证明商品存在瑕疵或与直播描述不符，如商品实物的照片或视频；直播录屏片段，展示主播对商品的描述内容；订单信息与物流记录。在消费者初步举证后，主播需提供以下核心证据清单，证明其已履行注意义务：商品的合法来源证明(如生产资质与许可文件)；商品质量检测报告或第三方认证文件；直播内容的存证记录(如时间戳数据)；供应链信息与商品流通记录；若涉及虚假宣传，需提供免责证据或合理理由。

为确保动态清单模式的落地实施，需从举证主体、证据内容与技术支持三个方面进行具体设计。消费者需提供商品瑕疵的基本证据，例如照片、视频或直播录屏片段，无需承担复杂的举证责任；主播需根据动态清单的要求，提供商品合法性与质量合规的详细证据；平台需协助消费者与主播完成举证，包括提供直播回放数据、互动记录及技术支持[14]。

证据内容的清单化要求，则包括商品合法性证明：包括生产许可、商标注册与质量认证文件；商品质量证明：包括检测报告、第三方认证与实际使用效果的说明；直播内容存证：包括直播录屏、时间戳数据与互动记录；供应链信息：包括商品来源、流通路径与库存记录；免责证据：若涉及虚假宣传，需提供免责声明或合理理由。

此外，需要充分发挥技术支持的赋能作用，如区块链存证系统：通过时间戳技术固定直播内容与交易信息，确保证据的真实性与不可篡改性；智能合约技术：自动生成核心证据清单，简化举证流程；平台协助机制：平台需为消费者与主播提供证据调取与验证的便捷渠道。

动态清单模式通过简化消费者初步举证的程序，显著降低消费者的举证负担，增强其维权的可行性与积极性。强制主播与平台承担更多举证责任，倒逼其提升合规意识与行为规范[15]。分阶段举证与清单化要求，实现了举证责任的合理转移与动态均衡，避免了传统举证规则中的举证难问题。

6. 结语

在直播带货这一新兴商业模式的快速崛起中，法律规制面临着前所未有的挑战与机遇。从注意义务的动态调适到举证责任的合理转移，从场景化规制的技术创新到行刑衔接的制度优化，本文立足于直播带货的实际特性与法律需求，提出了“注意义务三阶模型”“动态清单模式”等一系列制度设计，旨在实现消费者权益保护、主播行为规范与行业健康发展的协同推进。这些建议不仅回应了现行法律规范的不足，也为构建适应互联网经济特点的治理体系提供了理论支持与实践路径。未来，直播带货的法律规制需要在技术创新与制度创新的双轮驱动下，进一步强化平台责任、优化举证机制、完善行刑衔接，以实现从应急规范到长效治理的转变。同时，应注重对消费者教育与主播培训，提升各方主体的法律意识与合规能力，最终形成法治化、技术化与社会化相结合的治理格局，为直播带货行业的可持续发展提供坚实的制度保障。

参考文献

- [1] 钟瑞栋, 毛仙鹏. 网络直播营销中主播的法律地位构建[J]. 晋阳学刊, 2021(6): 102-110.
- [2] 刘雅婷, 李楠. 直播电商虚假宣传的法律规制[J]. 知识产权, 2021, 31(5): 68-82.
- [3] 刘双舟. 关于网红“直播带货”法律属性的思考[J]. 中国市场监管研究, 2020(5): 21-23.

-
- [4] 范明志, 杨阳. 论直播打赏的性质与法律规制方式[J]. 求是学刊, 2024, 51(5): 131-142.
 - [5] 刘海安. 论网络直播用户与主播之间的法律关系属性[J]. 政治与法律, 2023(1): 124-142.
 - [6] 丁国峰, 蒋淼. 我国网络直播带货虚假宣传的法律规制——兼评《禁止网络不正当竞争行为规定(公开征求意见稿)》[J]. 中国流通经济, 2022, 36(8): 29-39.
 - [7] 陈纯柱, 刘娟. 网络主播监管中的问题与制度构建[J]. 探索, 2017(6): 136-145.
 - [8] 李梦琳. 论网络直播平台的监管机制——以看门人理论的新发展为视角[J]. 行政法学研究, 2019(4): 123-132.
 - [9] 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.
 - [10] 靳景涛. 直播带货纵向价格垄断的形成与规制——以李佳琦陷“二选一”事件为例[J]. 价格月刊, 2024(8): 41-47.
 - [11] 王芳, 李靖宇. 网络直播营销行为规范化研究——以行政法规制为视角[J]. 成都行政学院学报, 2023(6): 75-85, 105, 119.
 - [12] 周烁. 网络直播带货中直播平台的法律责任[J]. 法律适用, 2022(7): 133-144.
 - [13] 王新刚, 林荫. 直播带货“翻车”的治理机制研究[J]. 经济管理, 2022, 44(2): 178-191.
 - [14] 周剑平. 电商直播监管的难点与对策创新[J]. 中国流通经济, 2021, 35(8): 72-80.
 - [15] 梅傲, 侯之帅. “直播+”时代电商直播的规范治理[J]. 电子政务, 2021(3): 28-37.