

直播带货中消费者权益侵权问题及法律规制

王明玲

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年3月13日; 录用日期: 2025年3月28日; 发布日期: 2025年4月30日

摘要

本文深入探讨了网络直播带货这一新兴商业模式下消费者权益保护所面临的挑战, 通过系统性分析、案例研究与法律规制现状考察, 揭示了直播带货环境中消费者权益侵权的本质特征、主要表现形式及其法律规制现状的不足, 并在此基础上提出了一系列具有前瞻性和可操作性的法律规制优化路径。本研究旨在促进网络直播带货行业的健康有序发展, 构建更加安全、公平、透明的网络消费环境。

关键词

网络直播带货, 个人隐私泄露, 法律规制, 侵权问题

The Issues of Consumer Rights Infringement in Live-streaming E-Commerce and Legal Regulation

Mingling Wang

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 13th, 2025; accepted: Mar. 28th, 2025; published: Apr. 30th, 2025

Abstract

This article delves into the challenges faced by consumer rights protection under the emerging business model of live streaming for direct selling. Through systematic analysis, case studies, and examination of the current legal regulatory status, it reveals the essential characteristics, main manifestations, and deficiencies in the legal regulation of consumer rights infringement in the live streaming environment. Based on these findings, a series of forward-looking and actionable paths for optimizing legal regulation are proposed. The purpose of this study is to promote the healthy and orderly development of the live streaming for direct selling industry and to build a safer, fairer, and

more transparent online consumer environment.

Keywords

Online Live Streaming for Sales, Personal Privacy Leakage, Legal Regulations, Infringement Issues

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

直播带货的快速发展为消费者提供了更多的购物选择和便利，但同时也带来了更多的风险和挑战。加强对直播带货的法律规制，能够有效遏制侵权行为的发生，保护消费者的合法权益，让消费者能够在安全、放心的环境中购物。从直播带货行业的健康发展角度而言，规范的市场环境是行业可持续发展的基础。通过完善法律规制，明确各方主体的权利和义务，能够促进直播带货行业的规范化、专业化发展，提升行业整体形象和竞争力[1]。此外，加强对直播带货的法律规制，也是维护市场经济秩序、促进社会公平正义的必然要求，对于推动我国经济的高质量发展具有重要意义。

2. 直播带货中消费者权益保护的法律法规现状及存在的问题

2.1. 法律法规存在的问题

尽管我国已出台了一系列与直播带货相关的法律法规和政策文件，但这些规定在某些方面仍存在细化程度不足的问题，导致在实际应用中缺乏可操作性。在虚假宣传的认定标准上，虽然《广告法》等法律法规对虚假宣传行为有原则性规定，但直播带货中的虚假宣传形式多样，难以用现有的标准进行准确界定。主播在直播中使用一些模糊、夸张的语言进行宣传，如“这款产品是市面上最好的”“使用后效果立竿见影”等，这些语言是否构成虚假宣传，缺乏明确的判断标准。对于直播带货中虚假宣传的具体情形、认定程序以及处罚力度等方面，法律规定也不够详细，使得监管部门在执法时难以把握尺度，消费者在维权时也缺乏明确的法律依据[2]。

在产品质量责任方面，虽然《产品质量法》等法律法规对产品质量问题有相关规定，但直播带货中的产品质量问题较为复杂，涉及到多个主体和环节。在直播带货中，商品可能经过多个渠道流转，从生产商到供应商，再到商家和主播，每个环节都可能影响产品质量。当出现产品质量问题时，如何确定各主体的责任，法律规定不够明确。对于一些新兴的直播带货模式，如跨境直播带货、农村电商直播带货等，现有的法律法规未能充分考虑其特殊性，在产品质量监管、责任追究等方面存在空白，导致这些领域的消费者权益保护面临困难。

2.2. 责任主体认定困难

在直播带货中，带货主播、商家、直播平台的责任主体认定存在诸多争议，这给消费者维权带来了很大障碍。带货主播的法律地位和责任认定较为复杂。主播在直播带货中可能扮演多种角色，其法律地位和责任认定也会因角色不同而有所差异。当主播作为广告代言人时，若其对商品进行虚假宣传，误导消费者购买，应与广告主承担连带责任。在实际情况中，如何判断主播是否属于广告代言人，以及其在直播带货中的行为是否构成虚假宣传，存在争议。一些主播可能声称自己只是对商品进行介绍和推荐，

并非广告代言，从而逃避责任。主播与商家之间的合作模式多样，如委托代理、合作分成等，不同的合作模式下，主播的责任承担方式也不同，这进一步增加了责任认定的难度[3]。

商家作为商品的提供者，理应对商品质量和售后服务负责。在直播带货中，部分商家会通过各种方式规避责任。一些商家可能会在直播中夸大商品的优点，隐瞒商品的缺陷，当消费者购买后发现问题要求退货退款时，商家却以各种理由推脱，声称商品是按照正常标准生产的，质量没有问题，或者将责任推给主播或直播平台。一些商家还可能会在直播平台上注册多个账号，当某个账号因销售假冒伪劣商品被封禁后，立即更换其他账号继续销售，导致消费者难以追究其责任。

直播平台作为直播带货的载体，在消费者权益保护方面承担着重要责任。对于直播平台应承担何种程度的责任，法律规定不够明确。在一些情况下，直播平台可能仅作为信息发布平台，对商家和主播的行为不承担直接责任；而在另一些情况下，直播平台可能因为对直播内容审核不严、对商家资质审查不力等原因，需要承担相应的连带责任。对于直播平台责任的具体认定标准和范围，法律缺乏明确的规定，这使得直播平台在履行监管职责时缺乏明确的法律依据，也给消费者维权带来了不确定性[4]。当消费者在直播平台上购买到假冒伪劣商品时，直播平台可能会以其只是提供技术服务，不参与商品交易为由，拒绝承担责任，导致消费者维权困难。

2.3. 消费者维权成本太高

消费者在直播带货中维权面临着诸多困难，其中维权成本高是一个突出问题。在举证方面，消费者往往处于弱势地位。直播带货中的交易过程主要通过网络进行，证据容易被删除或篡改。当消费者购买到存在质量问题的商品或遭遇虚假宣传时，需要提供相关证据来证明自己的权益受到了侵害。在直播过程中，主播的宣传话语稍纵即逝，消费者很难及时保存相关证据；直播平台上的商品信息也可能随时被修改，导致消费者难以获取原始的宣传资料[5]。一些商家和主播在出现问题后，会故意删除直播记录、聊天记录等证据，使得消费者在维权时缺乏有力的证据支持。

诉讼成本也是消费者维权的一大障碍。消费者在维权过程中，可能需要聘请律师、支付诉讼费等费用。对于一些小额消费纠纷，维权成本可能远远超过商品本身的价值，这使得很多消费者望而却步。在一些直播带货纠纷中，消费者购买的商品价值可能只有几十元或几百元，但如果通过诉讼途径维权，可能需要支付数千元的律师费和诉讼费，这对于消费者来说是一笔不小的开支[6]。诉讼过程通常较为漫长，需要耗费消费者大量的时间和精力，这也使得很多消费者不愿意选择诉讼方式维权。

在执行方面，即使消费者通过诉讼获得了胜诉判决，也可能面临执行难的问题。一些商家和主播可能会采取转移财产、注销账号等方式逃避执行，导致消费者的合法权益无法得到有效保障。在一些案例中，商家在收到法院的判决后，将财产转移到他人名下，使得消费者无法获得应有的赔偿；一些主播在败诉后，直接注销直播账号，消失不见，让消费者无处追讨赔偿。执行难的问题严重影响了消费者维权的积极性，也削弱了法律的权威性。

3. 完善直播带货中消费者权益保护法律规制的路径探索

3.1. 健全法律法规体系

明确各方主体权利义务方面，法规应清晰界定商家、主播、直播平台的权利和义务。商家作为商品的提供者，应确保所售商品的质量符合国家标准或行业标准，如实披露商品的相关信息，包括商品的成分、性能、使用方法、售后服务等，保障消费者的知情权。商家还应按照约定履行售后服务义务，如承担退换货、维修等责任。主播作为直播带货的关键主体，有权获得合理的报酬，但同时也应承担相应的义务。主播应确保直播内容的真实性和准确性，不得进行虚假宣传、误导消费者。主播应对所推荐的商品

进行充分了解和审查,确保商品的质量和安全性。直播平台作为直播带货的载体,有权对平台内的直播活动进行管理和监督,但也应履行对平台内经营者的资质审核、信息公示、交易记录保存等义务,保障消费者的合法权益。

在责任划分方面,法规应明确规定在出现侵权问题时,各方主体应承担的责任。若商品存在质量问题,导致消费者人身或财产受到损害,商家应承担主要责任,负责赔偿消费者的损失。若主播在直播中存在虚假宣传、误导消费者的行为,应与商家承担连带责任。若直播平台明知商家或主播存在侵权行为,却未采取必要措施,如未下架问题商品、未向消费者警示等,也应与商家和主播承担连带责任。法规还应规范直播带货的行为,包括直播内容的规范、广告宣传的规范、交易流程的规范等。直播内容应积极健康,不得含有低俗、暴力、虚假等不良信息[7]。广告宣传应真实准确,不得夸大产品功效、虚构使用效果。交易流程应清晰透明,保障消费者的知情权和选择权。

3.2. 明确监管主体与职责

在直播带货的监管体系中,清晰界定各监管主体的职责是保障行业健康发展、保护消费者权益的关键。市场监管部门作为市场秩序的主要维护者,在直播带货监管中承担着核心职责。其应重点监管直播带货中的商品质量、价格、虚假宣传等关键领域。在商品质量监管方面,市场监管部门要定期对直播带货的商品进行抽检,建立严格的质量检测标准和流程,确保商品符合国家相关质量标准。对于食品类商品,要重点检测其营养成分、食品安全指标是否达标;对于电子产品,要检测其性能、安全性等指标。一旦发现商品质量不合格,要依法对商家进行严厉处罚,包括罚款、责令停产停业、吊销营业执照等[8]。

在价格监管上,市场监管部门要加强对直播带货价格的监测,防止商家利用虚假折扣、价格欺诈等手段误导消费者。商家在直播中声称商品原价 1000 元,直播价 500 元,但实际上原价是虚构的,这种行为就属于价格欺诈。市场监管部门应及时查处此类行为,保护消费者的公平交易权。在虚假宣传监管方面,市场监管部门要对直播内容进行审查,明确虚假宣传的认定标准和处罚措施。对于主播夸大产品功效、虚构产品信息等虚假宣传行为,要依法进行处罚,同时要求主播和商家承担相应的民事赔偿责任,以维护市场的诚信环境。

网信部门主要负责网络信息内容的管理,在直播带货监管中,其职责在于确保直播内容的合法性和规范性。网信部门要对直播平台的信息审核机制进行监督,要求平台建立严格的内容审核标准和流程,对直播内容进行实时监测和审核。对于涉及违法违规、虚假宣传、低俗暴力等不良信息的直播,要及时责令平台停止直播,并对相关责任人进行处罚。网信部门还要加强对直播平台的网络安全监管,防止黑客攻击、数据泄露等安全事件的发生,保障消费者的个人信息安全[9]。通过技术手段,加强对直播平台的网络防护,及时发现和处理网络安全漏洞,防止消费者信息被非法获取和利用。

广电部门在直播带货监管中,主要负责对直播节目的内容规范和播出秩序进行监管。广电部门要制定直播节目内容的规范标准,确保直播节目符合社会公序良俗和法律法规的要求。直播节目中不得出现宣扬封建迷信、淫秽色情、暴力恐怖等不良内容。广电部门要加强对直播节目的播出秩序管理,防止出现未经审批擅自直播、超时直播等违规行为[10]。对于违反播出秩序的直播平台和主播,要依法进行处罚,包括警告、罚款、暂停播出资格等,以维护良好的直播播出环境。

为了避免出现监管空白和重复监管的情况,各监管部门之间应建立有效的沟通协调机制。通过定期召开联席会议、建立信息共享平台等方式,加强信息交流和协作配合。在处理直播带货中的重大违法违规事件时,各监管部门应联合执法,形成监管合力,共同打击违法行为,提高监管效率,切实保护消费者的合法权益。

3.3. 完善消费者权益救济途径

为了更好地保护消费者在直播带货中的权益，简化维权程序至关重要。建立便捷的投诉处理机制是其中的关键环节。直播平台应设立专门的投诉渠道，如投诉热线、在线客服、投诉邮箱等，确保消费者能够方便快捷地提交投诉。平台应明确投诉处理的流程和时限，在接到消费者投诉后，及时进行调查核实，一般情况下应在7个工作日内给出初步处理结果，15个工作日内完成处理并反馈给消费者。平台应建立投诉跟踪系统，让消费者能够随时了解投诉的处理进度，增强消费者对维权过程的参与感和信任度。直播平台应优化退换货流程，降低消费者的维权成本^[11]。平台应明确退换货的条件和标准，不得设置不合理的障碍。对于商品存在质量问题的，应无条件为消费者办理退换货；对于消费者无理由退货的，应按照相关法律法规的规定，在合理期限内完成退款。平台应简化退换货的手续，消费者只需在平台上提交退换货申请，平台应自动生成退货地址和物流单号，消费者无需自行联系商家和物流。平台应承担退换货的运费，减轻消费者的经济负担。

4. 结语

本研究聚焦于直播带货中消费者权益侵权问题及法律规制，通过多维度的分析，揭示了直播带货行业在快速发展背后隐藏的诸多问题，以及当前法律规制面临的挑战，并提出了一系列针对性的完善路径。展望未来，直播带货行业在规范发展和消费者权益保护方面前景广阔，但仍需持续关注和深入研究。随着法律法规的不断完善，直播带货行业将步入更加规范、有序的发展轨道。专门的直播带货法规以及细化的现有法律规定，将为行业的健康发展提供坚实的法律保障。这不仅有助于减少侵权行为的发生，还能增强消费者对直播带货的信任，促进市场的繁荣。

参考文献

- [1] 卡米拉·居来提. 《消费者权益保护法》中惩罚性赔偿制度的完善[J]. 中阿科技论坛(中英文), 2022(12): 206-210.
- [2] 吴珍. 电子商务中消费者权益的法律保护[J]. 普洱学院学报, 2023, 39(2): 36-38.
- [3] 王照岩. 数字经济背景下消费者权益保护的困境与路径探究[J]. 上海商业, 2024(1): 64-66.
- [4] 王广祥. 网购消费者权益保护的现状、问题及其出路——以侵犯权利类型为切入点[J]. 北方经贸, 2024(2): 101-104.
- [5] 郑毓翰. 消费领域人身侵权损害惩罚性赔偿倍数认定的实证研究[J]. 经济法论丛, 2024, 44(2): 357-377.
- [6] 冯锦如. 虚假宣传消费纠纷中的法律适用困境与出路[J]. 竞争法律与政策评论, 2024, 10: 121-144.
- [7] 司法部、市场监管总局负责人解读《消费者权益保护法实施条例》进一步完善消费者权益保护法律制度体系[J]. 中国质量监管, 2024(3): 28-29.
- [8] 谢勇. 论我国消费惩罚性赔偿责任构成要件、适用规则及制度完善[J]. 法律适用, 2024(7): 87-103.
- [9] 蒲春平. 消费者权益保护法中惩罚性赔偿的法律性质与规则完善[J]. 南方论刊, 2023(8): 67-69.
- [10] 英草卓玛. 消费者权益保护法实施条例公布[N]. 中国银行保险报, 2024-03-21(001).
- [11] 张文礼. 多方共商消费者权益保护良策[N]. 中国质量报, 2023-06-12(002).