

电商直播营销中未成年打赏行为的法律分析及对策

宋涵智, 裴崇毅*

宁波大学科学技术学院, 浙江 宁波

收稿日期: 2025年5月12日; 录用日期: 2025年5月26日; 发布日期: 2025年6月23日

摘要

电商直播的快速发展带来了未成年人高额打赏的法律问题, 其行为效力认定、责任划分及监管对策亟待明确。文章通过典型案例分析, 揭示了当前未成年人打赏行为中的三大主要问题: 平台审核机制漏洞、监护人监管缺位及法律适用标准不统一。从法律效力角度, 探讨了未成年人民事行为能力的认定标准、打赏行为的法律性质争议及司法裁判规则, 指出需结合金额、家庭经济状况及平台义务履行情况综合判断。从四个方面提出应对策略: 完善未成年人网络消费专项立法, 强化平台动态身份核验与智能风控义务, 构建政府、平台、家庭、学校协同治理机制, 优化司法救济渠道。希望本研究能为平衡数字经济创新与未成年人权益保护提供系统性解决方案。

关键词

电商直播, 未成年人, 打赏行为, 法律效力, 监管对策

Legal Analysis and Countermeasures of Underage Tipping Behavior in E-Commerce Live-Streaming Marketing

Hanzhi Song, Chongyi Pei*

College of Science & Technology, Ningbo University, Ningbo Zhejiang

Received: May 12th, 2025; accepted: May 26th, 2025; published: Jun. 23rd, 2025

Abstract

The rapid development of e-commerce live-streaming has brought about legal issues regarding the

*通讯作者。

文章引用: 宋涵智, 裴崇毅. 电商直播营销中未成年打赏行为的法律分析及对策[J]. 电子商务评论, 2025, 14(6): 2181-2187. DOI: 10.12677/ec.2025.1461975

high amount of rewards given to minors, and the determination of their behavioral effectiveness, division of responsibilities, and regulatory measures urgently need to be clarified. The article reveals three main problems in current underage tipping behavior through typical case analysis: loopholes in platform review mechanisms, lack of guardian supervision, and inconsistent legal application standards. From the perspective of legal effectiveness, this article explores the criteria for determining the civil capacity of minors, disputes over the legal nature of tipping behavior, and judicial judgment rules. It points out that a comprehensive judgment should be made based on the amount, family economic status, and platform obligation performance. It proposes response strategies from four aspects: improving the special legislation on minors' online consumption, strengthening the obligation of dynamic identity verification and intelligent risk control on platforms, building a collaborative governance mechanism between the government, platforms, families, and schools, and optimizing judicial relief channels. It is hoped that this study will provide systematic solutions for balancing innovation in the digital economy with the protection of minors' rights.

Keywords

E-Commerce Live-Streaming, Minors, Tipping Behavior, Legal Effectiveness, Supervision Countermeasures

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, 电商直播营销以其互动性、即时性和娱乐性迅速崛起, 成为数字经济时代的重要消费场景。但随着行业蓬勃发展, 未成年人参与直播打赏引发的法律问题日益凸显。由于未成年人的心智尚未成熟、自控能力较弱, 在直播场景中易受诱导进行高额打赏, 导致家庭财产损失, 引起社会纠纷。此类行为不仅涉及未成年人权益的保护, 还触及合同效力认定、平台责任边界以及监护人职责等法律争议。

当前, 我国《民法典》《未成年人保护法》等法律法规虽对未成年人民事行为能力与网络保护作出原则性规定, 但在电商直播这一新兴领域仍存在规则模糊、监管滞后等问题[1]。例如, 打赏行为的法律性质界定、平台技术防范义务的履行标准、监护人追认权的行使限制等, 均需进一步厘清。此外, 平台算法推荐、主播诱导话术等隐蔽性手段, 也加剧了未成年人非理性打赏的风险[2]。本文旨在通过分析未成年人打赏行为的法律效力认定困境, 梳理平台、主播及监护人的责任分配逻辑, 进而提出应对策略, 为规范电商直播营销秩序、保护未成年人合法权益提供参考路径。

2. 电商直播中未成年人打赏行为的典型案例

近年来, 电商直播行业快速发展, 未成年人高额打赏引发的法律纠纷频发。由于未成年人缺乏足够的认知能力和自控力, 加之部分直播平台的诱导性设计, 许多未成年人未经监护人同意进行大额消费, 事后维权困难。以下提供各地法院司法实践中公示的典型案例(注: 因涉及未成年人, 故法院未公示具体案件编号, 仅公示案件结果), 分析未成年人打赏行为的主要争议及裁判倾向。

案例一: 16岁少年打赏160万元, 平台全额退款

2020年, 天津市第三中级人民法院审理了一起未成年人巨额打赏案。16岁的刘某用母亲的身份证注册直播账号, 3个月内打赏主播160万元。其父发现后起诉平台, 法院依据最高人民法院《关于依法妥善审理涉新冠肺炎疫情民事案件若干问题的指导意见(二)》, 认定未成年人高额打赏行为无效。经调解, 直

播平台最终全额退还 160 万元。该案确立了未成年人打赏可撤销的司法标准, 同时暴露了平台“青少年模式”落实不到位的问题。

案例二: 10 岁男孩二次打赏 14 万元, 法院判监护人担责

2024 年, 北京市第四中级人民法院审理了一起未成年人二次打赏案。10 岁男孩小州首次打赏 2 万元后, 其母申请退款成功。但平台明确提示“二次打赏不退”。一个月后, 小州再次打赏 14 万元, 法院认为监护人未采取有效限制措施, 存在较大过错, 最终仅判决平台退还 2 万元及利息。

案例三: 17 岁少女打赏 45 万元, 法院判决平台退还 24 万元

2025 年, 北京市第四中级人民法院审结一起未成年人高额打赏案件。17 岁的小刘是某直播平台的实名注册用户, 绑定父亲的银行卡后, 一年内累计打赏 45 万元。平台曾因异常消费对其账户采取限制措施, 但小刘冒充监护人与客服电话沟通, 平台仅凭电话确认便解除限制, 导致后续大额消费。法院审理后认为, 小刘作为限制民事行为能力人, 其大额打赏行为未经监护人同意, 交易无效。同时, 平台审核存在疏漏, 需承担主要责任; 小刘及其监护人亦有过错。最终, 法院判决平台退还 24 万元, 其余由监护人承担。

3. 电商直播中未成年人打赏行为中的主要问题

3.1. 平台审核机制存在重大漏洞

电商直播中未成年人打赏行为暴露出的平台审核机制漏洞问题十分突出, 这一问题在案例三中体现得尤为明显。该案显示部分平台仅通过简单的电话核实身份就解除了消费限制, 反映出当前直播平台在用户身份验证环节存在严重缺陷。更深层次来看, 这种审核漏洞源于平台商业利益与社会 responsibility 之间的失衡。一方面, 平台为追求流量和收益审核标准有待提高; 另一方面, 现有技术手段如人脸识别等未能得到有效应用。从操作层面来看, 多数平台的实名认证系统落实不到位, 未成年人可以轻易使用成人账号进行消费, 而异常消费监控机制也未能发挥应有作用[3] [4]。更值得关注的是, 即便在发现异常消费后, 平台采取的补救措施往往流于形式, 如本案中的电话核实就暴露出验证流程的严重不足。这种系统性审核缺陷不仅助长了未成年人非理性消费, 更反映出行业普遍存在的监管力度有待加强倾向。

3.2. 监护人监管责任缺位

监护人监管责任缺位问题在未成年人打赏行为中呈现出复杂的情况, 从 10 岁男孩二次打赏 14 万元案(案例二)的审理过程可以发现, 该案折射出的不仅是简单的家长疏忽, 更揭示了数字经济时代新型亲子监管关系的矛盾。在首次打赏行为发生后, 虽然家长成功追回了 2 万元款项, 但令人深思的是, 平台设置的“二次打赏不退”规则并未引起监护人的足够重视, 这种警示失效现象恰恰反映了当前未成年人网络消费监管中的认知断层。究其原因, 首先是技术素养的代际差异使许多家长对移动支付的风险预估不足; 其次, 快节奏的现代生活客观上限制了监护人的有效陪伴时间; 再者, 部分家庭对电子设备的管控仍停留在传统的“禁止使用”层面, 缺乏与时俱进的引导策略。值得注意的是, 司法实践中往往过度强调监护人的注意义务, 却忽视了普通家庭在应对平台技术漏洞时的实际困难。

3.3. 法律适用标准不统一

法律适用标准不统一是未成年人打赏纠纷中的重要问题, 在 16 岁少年打赏 160 万元案与 17 岁少女打赏 45 万元案的对比中发现: 同样是未成年人高额打赏行为, 前者获得全额退款, 后者仅退还 53% 款项。这种裁判差异暴露出当前司法实践中的深层次矛盾: 一方面, 《民法典》第 19 条对限制民事行为能力人的规定较为原则性; 另一方面, 不同法院对“与未成年人年龄、智力相适应”的金额认定标准存在较大分歧。从司法实践来看, 这种不统一性主要体现在三个方面: 一是平台过错认定尺度不一, 有的法

院侧重形式审查, 有的则强调实质审核义务; 二是监护人过错比例判定差异显著, 从完全免责到承担主要责任不等; 三是退款金额计算方式缺乏明确指引, 导致“类案不同判”现象频发, 容易引发社会舆情。深层原因在于, 现有法律规定分散于《民法典》《未成年人保护法》《网络安全法》等多部法律中, 尚未形成专门、有效的制度供给。

4. 未成年人打赏行为的法律效力分析

4.1. 民事行为能力认定标准

我国《民法典》将 8 周岁以上的未成年人界定为限制民事行为能力人, 这一规定为判断打赏行为效力提供了基本法律依据[5]。在司法实践中, 法院通常从金额大小、行为频率、家庭经济状况等多个维度综合判断打赏行为是否“与未成年人年龄、智力相适应”。例如, 在 16 岁少年打赏 160 万元案中, 法院重点考量了打赏金额与家庭收入的悬殊比例, 认定该行为明显超出未成年人的正常认知范围。值得注意的是, 随着移动支付普及和消费观念变化, 司法裁判中对“相适应”标准的把握也呈现出动态调整的趋势, 既要防止过度保护限制市场活力, 又要确保未成年人权益得到切实保障。

认定标准的适用需要平衡多方利益, 这使裁判过程充满张力。一方面, 未成年人认知能力的发展具有渐进性, 同龄人之间也存在显著差异, 难以设定统一的金额标准; 另一方面, 直播打赏具有即时性、冲动性等特点, 与传统的民事法律行为存在明显区别。司法实践中, 部分法院开始引入“理性未成年人”标准, 参考同龄群体的平均认知水平进行判断, 同时结合具体案情考量打赏行为的合理性和必要性[6][7]。这种弹性化的认定方式, 既体现了法律对未成年人特殊保护的价值取向, 也为新兴业态的发展保留了必要空间。

4.2. 打赏行为的法律性质争议

当前司法实践和理论界对直播打赏行为的法律性质主要存在三种观点分歧: 第一种观点主张赠与合同说, 认为打赏是用户对主播表演的单方无偿赠予, 这一观点在早期案件中较为常见, 其依据是打赏行为的自愿性和非对价性特征。赠与合同说强调打赏行为的单务性与无偿性, 其理论基础是传统民法中赠予人无偿转移财产权利的要件, 但难以解释用户通过打赏获取主播关注、互动特权等事实对价。第二种服务合同说则强调打赏行为的交易属性, 认为用户通过打赏获取了精神满足和社交体验等无形服务, 这一解释更符合现代直播经济的商业本质, 也为平台设置未成年人退款机制提供了法理基础。服务合同说则着眼于打赏行为的双务有偿性, 将精神满足和社交权益视为服务对价, 更符合直播经济的商业逻辑, 但无法涵盖部分无特定回报期待的随机打赏行为。值得注意的是, 随着网络消费形态的创新发展, 新型网络消费行为说逐渐获得认可, 即第三种观点。新型网络消费行为说作为前两种理论的超越, 既承认打赏行为可能同时包含赠予和服务双重属性, 又创新性地提出“情感消费权”概念, 认为打赏实质是用户为获取参与感、归属感等新型数字权益支付的对价。该观点认为直播打赏既不同于传统赠予, 也有别于典型服务合同, 而是一种融合了社交、娱乐、消费等多种元素的新型法律关系。在未成年人打赏纠纷中, 这种认识有助于跳出传统合同类型的桎梏, 根据个案特点灵活适用法律规则。

随着越来越多类似案例出现, 在司法实践中, 越来越多的判决开始采纳复合型认定标准[8], 该认定标准的核心在于建立多维度的评价体系。首先考量“对价均衡性”, 通过分析打赏金额与获取服务的匹配度来判定行为性质, 如小额打赏(如 1~100 元)倾向于认定为服务对价, 大额打赏(如超万元)则可能被认定为赠予。其次考虑“场景特殊性”评估, 区分普通直播间的常规打赏与 PK 竞赛等特殊场景下的冲动性打赏, 后者更可能被认定为非理性消费。最后考虑“主体适配性”标准, 结合未成年人年龄、家庭经济状况、打赏频次等要素综合判断行为效力。例如, 在某 16 岁少年打赏案中, 法院既审查了主播是否提供对

等互动服务,也分析了打赏金额占家庭收入的比重,最终认定该行为超出未成年人合理认知范围。这种复合分析方法突破了传统合同类型的二元划分,实现了法律评价与社会经验的有机统一。

4.3. 司法裁判的效力认定规则

在未成年人打赏行为的效力认定方面,我国司法实践已形成相对成熟的裁判规则体系。根据《民法典》相关规定,法院主要从三个层面进行认定:首先,考察行为人的民事行为能力,重点判断打赏金额是否与未成年人年龄、智力相适应;其次,审查行为的意思表示真实性,关注是否存在主播诱导、平台误导等情形;最后,考量监护人的事后追认情况,包括明确追认或默示认可等不同形式。

在具体适用上,各级法院逐步建立了类型化的裁判标准。对于明显超出未成年人认知能力的高额打赏,通常直接认定为效力待定行为;对于小额高频打赏,则综合考量累计金额和行为模式进行判断。2023年北京互联网法院发布典型案例“三步审查法”:先看金额是否合理,再看行为是否自愿,最后查平台是否尽责。这种结构化审查方法有效统一了裁判尺度,为类案处理提供了明确指引[9]。随着数字经济发展,司法裁判规则也在持续完善,以更好平衡未成年人保护与市场秩序维护的关系。

4.4. 责任主体的法律地位

在未成年人打赏纠纷中,各责任主体的法律地位认定直接关系到最终的裁判结果。根据司法实践的发展,已形成相对明确的责任认定体系:

首先,直播平台作为服务提供者,其法律地位具有双重属性。一方面,作为网络服务经营者,平台负有审核用户身份、设置消费限制等法定义务;另一方面,作为交易组织者,平台需要对主播行为进行必要管理。在17岁少女打赏案中,法院明确指出平台的身份核验义务不应仅限于形式审查,而应采取人脸识别等有效措施。

其次,主播的法律地位认定存在发展变化。早期判例多将主播视为普通表演者,但近年来的裁判趋势更强调其作为“准经营者”的责任。特别是在存在诱导性话术的情况下,主播可能被认定为共同责任主体。北京互联网法院2023年的一起判例就认定,主播的诱导行为构成不正当利益获取,需承担连带责任。

最后,监护人的法律地位认定呈现差异化特征。司法实践普遍认为,监护人未尽到合理监管义务时,应当承担相应责任。但值得注意的是,不同法院对监护人过错程度的认定标准存在差异,这直接影响到最终的退款比例判定。最新判例趋势显示,法院开始更多考量普通家庭在技术防范方面的实际困难,对监护人责任采取相对宽松的认定标准[10]。

5. 规范未成年人打赏行为的法律对策

5.1. 完善平台审核机制的技术标准与法律责任

当前直播平台审核机制存在严重漏洞,导致未成年人高额打赏事件频发,亟需建立严格的技术标准和明确的法律责任体系。平台作为未成年人保护的第一责任人,其审核义务不能仅停留在形式层面,而应当通过技术创新和制度约束实现实质性管控。完善审核机制不仅能够有效预防未成年人非理性消费,更能推动行业健康有序发展。首先,应当制定强制性的技术审核标准,要求所有直播平台必须采用“实名认证+人脸识别+行为监测”三重验证系统,特别对夜间消费、高频打赏等异常行为设置自动拦截机制,并通过区块链技术固定电子证据。其次,需要明确平台未尽审核义务的法律后果,建立阶梯式处罚制度:对首次违规平台处以营业额3%的罚款并限期整改;对重复违规平台实施应用下架处理;对造成严重后果的,追究平台负责人的个人责任。最后,要建立动态调整机制,由网信部门牵头组建技术专家

委员会, 每半年评估一次审核技术标准, 及时将新型规避手段纳入监管范围, 确保技术标准始终领先于违规手段。

5.2. 构建监护人与平台协同监管体系

当前未成年人打赏问题的治理需要突破传统的单向监管模式, 建立监护人与平台的深度协作机制。首先, 平台应当开发智能化的“家庭守护”功能模块, 为监护人提供四大核心功能: 一是实时消费预警推送, 监护人可自定义设置单笔(50~500 元可调)、单日(100~1000 元可调)消费阈值; 二是多维行为分析报告, 系统自动生成包含打赏时段分布、主播类型偏好、消费频率曲线的可视化图表; 三是远程管控权限, 监护人可通过独立密码随时冻结账户支付功能或设置“学习模式”禁用打赏; 四是消费追溯功能, 详细记录每笔打赏的直播内容片段和互动记录。其次, 建立分级管控的“双向确认”机制, 对 8~12 岁用户实行默认关闭、例外审批制度, 必须由监护人持身份证原件到指定银行网点进行面签激活; 对 13~15 岁用户设置单笔 200 元、单日 500 元、单月 2000 元的硬性限额; 对 16~17 岁用户实行“超额确认”制度, 超过单笔 500 元需同步发送验证码至监护人手机。平台需每月自动生成《未成年人账户监管报告》, 详细列明消费明细和风险提示, 通过加密链路送达监护人。最后, 构建预防、干预、救济的全链条保护机制。预防层面, 平台应联合学校开展青少年网络消费素养必修课程, 通过情景模拟教学提升未成年人的风险意识; 干预层面, 建立打赏行为熔断机制, 当系统检测到异常打赏行为时, 自动触发三阶响应, 首次异常弹出风险提示, 二次异常限制当日消费, 三次异常强制账户冻结并通知监护人; 救济层面, 设立未成年人消费争议快速处理通道, 组建由平台法务、消协代表和心理学专家组成的专业调解团队, 确保普通争议 7 个工作日内解决, 重大争议 15 日内出具处理方案。

5.3. 统一未成年人打赏行为的司法裁判标准

当前司法实践中对未成年人打赏行为的裁判标准存在明显差异, 严重影响了法律适用的统一性和可预期性。为改变这一状况, 需要从实体标准和程序规则两个维度建立统一的裁判尺度。首先, 最高人民法院应当出台专项司法解释, 明确未成年人打赏行为的效力认定规则: 对于 8~12 周岁的未成年人, 单笔打赏超过 500 元或月累计超过 2000 元的行为原则上应认定为无效; 对于 13~17 周岁的未成年人, 单笔超过 2000 元或月累计超过 5000 元的行为原则上无效, 同时授权法官根据个案情况在 20%幅度内调整标准。其次, 建立全国统一的裁判要素清单, 要求各级法院在审理案件时必须重点核查五大要素: 打赏金额与家庭经济状况的匹配度、平台审核措施的完备性、主播是否存在诱导行为、监护人的过错程度、未成年人认知能力的特殊性。最后, 构建类案强制检索制度, 由最高人民法院建立未成年人网络消费纠纷案例库, 要求各级法院在裁判前必须检索并参照 3 个以上类似案例, 并在判决书中明确说明参照或偏离的理由。这些措施将有效统一裁判尺度, 确保“同案同判”, 提升司法公信力。

6. 结论

电商直播中的未成年人打赏问题, 本质上是数字经济快速发展与法律规制、社会责任尚未完全协同的结果。从法律制度供给视角看, 未成年人的民事行为能力认定、打赏行为的合同效力界定以及平台责任的边界划分, 仍需司法实践进一步统一标准。从行业治理角度而言, 单纯依靠技术防范或家长监护难以根治问题, 而需构建涵盖立法、监管、平台自律、家庭教育和社会监督的综合性治理体系。未来, 随着人工智能、大数据等技术的深入应用, 平台的身份核验与消费风控能力将进一步提升, 但法律与政策的配套完善仍是关键。只有在法律规范、行业责任与社会监督之间形成有效闭环, 才能真正实现对未成年人权益的保护。

参考文献

- [1] 李杨. 未成年人直播打赏的法律效力[J]. 广西政法管理干部学院学报, 2024, 39(5): 119-128.
- [2] 蔡莹莹. 未成年人网络直播打赏行为的法律问题研究[J]. 南方论刊, 2024(9): 69-71.
- [3] 潘俊. 未成年人网络消费行为的法律效力[J]. 太原理工大学学报(社会科学版), 2023, 41(5): 59-66.
- [4] 张玉涛. 未成年人直播打赏纠纷的学理审视与实践反思[J]. 数字法治, 2023(4): 174-190.
- [5] 王云舒. 未成年人打赏行为可撤销性的法律分析及规制路径[J]. 法制博览, 2022(34): 1-6.
- [6] 孟卧杰, 朱奕林, 耿媛媛. 未成年人网络直播打赏失范现象及治理对策[J]. 北京警察学院学报, 2022(2): 56-61.
- [7] 夏璇, 苏世伟. 未成年人网络打赏效力证明责任再探析[J]. 三峡大学学报(人文社会科学版), 2022, 44(2): 95-100.
- [8] 孙铭成. 未成年人网络直播打赏行为的法律效力[J]. 山西青年职业学院学报, 2021, 34(4): 54-57, 65.
- [9] 王建敏, 倪桂芳, 李院院. 未成年人网络打赏的法律规制——基于 16 个典型案例的分析[J]. 少年儿童研究, 2021(9): 60-66.
- [10] 曾家宝, 郑思雨, 房旭琪, 等. 未成年人网络打赏纠纷中证明困境解决路径[J]. 法制博览, 2021(22): 14-15.