

人工智能时代直播电商行业的法律风险及防范对策

郑泽煜

浙江理工大学法学与人文学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年8月13日; 录用日期: 2025年8月26日; 发布日期: 2025年9月26日

摘要

人工智能正成为驱动数字经济发展的关键力量。作为融合创新的重要领域,人工智能深度赋能直播电商,在提升服务质效、优化用户体验、破解行业痛点等方面展现出显著价值。然而,技术应用伴生的新型法律风险日益凸显,例如利用深度伪造等技术进行虚假宣传、不当处理用户数据引发的隐私泄露、人格权与知识产权侵权、以及算法驱动的价格歧视等。这些风险对维护公平市场秩序、保护消费者权益及保障数据安全构成严峻挑战。为有效防范化解以上风险,需明晰智能主体法律地位,强化平台主体责任,构建运营方合规体系,推动监管模式的智能化、数字化升级,并建立多主体协同治理机制,以推进人工智能技术在直播电商领域的规范应用,实现直播电商行业的可持续发展。

关键词

人工智能, 直播电商, 虚假宣传, 数据安全

Research on the Legal Risks and Preventive Measures for the Live Streaming E-Commerce Industry in the Era of Artificial Intelligence

Zeyu Zheng

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

Received: August 13, 2025; accepted: August 26, 2025; published: September 26, 2025

Abstract

Artificial intelligence (AI) is becoming a key driver of the digital economy. As a vital domain of integ-

rated innovation, AI deeply empowers live streaming e-commerce, demonstrating significant value in enhancing service quality and efficiency, optimizing user experience, and addressing industry pain points. However, novel legal risks concomitant with technological applications are increasingly prominent. These include the use of technologies like deepfakes for false advertising, privacy breaches arising from improper handling of user data, infringements of personality rights and intellectual property, and algorithm-driven price discrimination. These risks pose severe challenges to maintaining fair market order, protecting consumer rights, and safeguarding data security. To effectively prevent and mitigate these risks, it is imperative to clarify the legal status of intelligent entities, strengthen the primary responsibility of platforms, establish operational compliance systems for stakeholders, promote the intelligent and digital transformation of regulatory models, and establish a multi-stakeholder collaborative governance mechanism. These measures will advance the standardized application of AI technology in live streaming e-commerce and facilitate the sustainable development of the industry.

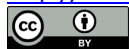
Keywords

Artificial Intelligence, Live Commerce, False Advertising, Data Security

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

人工智能与实体经济深度融合，正催生大量新产业、新业态、新模式[1]。习近平总书记指出：“要推进互联网、大数据、人工智能同实体经济深度融合，做大做强数字经济”[2]。2025年《政府工作报告》提出持续推进“人工智能+”行动[3]。可见，人工智能与产业的深度融合已成为当前经济发展的突出特征。2025年3月，中共中央办公厅、国务院办公厅印发的《提振消费专项行动方案》明确提出要促进“人工智能+消费”[4]，有利于直播电商、虚拟主播、智能营销等新业态发展。这表明直播电商行业已日益成为人工智能技术应用的重要领域。2025年6月10日，国家市场监督管理总局发布《直播电商监督管理办法(征求意见稿)》[5]，进一步对直播电商行业运用人工智能等新技术手段的行为作出了相应规范。

人工智能技术的迅猛发展为直播电商注入新动能，从数字人主播、智能推荐算法到AI话术生成，技术创新不断重塑着行业生态。然而，技术的赋能效应与衍生风险始终如影随形[6]。随着AI深度伪造(Deepfake)、智能语音合成等技术的广泛应用，虚假代言、数据滥用、算法歧视等新型法律风险不断凸显。在此背景下，如何构建适应人工智能时代的法律风险防控体系，已成为推动直播电商高质量发展的关键命题。

2. 人工智能赋能直播电商融合发展的逻辑与实践

近年来，深度学习、自然语言处理与计算机视觉技术取得重大突破，人工智能依托强大的数据处理与分析能力，能够有效应对电商直播场景下信息海量、交互实时、场景复杂的特性，为精准营销、风险识别、流程优化提供底层技术支撑。推动二者融合，是技术发展规律驱动下产业升级的必然趋势。

2.1. 人工智能与直播电商融合发展的必要性

2.1.1. 提升服务质效的内在要求

消费者对直播电商体验的期待持续提升，涉及信息透明度、交易安全性与个性化服务。人工智能技

术通过深度挖掘用户行为数据,尤其是消费者偏好与反馈,可助力平台与主播精准匹配供需,优化选品策略与营销内容,减少信息不对称。同时,智能客服、虚拟主播、AI质检等应用,能显著提升售前咨询响应速度与售后服务效率。深度融合人工智能,是直播电商优化用户体验、增强市场竞争力、实现可持续发展的内在要求。

2.1.2. 破解行业痛点的现实需求

直播电商在高速发展中伴生诸多法律风险挑战,虚假宣传、货不对版、数据造假、消费者维权难等问题频发。传统监管与运营模式在应对海量、实时的直播交易时,面临发现滞后、取证困难、处置效率低下等瓶颈。人工智能技术依托强大的数据处理、模式识别与智能分析能力,可实现对直播内容合规性、交易真实性、商品信息一致性的实时监测与风险预警,为构建事前防范、事中控制、事后追溯的全链条治理体系提供技术支撑,是破解行业顽疾、提升治理效能的迫切需求。

2.2. 直播电商行业中人工智能技术的应用场景

2.2.1. 数字人主播与虚拟场景应用

数字人主播技术日趋成熟,通过动作捕捉、语音合成及自然语言处理技术,实现24小时不间断直播或辅助真人主播。同时,由AI驱动的虚拟场景生成技术,支持低成本打造多样化、沉浸式直播背景。部分品牌直播间已常态化部署数字人主播,用于标准化产品讲解或非黄金时段引流。

2.2.2. 智慧客服与实时互动

人工智能客服系统(智能客服机器人)在直播电商中广泛应用,其依托自然语言处理技术,实时解答用户高频咨询(如产品参数、促销规则、物流信息),响应速度可达秒级。同时,人工智能可以分析弹幕情感倾向,为主播提供互动热点提示,优化直播节奏与氛围。

2.2.3. 脚本生成与内容创作

人工智能依据商品特性、目标受众画像及营销目标,可自动生成直播脚本框架或关键话术要点,提炼产品核心卖点,设计互动环节,并适配不同风格(如专业讲解、趣味种草等)。这将大幅提升内容创作效率,使主播的内容组织更清晰,尤其适用于标准化产品介绍与日常直播场景。

2.2.4. 智能选品与供应链优化

人工智能通过分析海量市场数据(如用户搜索趋势、社交媒体热点、历史销售记录等),预测商品流行潜力与市场需求。此外,人工智能结合实时舆情监测,能够辅助商家精准筛选爆款商品、优化库存结构并规划上新节奏。

3. 人工智能时代直播电商行业的主要法律风险

3.1. 虚假宣传风险

人工智能技术在直播电商领域的深度应用,显著提升了商品信息呈现的精准度与传播效率,亦同步放大了虚假宣传风险的发生概率及其潜在危害。该风险主要表现为直播主体借助人工智能技术对商品功能、质量、成分、功效或交易信息等进行不实陈述或引人误解的宣传。2025年曝光的某知名运动员蜂蜜代言事件中,部分运营方利用人工智能技术深度伪造名人形象与声音,在未经授权的情况下虚假宣称奥运冠军为特定蜂蜜产品代言,利用其社会公信力诱导消费者作出购买决策,构成典型的虚假宣传违法行为¹。更值得警惕的是,部分直播营销主体针对保健食品等特殊商品,借助人工智能工具渲染不存在的治

¹ 《全红婵全家来带货? 谨防 AI 骗术侵入网络消费》, 载光明网: https://m.gmw.cn/toutiao/2025-07/28/content_1304094790.htm。

疗功效或夸大保健效果，刻意模糊其与药品的界限，对特定消费群体形成误导。上述行为违反了《中华人民共和国广告法》关于广告应真实、合法、不得欺骗误导消费者的原则，以及《中华人民共和国反不正当竞争法》禁止对商品性能、功能等作虚假或引人误解宣传的规定，侵害消费者知情权与选择权，扰乱公平竞争的市场秩序。

3.2. 隐私泄露风险

安全是人工智能时代的核心法价值[7]，隐私安全不容忽视。我国在《新一代人工智能伦理规范》中特别强调了对隐私安全的保护，明确规定使用人工智能的过程中不得非法收集利用个人信息。在人工智能深度赋能直播电商行业的背景下，部分电商平台依托海量用户数据进行个性化推荐以实现精准营销。然而，一些平台在追求推荐效果时，存在过度收集用户数据的问题，甚至可能超范围收集与业务无关的消费者敏感信息(如生物识别信息、健康数据等)。该行为若未充分告知消费者并获得其同意，将构成对消费者个人信息权益的侵害，违反《中华人民共和国个人信息保护法》等相关规定。数据存储与传输环节的风险更为严峻。依据《中华人民共和国数据安全法》，数据安全是指通过采取必要措施，确保数据处于有效保护和合法利用的状态，并具备保障持续安全状态的能力。若平台对用户数据的安全防护措施不到位，一旦发生数据泄露事件，将直接威胁用户的个人信息安全，不仅可能导致用户遭受财产损失或人身安全风险，还会严重损害消费者信任，并使平台面临严厉的法律追责。

3.3. 人格权、知识产权侵权风险

人格权与知识产权侵权风险是直播电商平台应用人工智能过程中的常见隐患。在人格权方面，直播运营方在制作和使用“数字化身”进行直播或营销时，若未经许可利用特定自然人的肖像、声音等人格标识，极易造成对肖像权、声音权益的侵害。例如，前文所提到的未经授权运用人工智能技术生成与公众人物高度相似的虚拟形象进行“AI带货”，不仅构成虚假宣传，也同时侵犯他人的肖像权等合法权益。在知识产权方面，直播运营方利用人工智能生成广告文案、商品图片等内容时，倘若其底层模型在训练过程中未经许可吸纳了大量受著作权法保护的作品作为数据源，则训练行为本身及生成结果均可能构成著作权侵权。更深层次而言，现行法律框架对人工智能生成内容的著作权归属尚未形成清晰、统一的界定标准，直播运营方在后续使用、传播此类内容时，极易陷入版权纠纷漩涡，或将面临侵权指控风险。

3.4. 价格歧视风险

人工智能算法在直播电商的商品动态定价环节发挥着关键作用。部分平台可能基于对用户消费能力、行为偏好、价格敏感度等画像数据的深度分析，通过算法实施差异化定价策略。此种“千人千价”的机制，若缺乏透明度与合理性约束，则容易导致同质商品或服务在不同消费者群体间形成悬殊且不公平的价格落差。这不仅有悖市场交易的公平原则，也直接违反了《中华人民共和国价格法》中关于经营者定价应遵循公平、合法和诚实信用原则，以及禁止对具有同等交易条件的消费者实行价格歧视的规定。尤为关键的是，算法决策过程往往具有典型的“黑箱”特性——其内部运作逻辑、特征依据及变量权重不透明且难以追溯[8]。这种隐蔽性不仅实质性损害了消费者的知情权与议价能力，使其在不知情中支付更高价格，更极大地增加了监管机构对定价行为合规性审查的难度。长此以往，此类算法化的价格操纵行为极易引发消费者的普遍质疑与信任危机，侵蚀市场交易的诚信基础。

4. 人工智能时代直播电商行业法律风险的防范对策

4.1. 明确 AI 数字人直播主体的法律地位

数字人主播在直播电商中的应用日益广泛，其法律主体地位的模糊性已成为风险源头之一。鉴于此，

亟须在现有法律框架下,结合技术特性,厘清 AI 数字人直播主体的法律属性与责任边界。其中,核心在于明确其行为后果的最终归属。宜将数字人主播界定为由其开发者、运营者或使用者控制的智能化工具,而非具有独立法律人格的主体。当数字人主播在直播中出现虚假宣传、知识产权侵权等行为时,相关法律责任应由其背后的实际控制主体(如商家、MCN 机构或平台)承担。同时,建议在法律或规章层面细化数字人主播的身份标识规则,确保消费者能够清晰辨识其非自然人属性,避免混淆误导。在此基础上明晰其法律地位,为后续责任认定、权益保护及监管执法奠定制度基础。

4.2. 压实直播电商平台的相关责任

直播电商平台作为连接各方主体、承载交易活动的枢纽,在人工智能应用背景下,其主体责任需要进一步强化。具体而言,平台应建立健全内部管理机制,科学制定并严格执行平台服务协议与交易规则,同时完善对入驻商家、主播(含数字人主播运营者)的资质审核与信息核验机制。在此基础上,平台要强化对直播内容、营销行为及所用人工智能技术的合规审查义务,特别是对 AI 生成内容、智能定价算法等关键环节,应建立有效的风险识别与防范机制,确保其应用符合法律法规要求。此外,平台须严格落实数据安全与个人信息保护主体责任,采取必要技术与管理措施保障用户信息安全,防范数据滥用与泄露风险。尤为重要的是,平台应畅通消费者投诉举报渠道,建立健全高效、透明的纠纷处理与权益保障机制,切实履行协助消费者维权的法定义务,从而为消费者营造安全可信的网络交易环境。

4.3. 构建直播运营方的内部合规体系

直播运营方作为人工智能技术应用的直接主体,应着力构建系统化的内部合规管理体系,筑牢风险防控的第一道防线。一是健全内部合规制度规范。依据相关法律法规及行业监管要求,制定覆盖内容审核、数据安全、算法应用伦理等环节的专项合规指引与操作流程,明确各岗位的职责边界与行为准则。二是强化关键环节的风险管控。重点加强对人工智能生成内容(如脚本、虚拟形象、宣传物料)的实质性审核与验证,确保其符合法律与道德标准[9];规范数据采集、存储与使用行为,落实个人信息保护义务;建立算法应用内部评估机制,防范价格歧视等算法风险。三是提升人员合规素养。定期组织针对管理层、运营人员及主播的合规培训,强化其对人工智能应用场景下法律风险的识别与应对能力。四是完善内部监督与纠错机制。设立畅通的问题反映渠道和快速的响应与处置程序,确保违规行为能够被及时发现并纠正,有效降低法律风险的发生概率。

4.4. 推进动态化、数字化、智能化的监管模式

为有效应对人工智能技术在直播电商应用中产生的新型法律风险,监管模式应逐步向动态化、数字化、智能化的方向转型升级。相关部门应不断优化监管程序,探索人工智能监管等创新型治理方法的运行程序、实践效果[10],运用人工智能技术赋能监管效能,实现对海量、实时直播交易的有效覆盖与风险防控。具体而言,应积极探索搭建 AI 驱动的直播内容监测平台,利用自然语言处理、计算机视觉等技术,对直播画面、语音、弹幕等信息进行实时扫描与分析,自动识别涉嫌虚假宣传、违规用语、侵权内容等风险点,从而提升监管的全面性与及时性。同时,推动建立跨平台数据共享与分析机制,整合交易、物流、评价等多维数据,依托大数据分析及智能算法模型,精准识别异常交易模式、潜在价格歧视行为以及系统性数据安全隐患,以此增强风险预警的前瞻性。此外,还可通过智能化手段优化监管资源配置,将有限力量聚焦于高风险领域,提高监管的精准性,以人工智能监管化解人工智能应用所带来的复杂挑战。

4.5. 建立多主体参与的协同治理机制

在多元开放的互联网直播带货环境中,各方治理主体都应保持面向未来的姿态,倡导创新的治理机

制^[11]。为防范化解人工智能时代直播电商的复杂法律风险,需突破传统治理模式,构建多主体协同共治格局。具体可从三方面着力:其一,强化部门协同联动。网信、市场监管、公安等职能部门应健全信息互通、执法互助的长效协作机制,形成监管合力,进而提升跨领域、跨平台复杂问题的处置效能。其二,发挥行业自律效能。相关行业协会须积极引导,组织业内主体共同研讨制定适应人工智能应用场景的自律规范、伦理指南及信用评价标准,以此推动企业自觉合规经营。其三,激活社会监督力量。畅通消费者投诉维权渠道,提升其风险识别与依法维权能力;支持新闻媒体依法开展舆论监督,通过典型案例警示、消费风险提示等方式,增强社会监督透明度与约束力。通过政府、行业、社会三方主体各司其职、相互配合,方能织密风险防控网络,形成推动直播电商在人工智能赋能下健康发展的协同治理合力。

5. 结语

“直播 + 科技”的深度融合,为电商行业注入了强劲动能,正深刻重塑着行业生态。然而,人工智能技术的赋能效应与其伴生风险并存,虚假宣传、隐私泄露、人格权与知识产权侵权、算法价格歧视等新型法律风险,已成为制约行业健康发展的重要因素。有效防范化解这些风险,既需在制度层面明晰技术应用主体责任,压实平台责任,构建运营方内部合规体系;亦需推动监管模式向动态化、数字化、智能化转型升级;更需凝聚政府、行业、社会多方力量,建立健全协同治理机制。唯有如此,方能推进人工智能在直播电商领域的规范应用,保障“直播 + 科技”这一跨界尝试在法治的轨道上行稳致远,促进数字经济高质量发展。

参考文献

- [1] 高文. 抢抓人工智能发展的历史性机遇——深刻领会习近平总书记关于人工智能的重要论述[N]. 人民日报, 2025-02-24(9).
- [2] 习近平谈治国理政(第三卷) [M]. 北京: 外文出版社, 2020: 247.
- [3] 中华人民共和国国务院. 政府工作报告[EB/OL].
https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202503/content_7013163.htm?s_channel=5&s_trans=7824452999, 2025-03-12.
- [4] 中共中央办公厅, 国务院办公厅. 中共中央办公厅 国务院办公厅印发《提振消费专项行动方案》 [EB/OL].
https://www.gov.cn/gongbao/2025/issue_11946/202503/content_7015860.html, 2025-03-16.
- [5] 国家市场监督管理总局. 市场监管总局关于公开征求《直播电商监督管理办法(征求意见稿)》意见的公告[EB/OL].
https://www.samr.gov.cn/hd/zjdc/art/2025/art_da63265146f741cd8bc80d2bba4e1e37.html, 2025-06-10.
- [6] 宋华健. 论生成式人工智能的法律风险与治理路径[J]. 北京理工大学学报(社会科学版), 2024, 26(3): 134-143.
- [7] 吴汉东. 人工智能时代的制度安排与法律规制[J]. 法律科学(西北政法大学学报), 2017, 35(5): 128-136.
- [8] 之江实验室. 探路技术未来[M]. 北京: 中国科学技术出版社, 2022: 291.
- [9] 解永照. 人工智能大模型的法律风险与制度应对[J]. 齐鲁学刊, 2025(4): 100-110.
- [10] 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.
- [11] 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.