

网络直播平台未成年人打赏行为的法律规制与保护机制完善

——以主播责任与平台义务为视角

张嘉慧

江苏大学法学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2025年9月12日; 录用日期: 2025年9月23日; 发布日期: 2025年10月28日

摘要

随着网络直播行业日益兴起, 电商平台与内容平台的直播形态分化日益显著, 关于不同类型平台如何差异化构建未成年人保护机制, 已成为晚近学界热议之所在。实践中, 未成年打赏案件频繁发生, 暴露出当前内容平台与电商内置直播平台责任边界模糊、主播合规义务缺位、网络监管机制不健全、家庭教育不足等多方面社会系统问题。观照国内外相关案件及其司法实践, 针对上述困境, 应当建立事前预防、事中拦截以及事后救济的未成年人网络安全保护机制, 倡导集技术、法律、教育多位一体的治理模式, 明确平台类型化责任与主播全流程义务, 同时注重未成年人权益保护与互联网相关产业发展的利益平衡, 从而建立健康有序的网络空间与秩序。

关键词

未成年人保护, 直播打赏, 电商平台, 平台类型化责任, 监护责任

Legal Regulation and Protection Mechanism Improvement of Minors' Rewarding Behavior on the Webcast Platform

—From the Perspective of Anchor Responsibility and Platform Obligation

Jiahui Zhang

School of Law, Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: September 12, 2025; accepted: September 23, 2025; published: October 28, 2025

Abstract

With the rise of the webcast industry, the differentiation of the live broadcast form of the e-commerce platform and the content platform is becoming more and more obvious. How to construct the protection mechanism of minors in different types of platforms has become a hot topic in the academic circles in recent years. In practice, the frequent occurrence of juvenile reward cases has exposed many social system problems, such as the vague responsibility boundary between the current content platform and the e-commerce built-in live broadcast platform, the absence of anchor compliance obligations, the imperfect network supervision mechanism, and the lack of family education. In view of the relevant cases and judicial practice at home and abroad, in view of the above difficulties, we should establish a network security protection mechanism for minors with pre-prevention, in-process interception and post-relief, advocate a governance model integrating technology, law and education, clarify the typed responsibility of the platform and the obligations of the anchor in the whole process, and pay attention to the protection of minors' rights and interests and the development of Internet-related industries. Balance of interests, so as to establish a healthy and orderly cyberspace and order.

Keywords

Protection of Minors, Live Broadcast Reward, E-Commerce Platform, Platform Typed Responsibility, Guardianship Responsibility

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

伴随数字经济的蓬勃发展,直播行业的强势崛起已成为互联网经济中不可或缺的一部分。报告显示,截至 2024 年底,我国直播网络用户已达 8.33 亿之巨,占总网民数约 75%左右;主播账号更是将近两亿个,并且 2024 年总体营收突破了两千亿大关[1]。电商平台跨越式发展的背后也牵引出诸多问题,其中,关于未成年人直播打赏所引发的社会纠纷与法律争议成为当下的一大争议点[2]。前述问题招致诸多争议的根源在于,未成年人这一主体的不成熟性与脆弱性,使现有机制难以有效防范网络风险对其的侵蚀。除却未成年这一主体的特殊性之外,从法律层面上来说,此类纠纷更是涉及未成年人民事行为能力的认定以及合同效力之判定等诸多规范争议,亟待从法律层面进行有效回应。鉴于此,本文将从直播打赏的法律行为性质界定着手,在既有的法律制度与政策框架下,深入揭示电商网络平台在未成年人保护方面的不足之处,并结合域内外典型案例和法律制度,提供有效的保护路径与措施,以期构建更加有效的未成年人网络保护机制提供学理支持和实践参考。

2. 未成年人直播打赏的法律定性与社会现状

2.1. 直播打赏的法律性质界定

关于直播打赏本身的行为性质,当前理论界与实务界皆存有不同观点,总而言之,大体分为赠与行为说、服务合同说以及消费行为说三种。赠与合同说认为,用户打赏是主体无偿、单务的行为,用户与主播之间不存在对价关系,而只是单纯的赠与。服务合同说提出,用户与接受打赏者之间存在一种关于

服务客观的交易，即用户在对主播打赏时，本身也享受了对应的服务。消费行为说认为，主播与用户之间不是单纯对应性的民事关系，主播提供的各种服务，面向的是不特定的多数人，此时，这种法律关系早已突破了民事合同的严格相关性，转而成为消费关系，即一种需要法律干预的社会关系。

本文认为，上述三种观点均有合理性但存在认知局限：赠与行为说忽略了直播服务的对价属性，服务合同说难以解释打赏的随机性与自愿性，消费行为说则无法涵盖亲友间的私人性打赏场景。笔者认为，直播打赏的行为性质实则具有复合性，其既包含用户对主播才艺认可的赠与内核，又附随对直播服务的消费需求，且当服务面向公众时兼具社会属性。此种定性在法律后果上呈现明显差异：第一，平台责任层面，单一消费定性易导致平台承担结果责任，而复合性定性下采用行为主义标准，即如果平台对日常打赏已履行身份验证、消费提醒等义务，仅需承担有限责任；但对主播诱导打赏、未成年人打赏等特殊场景，需强化内容审核与风险拦截，否则承担过错责任。第二，主播义务层面，赠与说未规定主播明确的履约义务，服务合同说仅要求提供约定服务，而复合性定性要求主播履行双重义务，既要保证直播内容的质量与合法性，又不得通过欺诈、情感诱导等方式促成打赏。第三，家长监护权层面，单一赠与定性可能将责任完全归咎于监护人财产管理不当，单一消费定性则易过度追究平台责任。复合性定性下，法院会依据《民法典》过错分配原则，综合认定各方责任。

综上，直播打赏的复合性本质决定了法律规制需跳出单一定性框架，结合具体场景中的赠与内核与服务属性，构建“平台-主播-用户”的多元责任体系。

2.2. 未成年人打赏行为的法律效力

我国《民法典》规定，民事主体的民事行为能力可以分为无民事行为能力人、限制民事行为能力人以及完全民事行为能力人。无民事行为能力人的行为效力是绝对无效，其中，限制民事行为能力人又有所区分，即已满八周岁但是不满十六周岁的未成年人的行为效力是待定的，需要监护人追认，方能构成有效；而已满十六周岁但未满十八周岁的未成年人，又属于特殊的限制民事行为能力人，其行为效力尽管依旧需要监护人追认，但在特殊情况下，此类型未成年的某些行为可以不经监护人追认，这种情况下，可以视为具有民事行为能力。依据上述法律规定可知，未成年人的网络打赏行为的法律效力因其年龄不同而具有不同性质。

2.3. 未成年人直播打赏的社会现状

当下，未成年人直播打赏现象已愈演愈烈。例如，令公众熟知的“郑某某与北京蜜莱坞网络科技有限公司合同纠纷”“宋某某与火烈鸟(广州)股份有限公司网络服务合同纠纷”“北京快手科技有限公司与吴某某网络购物合同纠纷”等典型案例^[2]，皆引发了社会层面的广泛讨论。从这些案例中可以发现，当前未成年人直播打赏呈现频次高发化、金额增长化、人群数量扩张化、年龄低龄化等特征。如上种种皆表明，当前未成年人直播打赏行为并非个例、偶发现象，而已成为一种社会问题，亟待社会治理与法律手段介入。因此，下文将进一步明确当前所面临的未成年人打赏行为规制的具体困境，为后文提出对应路径提供实证基础。

3. 电商平台未成年人保护机制的法律要求与现存漏洞

3.1. 法律对不同类型平台的保护机制要求

我国法律体系对直播平台的未成年人保护义务具有普适性，但基于内容平台(以抖音、快手为代表)与电商内置直播平台(以淘宝直播、京东直播为代表)的核心属性差异，法律适用的侧重点与义务边界存在隐性区分：对于内容平台而言，其以“内容传播+用户打赏”为核心盈利模式，打赏是主播与平台的主要收入来源，故《未成年人保护法》第七十四条、《网络直播营销管理办法》第十条对其要求更侧重打赏行

为全流程管控,包括强制身份核验、消费额度限制、打赏弹窗提醒等。而电商内置直播以“商品销售 + 直播引流”为核心,打赏多为辅助功能,如淘宝直播点赞打赏多与商品优惠券绑定,直接现金打赏的占比很低,法律要求更侧重打赏与交易行为的联动监管,需同时满足《电子商务法》第十六条与《未成年人保护法》第七十四条,即禁止以“打赏换折扣”“打赏优先发货”等方式诱导未成年人消费。

从上述规定可知,我国法律体系赋予了平台服务提供者保护未成年人的义务,同时也规定了责任。然而,当前法律体系对网络平台规定的禁止未成年人直播打赏行为的要求,在实践中并未得到有效贯彻落实,还需进一步追溯当前平台保护未成年人的系统缺漏[3]。

3.2. 平台保护机制的主要漏洞

3.2.1. 不同类型平台漏洞的差异化表现

内容平台的漏洞在于打赏管控形式化,身份核验“一刀切”。内容平台虽普遍设置“未成年人模式”,但存在两大缺陷:一是身份核验依赖“手机号 + 身份证号”,未与人脸识别强制绑定,未成年人可通过“家长手机号注册 + 跳过人脸核验”绕过限制;二是消费拦截阈值过高,如快手未成年人模式单日打赏限额为 200 元,但未考虑低龄未成年人(8~10 岁)的认知能力,仍存在单日多次小额打赏累积大额损失的情况。

电商内置直播漏洞在于打赏与交易绑定,监管聚焦商品而忽视打赏。电商平台的监管资源多集中于商品质量与价格合规,对打赏行为的管控存在“三不干预”:一是不干预打赏与商品优惠的绑定,如淘宝直播部分主播设置“打赏 100 元可享 5 折购鞋”,未审核参与者年龄;二是不干预直播间打赏排行榜,部分主播以“打赏榜第一优先发货”诱导未成年人竞争打赏;三是不干预未成年人用家长账号打赏后关联下单,平台仅审核订单支付信息,未核验实际使用者身份。

3.2.2. 共性漏洞:退款机制不透明与不公平

这种情况是在未成年人直播打赏纠纷矛盾发生后,平台作为居中裁判者所选择的一种通常做法。平台在处理退款时,一般不会直接全额退款,而是选择依照其平台规则选择性退款。平台往往会宣称,基于内部核算结果,退还金额应当依据平台规则估算后确定。而内容平台与电商内置直播的退款规则差异进一步加剧了未成年人权益受损风险。内容平台多以“打赏已与主播分成”为由拖延退款,如抖音规定“退款需扣除主播已获分成”,导致实际仅能追回部分损失;电商内置直播则以“打赏为自愿赠与,与商品交易无关”为由拒绝退款,如淘宝直播客服常以“打赏是对主播服务的认可,不影响商品售后”为由,将打赏退款与商品退款切割,忽视两者的诱导关联。

4. 平台责任的法律认定及其形式

前文主要解释了当前平台针对未成年人保护机制不足的主要方面,紧接着的问题是电商平台责任应如何界定,需要依据何种原则以及大体可以分为哪些形态等等。下文将在明确责任分配与认定规则的法理基础上,系统考量法院裁判中认定平台责任的考量因素,最终确定平台的责任形式。

4.1. 现行法律规定下的责任分配

关于平台责任承担的法律依据,可以参照《民法典》第一百五十七条规定,该规定为平台责任的认定提供了基础规范,具体到未成年人打赏行为的法律效力待定。因此,平台在处理未成年人打赏纠纷时,首先应当判断的是打赏行为的法律效力,进而确定各方责任。

4.2. 法院裁判中的考量因素

前已述及,当未成年人直播打赏行为发生法律纠纷时,一般由平台先行处置。当然,在此过程中,

许多纠纷并未妥善解决，亦有许多案件纠纷涌入法院。法院在认定平台责任时，区分平台类型设定差异化考量标准，核心差异体现在“责任权重分配”方面，主要考虑如下因素：第一，关于未成年人年龄方面，一般认为，未成年人的认知能力与年龄成正比，即年龄越大，认知能力越强，同时，相应平台承担的责任也越弱；第二，应当考虑未成年人的打赏金额及其频次，一般认为，打赏金额越大，打赏频次越高，与未成年人的行为能力偏离越大；第三，应当考虑平台所配置的规则、审核程序是否完善，包括但不限于实名认证程序、身份核验程序、异常消费监督程序等是否完备。

4.3. 平台过错与责任认定

不同类型平台的过错形态与责任承担方式存在显著差异。内容平台过错主要表现为打赏管控缺失，如未建立“人脸识别 + 账号使用行为分析”的双重核验机制，如夜间频繁使用、偏好低龄内容等，或未对主播诱导打赏行为进行实时监测。责任承担以打赏金额按过错比例返还为主。电商内置直播过错主要表现为打赏与交易的联动监管缺失，如未设置“未成年人账号打赏 - 下单”的关联拦截，或未对主播打赏诱导交易行为进行合规审查。责任承担需同时覆盖打赏金额返还与关联商品退款。

在具体责任承担方式上，如果电商平台确有上述问题，应当按过错程度退还全部或者部分的打赏款项。当然，若家长在此过程中，未能有效妥善保管支付工具，缺乏对被监护人的有效监督，也应当在其监管过失范围内，自行承担部分损失[4]。

5. 未成年人打赏监管的经济逻辑与利益平衡

5.1. 平台主动监管缺失的成本 - 收益悖论

从微观经济视角看，平台对未成年人打赏的监管惰性本质是成本与收益的理性权衡，其核心矛盾在于合规成本的刚性支出与监管收益的不确定性。在成本端，主动监管需承担三重经济压力：其一，技术研发成本高企，如抖音为升级疑似未成年人消费拦截系统，需持续投入算法迭代与数据维护；其二，人工审核成本递增，平台若动用大量执法人力加强此类监管强度，将显著增加运营成本；其三，用户体验折损成本，严格的实名认证、消费拦截机制可能引发成年用户反感，过度验证导致的用户流失将直接影响流量变现效率。在收益端，监管缺失的短期收益反而更具吸引力：一方面，未成年人打赏构成部分主播的收入来源，平台可通过抽成直接获利；另一方面，宽松监管降低主播流失风险，平台对违规行为的纵容本质是留住高收入主播的策略选择。这种“成本前置、收益后置”的结构，使得平台天然缺乏主动监管动力。

5.2. 监管强化的多元利益传导效应

监管政策的收紧将引发主播、平台、家长三方利益的重构，其影响呈现显著的差异化特征。首先，对主播收入造成了双重挤压。监管强化直接冲击依赖未成年人打赏的主播群体，尤其是通过情感诱导、虚假承诺获利的主播。但对头部合规主播而言，监管净化了竞争环境，其收入反而因用户信任度提升实现了增长，形成“劣币驱逐良币”的逆转效应，这种分化倒逼主播群体建立合规意识。其次，对于平台流量而言，从短期看，严格的身份验证与消费拦截可能导致其暂时性下跌，但长期看，合规性提升显著降低了法律风险。更重要的是，监管背书增强了家长群体对平台的信任度，从而推动家庭用户流量占比提升，实现流量结构优化。此外，一定程度上，对家长监督成本也进行了减负。技术监管替代了部分人工监督职能，如抖音的巡航识别系统使家长无需实时监控孩子手机使用，减少了监督时间。但需注意的是，监管不能完全替代监护义务，家长仍需对账号管理疏漏承担部分责任，形成“技术兜底 + 家长尽责”的成本分担机制。

5.3. 激励相容机制的构建路径

基于利益平衡原则，需设计“监管成本共担、合规收益共享”的激励机制，实现平台义务与主播责任的协同落地。可以建立如下机制：1) 构建直播平台合规评级体系：将平台分为A(优秀)、B(合格)、C(预警)三级，依据未成年人打赏拦截率、主播合规培训覆盖率等多项指标动态调整。对A级平台给予三重激励：一是流量倾斜，在算法推荐中增加曝光权重；二是监管豁免，减少常规检查频次；三是政策支持，优先参与行业标准制定。对C级平台实施“流量限制+高额罚款”，倒逼其加大监管投入。2) 建立“合规系数影响分成比例”的约束机制：平台从主播打赏分成中提取5%~10%作为合规保证金，对未发生诱导未成年人打赏的主播，季度返还保证金并给予5%分成上浮；对违规主播扣除保证金，并处分成比例下调10%~20%的处罚。同时参照税务监管要求，平台每季度向监管部门报送主播未成年人打赏接待情况，将合规记录纳入主播资质审核。3) 建立技术赋能与成本分摊机制，破解平台合规成本过高的核心痛点在于，一方面，由市场监管部门搭建跨平台共享的未成年人身份核验系统，降低单个平台的技术投入；另一方面，设立合规创新补贴，对研发出有效拦截技术的平台给予一定补贴，抖音等先行平台的实践已证明了技术投入的规模化效益。4) 建立家长参与的激励约束机制，在强化监护义务的同时降低监督成本。平台为家长开放家庭账户管理权限，可设置消费额度预警、观看时段限制等功能；对主动开启监护功能的家长，其子女账号发生违规打赏时，平台承担更多的返还责任；对未履行基本监护义务的家长，适当降低平台的赔付比例，实现监护责任与平台义务的平衡。

综上，未成年人打赏监管的利益平衡需跳出“监管-对抗”的零和思维，通过激励相容机制将平台、主播的逐利动机与未成年人保护目标对齐，最终构建“技术防控为基、平台担责为要、主播自律为核、家长尽责为辅”的多元治理体系。

6. 未成年人直播打赏保护机制的完善路径

6.1. 平台技术防护措施的强化

在当前的平台治理中，如何有效实现未成年人保护机制成为一大关键问题。传统的平台治理手段主要是事后监管，这种事后监管往往是滞后、被动的。在诸多纠纷发生场景中，平台及其相关主体只能被动卷入矛盾之中，而无法有效通过事前预防减缓自身的治理压力。因而，想要有效转变传统平台治理手段及其制度的不足，关键在于对传统监管模式进行调适。笔者认为，应当坚持未成年人保护机制在网络空间的全流程、全阶段保护，并且建立事前预防网络安全风险危害未成年人的保护网络，建立事中拦截网络风险侵扰未成年人的保护链条，建立事后风险的未成年人权益救济机制。具言之，在事前预防阶段，平台可以进一步增强身份证实名认证机制的实质有效性和可靠性，例如进一步通过使用人脸识别、生物信息等技术防止未成年人冒用账号，确保实际使用者与实际身份所有人具有一致性。在事中拦截阶段，平台应当强化风险异常巡视机制，一旦发现支付异常、消费异常等情形，应立即采取有效措施，确保干预手段有效制约违规行为，减少后期纠纷的产生。在事后救济上，平台应重点关注如何简化相应退款流程，例如，可以通过构建垫付退赔机制，使权益人可以加快追回损失，有效保障当事人权益[5]。

6.2. 法律监督与行业规范的协同

法律法规与行业标准的完善与否是决定未成年人保护机制能否稳定运行的关键一环。电商平台的兴起不过寥寥数年，相关法律法规以及相应的行业标准与原则，仍需进一步优化与完善。同时，应当建立统一的行业规范，避免不同平台保护水平差异过大导致的市场扭曲与监管套利。此外，法律法规与行业标准之间的协同配合与和谐共生，亦是决定未成年人保护机制质效的应有之义。法律法规与行业规范分属于硬法与软法，只有软硬法协同，才能充分发挥规范质效。最后，良好的社会秩序既需要平台本身的

自觉配合,也需要外部的强制力予以规范,除却法律的引导与规训之外,也需要行政部门的直接监管,甚至可以建立监管部门与电商平台的常态化合作机制,从而搭建起信息互通、风险共治、资源同享的合作桥梁。

6.3. 家庭、学校与社会的共治体系

未成年人的健康发展需要一个充满友善、积极、稳定的环境氛围,这离不开学校、家长与社会共同倾注精力,从而形成一个学校、家长与社会合力的保护体系。对学校而言,应当积极培养学生的素质教育,树立其正确的三观,培养正确的消费观念与习惯,抵制低俗的不良诱惑与违法犯罪行为,塑造优良的生活习惯与道德品质。对家长来说,家庭是未成年人最坚实的港湾,既是血脉相连,其道德品格、生活习惯、思想观念也与家庭环境休戚相关。家庭所能做到的,不仅是事后对未成年人的行为兜底,更要对其进行安全教育与自我保护训练等。于社会而言,个体的价值理念会在社会整体中得到呈现,而社会的主流价值观更容易裹挟个体价值观念,必须承认的是,未成年人的诸多失范行为,往往为社会价值观的偏差所影响,部分未成年人的直播打赏行为,亦是由社会形态中的诸多价值、行为模式所引导。因而,进化社会风气,营造良好的社群氛围,亦是极为关键的一步[6]。

6.4. 主播合规义务的系统构建

主播作为打赏行为的直接诱导者与受益者,需承担“事前资质审核-事中行为合规-事后纠纷配合”的全流程责任,且内容主播与电商主播的义务存在差异化:事前资质审核阶段,内容主播需提交“无诱导未成年人打赏记录”承诺,平台应对其过往直播内容进行诱导行为筛查,如是否存在“哥哥打赏”“送礼物解锁互动”等话术,电商主播需额外提交“商品信息合规证明”,承诺不以“打赏换折扣”“打赏优先发货”等方式诱导消费;事中行为合规阶段,抖音娱乐等主播禁止使用情感诱导、利益承诺等话术,直播画面需标注“未成年人打赏需家长同意”,淘宝带货等主播禁止将打赏与商品交易绑定,如禁止说“不打赏就不讲解细节”“打赏100元享专属折扣”等话术,需实时提示“打赏自愿,与购物无关”;事后纠纷配合阶段,未成年人打赏纠纷发生后,内容主播需配合平台提供直播录屏、打赏沟通记录,若存在违规诱导,需退还全部打赏分成,电商主播需提供打赏话术录屏与商品销售记录,若存在打赏诱导交易的情形,需退还打赏分成并承担商品差价赔偿。此外,应当建立主播责任追究机制,规定其相应的行政责任、民事责任,对多次诱导未成年人打赏的主播,由网信部门采取暂停直播权限、列入行业黑名单等处罚,若主播明知对方是未成年人仍鼓励打赏,需与平台承担连带赔偿责任。还可以建立主播合规信用档案,将诱导未成年人打赏行为纳入信用评级,评级过低者不得参与平台热门推荐、打赏分成提升等资源扶持。

7. 结语

未成年人直播打赏问题的治理,需跳出“平台单一责任”的传统框架,构建“类型化平台责任+差异化主播义务+协同化家校监管”的多元体。内容平台应聚焦打赏全流程管控,电商内置直播应聚焦打赏与交易联动监管,主播应区分内容平台与电商平台的不同场景设定合规义务。唯有如此,才能在未成年人保护与行业发展之间找到动态平衡,实现数字时代未成年人权益与网络产业的双向共赢。

参考文献

- [1] 中国新闻网. 中国网络视听用户近11亿 [EB/OL]. <http://www.chinanews.com.cn/cj/2025/03-26/10389427.shtml>, 2025-03-26.
- [2] 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.

-
- [3] 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.
 - [4] 朱雨昕. 直播平台履行未成年人网络安全保护义务的完善路径[J]. 人权法学, 2025, 4(3): 128-148.
 - [5] 司晨曦. 我国未成年人网络直播乱象分析与优化治理[J]. 网络空间安全, 2024, 15(1): 1-5.
 - [6] 胡霞, 周俐莎, 胡璨瑀. 网络直播对未成年群体的负面效应及规制对策研究——基于对 C 市中学生 2500 份调查问卷的分析[J]. 预防青少年犯罪研究, 2020(6): 65-74.