

网络直播带货中不正当竞争行为规制研究

何义谦

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2026年1月16日; 录用日期: 2026年1月27日; 发布日期: 2026年2月26日

摘要

在数字技术赋能与网络基础设施持续完善的背景下, 网络直播带货行业迅猛发展, 市场规模稳步扩大, 成为激活消费、赋能经济增长的重要业态。但行业快速扩张中市场机制失灵问题凸显, 不正当竞争行为频发, 既扰乱市场竞争秩序, 侵害经营者与消费者合法权益, 也制约行业高质量发展。我国现行规制体系存在明显短板: 《反不正当竞争法》一般条款适用性不足, 执法主体界定模糊, 责令停止违法行为适用缺乏边界; 相关规范性文件立法层级低、内容覆盖不全; 平台审查义务分配不合理, 其对主播违法行为的责任承担不明确, 行业自律机制薄弱。本文以网络直播带货中的不正当竞争行为为研究对象, 从法理层面剖析其违法属性, 论证构建专门规制体系的必要性与紧迫性。结合行业特征提出系统性规制路径: 推动《反不正当竞争法》一般条款具体化, 引入效率因素与多元利益衡量标准; 明确执法主体, 审慎适用责令停止违法行为措施; 区分主播类型, 界定平台差异化责任; 构建技术性审查机制, 强化行业自律。研究旨在为该领域法律规制提供理论支撑与实务参考, 助力规范行业秩序, 保障市场主体合法权益, 优化网络消费环境。

关键词

网络直播带货, 不正当竞争, 平台责任, 利益衡量

Research on the Regulation of Unfair Competition in Live Stream E-Commerce

Yiqian He

College of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: January 16, 2026; accepted: January 27, 2026; published: February 26, 2026

Abstract

Against the backdrop of digital technology empowerment and the continuous improvement of network infrastructure, the live stream e-commerce industry has achieved rapid development with a

steadily expanding market scale, emerging as a crucial format for stimulating consumption and empowering economic growth. However, amid the industry's rapid expansion, the problem of market mechanism failure has become prominent, with frequent occurrences of unfair competition practices. These practices not only disrupt the market competition order and infringe upon the legitimate rights and interests of operators and consumers but also restrict the high-quality development of the industry. China's current regulatory system exhibits obvious shortcomings: the general clauses of the "Anti-Unfair Competition Law" have insufficient applicability, the definition of law enforcement subjects is ambiguous, and the application of orders to cease illegal acts lacks clear boundaries; relevant normative documents are of low legislative hierarchy and incomplete in content coverage; the allocation of platform review obligations is unreasonable, the platform's liability for the illegal acts of anchors is unclear, and the industry self-regulation mechanism is weak. Taking unfair competition practices in live stream e-commerce as the research object, this paper analyzes their illegal attributes from a jurisprudential perspective and demonstrates the necessity and urgency of constructing a specialized regulatory system. Combined with the industry characteristics, it proposes a systematic regulatory path: promote the concretization of the general clauses of the "Anti-Unfair Competition Law" and introduce efficiency factors and multi-interest balancing standards; clarify law enforcement subjects and prudently apply the measure of ordering the cessation of illegal acts; distinguish between types of anchors and define the differentiated liabilities of platforms; establish a technical review mechanism and strengthen industry self-regulation. The research aims to provide theoretical support and practical reference for the legal regulation of this field, helping to standardize the industry order, protect the legitimate rights and interests of market entities, and optimize the online consumption environment.

Keywords

Live Stream E-Commerce, Unfair Competition, Platform Liability, Interest Balancing

Copyright © 2026 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

在后疫情时代宏观经济承压背景下,传统零售业加速数字化转型,网络直播带货凭借即时互动性与沉浸式体验,已成为电子商务领域的重要商业模式[1]。然而,该业态高速扩张背后隐含多重合规风险:营销内容失实、流量数据造假、价格欺诈、商业诋毁等行为频发,严重侵蚀市场信任机制。尽管2018年《反不正当竞争法》增设“互联网专款”,市场监管总局2024年出台《网络反不正当竞争暂行规定》,但现有规范对直播带货场景的适配性不足,导致司法实践中法律适用分歧显著[2]。本文聚焦直播带货不正当竞争行为的特殊性与复杂性,旨在通过制度分析与规范重构,为构建适配型规制体系提供学理基础。

2. 网络直播带货的发展现状与典型问题

2.1. 行业演化特征

直播带货业态呈现三方面结构性特征。第一,市场规模持续扩容。根据商务部数据显示,2023年全国直播电商交易额达4.9万亿元,同比增长40.5%,占网络零售总额的比重提升至27.2% [3]。第二,模式创新深化。跨境直播成为新增长点,如江西省商务厅推动的“万安特产海外直播”项目,通过本土化运营团队在美、泰市场实现订单量日均增长300%以上[4]。第三,供应链反向重构。以“徕芬科技”为例,其通过头部主播渠道拓展海外市场,带动上游127家供应链企业技术升级,形成“内容驱动-数据反馈-

生产优化”的闭环[5]。

2.2. 参与主体法律地位界定困境

直播带货形成“商家-MCN 机构-主播-平台-消费者”的链式结构，但各主体法律身份存在显著识别困难。以 2023 年“某美妆头部主播虚假宣传案”为例，法院对主播是否构成“广告经营者”与“代言人”的身份竞合问题形成三种裁判路径：一是依据《广告法》第二条认定为广告代言人；二是基于实际参与选品与内容设计，认定为广告发布者；三是因其深度介入交易环节，直接适用《电子商务法》认定为平台内经营者[6]。此种司法分歧根源在于《反不正当竞争法》与《广告法》的衔接断裂，致使责任配置缺乏明确规范基础。

MCN 机构的法律地位同样模糊。在“签约主播模式下”，MCN 机构既非直接销售者，又非传统广告经营者，其通过协议控制主播内容产出并参与收益分成，实质上构成“商业促成者”(commercial facilitator)。根据《民法典》第 1169 条关于教唆、帮助侵权之规定，若 MCN 机构默许或授意主播实施虚假宣传，应认定其构成共同侵权，承担连带责任[7]。

2.3. 虚假宣传的行为类型与生成机理

虚假宣传在直播场景中呈现四类典型形态。其一，功能虚构型。2024 年上海市监管部门查处的“某保健品直播案”中，主播伪造临床试验数据，声称产品具备“逆转衰老”功效，最终被认定为违反《反不正当竞争法》第 8 条，处罚款 300 万元。其二，价格欺诈型。如“虚假促销案”中，商家将日常售价 399 元商品虚标为“原价 1299 元”，再以“限时秒杀价 399 元”诱导消费，该行为同时触犯《价格法》第 14 条与《反不正当竞争法》第 8 条。其三，体验造假型。主播通过滤镜技术夸大美妆产品效果，但《广告法》第 38 条禁止化妆品广告使用“表示功效的断言”，此类行为构成法条竞合。其四，缺陷隐瞒型。在汽车直播中，主播刻意回避车辆事故史信息，违反《消费者权益保护法》第 20 条规定的真实信息告知义务。

上述行为成因具有结构性特征。利益驱动维度，主播按销售额提取 20%~40% 佣金，促使其放大宣传效用；规范供给维度，《网络交易监督管理办法》第 20 条虽要求显著标明“广告”字样，但实践中“种草”与“广告”边界模糊，规避行为普遍[8]；技术赋能维度，实时互动特性使内容脱离预先审查，算法审核仅能识别敏感词，无法判断语境真实性。

2.4. 消费者维权的程序性障碍

2.4.1. 证据留存困境

《电子商务法》第 31 条要求平台保存交易信息不少于三年，但实践中平台常以“技术故障”“数据覆盖”为由拒绝提供完整直播回放。2024 年浙江省消保委调查显示，37.2% 的消费者在维权时遭遇平台拒绝提供原始直播数据[9]。现行《个人信息保护法》第 17 条规定个人信息处理目的应明确、合法，平台若将数据留存义务扩展至全部直播内容，可能超出“必要范围”，违反比例原则。因此，强制留存制度需精细设计：仅对带货时长超过 30 分钟、销售额超 10 万元的直播强制保存完整音视频监控记录，并对涉及消费者维权争议的片段单独建档，保存期限延长至两年。

2.4.2. 举证责任配置失衡

小额消费纠纷中，检测成本与商品价值严重倒挂。例如，某消费者购买价值 89 元的护肤品后发现成分不符，但检测费用需 800 元，导致理性选择放弃维权。若机械适用“谁主张，谁举证”原则，将实质剥夺消费者诉权。参照《消费者权益保护法》第 23 条对耐用商品的举证责任倒置规定，建议在价值低于

500 元的商品质量争议中，由经营者承担举证责任。但需警惕该规则与《民事诉讼法》第 64 条第 1 款的协调问题，避免过度突破“举证责任法定主义”。建议通过司法解释形式确立“初步证明 - 责任转移”的两阶规则：消费者仅需证明购买事实与表面瑕疵，经营者则需证明产品符合质量标准。

3. 不正当竞争行为的规制路径重构

3.1. 《反不正当竞争法》一般条款的司法续造

《反不正当竞争法》第 2 条作为一般条款，其适用需满足“违反自愿、平等、公平、诚信原则”与“损害其他经营者或消费者合法权益”两项要件。但司法实践对“合法权益”认定过于宽泛。本文主张引入效率抗辩与多元利益衡量机制。具体而言，判断新型不正当竞争行为应综合考量四项要素：(1) 技术创新性，即行为是否促进信息传播效率；(2) 市场替代性，即竞争利益受损是否实质性影响市场结构；(3) 消费者福利，即短期价格优惠是否以长期选择受限为代价；(4) 监管成本，即规制收益是否大于执法资源投入[10]。例如在“流量劫持”案件中，若技术手段仅提供替代性选择而未强制跳转，且显著降低消费者搜索成本，则应审慎认定违法性。

3.2. 平台责任的类型化配置

平台对主播行为的控制力差异决定其责任形态。根据《民法典》第 1195~1197 条网络侵权条款，平台责任应遵循“通知 - 删除”与“知道或应当知道”双轨制，但直播场景的实时性要求更精细的责任梯度。

基于类型化分析框架，平台对主播不正当竞争行为的责任承担应依其控制力梯度呈现差异化配置，具体可分为三类情形：

其一，针对签约主播，平台应承担连带责任。此类模式下，平台深度介入主播的内容生产、流量分配与收益结算，通过独家协议、内容审核、算法加权等方式实现实质控制，形成“准劳动关系”的管理架构。依据《民法典》第 1168 条共同侵权规则，平台与主播构成意思联络或共同行为，主观上存在过错聚合，客观上共享违法收益，故当主播实施虚假宣传等不正当竞争行为时，平台应与其承担连带责任。此种责任形态可有效防止平台将主播作为“责任防火墙”，倒逼其审慎履行事前资质审查与过程性合规管理义务。

其二，针对非签约主播，平台宜承担相应的补充责任。此类主播仅注册为普通用户，平台对其控制限于算法推荐与基础行为规范，无直接管理权限与收益分成机制。根据《民法典》第 1198 条关于安全保障义务的规定，平台作为网络经营场所提供者，负有合理注意义务。若平台未履行必要的事先警示与事中监测，且无法提供主播真实身份信息导致消费者无法追偿时，应在主播不能承担部分的 30% 范围内承担补充责任。该责任形态既避免平台承担过重注意义务而抑制业态创新，亦确保受害者获得有效救济。

其三，针对商家自播模式，平台仅承担事后补救义务。当商家以自身名义开设直播间时，其法律身份为平台内经营者，平台仅提供基础技术服务。依据《电子商务法》第 38 条第 2 款，平台责任限于“采取必要措施”与“保存违法记录”，即收到投诉后及时下架链接、断开直播，并向监管部门报告。此种弱责任配置符合“技术中立”原则，避免因过度归责而扭曲平台作为技术提供者的角色。对签约主播，平台深度介入内容生产与收益分配，构成“实质雇佣关系”，根据《民法典》第 1191 条用人单位责任，应就主播履职行为承担连带责任。对非签约主播，平台仅提供网络场所与算法推荐，依据《民法典》第 1198 条，承担“相应的补充责任”，即仅在主播无力赔偿且平台违反审核义务时，承担不超过损失 30% 的补充责任[11]。

3.3. 技术性审查机制的构建

建议建立“AI 预审 + 人工复核 + 区块链存证”的三层监控体系。第一层，利用自然语言处理技术建立虚假宣传语义图谱，识别“最”“第一”等绝对化用语及“必效”“根治”等功效断言，准确率需达 95% 以上。第二层，组建专业化审查队伍，对高风险品类(食品、化妆品、医疗器械)直播实施“30 秒延迟播出”机制，预留人工干预窗口。第三层，采用区块链技术对直播关键帧与承诺性话语进行哈希值存证，确保数据不可篡改，为司法认定提供可信时间戳。该机制需平衡《个人信息保护法》第 26 条的合法性要求，明确告知主播数据处理方式并取得单独同意。

3.4. 消费者救济机制的优化

在合规性框架下，建议构建“阶梯式”纠纷解决机制。第一阶，平台内部纠纷处理，要求平台设立 5000 元以下纠纷的快速赔付基金，确保 72 小时内先行赔付。第二阶，行政调解前置，对标的额低于 1 万元的纠纷，引导至市场监管部门在线调解平台，调解不成再进入诉讼。第三阶，公益诉讼补强，针对系统性虚假宣传，由消协依据《民事诉讼法》第 58 条提起公益诉讼，惩罚性赔偿金纳入消费者集体偿付基金。该设计既提升维权效率，又避免司法资源过度消耗。

4. 结语

网络直播带货的不正当竞争规制需在鼓励创新与维护秩序间寻求动态平衡。本文通过主体地位厘清、责任类型细化与技术机制嵌入，构建了适配型规制框架。未来研究可进一步量化利益衡量标准，探索平台算法透明度的可归责性，并跟踪《网络反不正当竞争暂行规定》的司法适用效果，为数字经济法治体系贡献持续性参考性支持。

参考文献

- [1] 宋亚辉. 网络直播带货的商业模式与法律规制[J]. 中国市场监管研究, 2020(8): 9-15+27.
- [2] 柴景荣. 网络直播带货中虚假宣传行为法律规制研究[D]: [硕士学位论文]. 扬州: 扬州大学, 2024.
- [3] 中华人民共和国商务部. 中国电子商务报告(2023) [R]. 北京: 商务部电子商务司, 2024.
- [4] 江西省商务厅. 江西农产品跨境电商直播案例集[R]. 南昌: 江西省商务厅, 2024.
- [5] 王利明. 论网络侵权中的平台责任[J]. 法学, 2023(5): 3-15.
- [6] 孔祥俊. 反不正当竞争法新原理[M]. 北京: 法律出版社, 2023: 178-185.
- [7] 薛军. 电子商务平台的法律地位与责任[J]. 中国法学, 2022(4): 78-95.
- [8] 刘青峰. 网络直播带货虚假宣传法律规制研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 哈尔滨商业大学, 2024.
- [9] 浙江省消费者权益保护委员会. 直播电商消费维权调查报告[R]. 杭州: 浙江消保委, 2024.
- [10] 王晓晔. 数字经济下竞争法的适用与完善[J]. 中外法学, 2024(1): 5-22.
- [11] 程啸. 论网络服务提供者的补充责任[J]. 法学家, 2023(6): 45-58.