

数字经济视域下私域直播产业的合规困境与 宏观调控路径研究

陈轻扬

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2026年4月21日; 录用日期: 2026年5月7日; 发布日期: 2026年7月9日

摘要

私域直播作为数字经济时代的新兴商业形态, 因其去中心化、高隐蔽性等特征, 对现行市场监管与税收征管体系构成挑战。当前存在违法行为界定模糊、多主体责任不清、新技术应用法律空白等突出困境。本研究从三个维度探讨宏观调控路径: 在法律规制层面, 应建立实质性商业行为识别标准, 明确AI数字人双重责任体系, 并根据平台介入深度实行差异化监管; 在税收治理层面, 应利用金税四期工程建立数据共享机制, 通过资金流反查实现穿透式监管, 推动从核定征收向查账征收转变; 在协同监管层面, 应部署智能化取证系统, 建立跨域执法协作机制, 形成多元共治格局。上述路径有助于完善私域直播合规体系, 推动社交电商规范化发展, 促进数字经济健康可持续发展。

关键词

私域直播, 数字经济, 市场监管, 税收征管

Research on Compliance Dilemmas and Macro-Control Paths of the Private Domain Live Streaming Industry from the Perspective of Digital Economy

Qingyang Chen

College of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: April 21, 2026; accepted: May 7, 2026; published: July 9, 2026

Abstract

As an emerging business form in the digital economy era, private domain live streaming poses

challenges to the current market supervision and tax collection and administration systems due to its characteristics of decentralization and high concealment. At present, there are prominent dilemmas including vague definition of illegal acts, unclear responsibilities of multiple subjects, and legal gaps in the application of new technologies. This study explores macro-control paths from three dimensions: at the legal regulation level, identification criteria for substantive commercial acts should be established, a dual liability system for AI digital humans should be clarified, and differentiated supervision should be implemented according to the depth of platform intervention; at the tax governance level, the Golden Tax Phase IV Project should be utilized to build a data sharing mechanism, penetrating supervision should be realized through reverse investigation of capital flows, and the transformation from verified collection to audit collection should be promoted; at the collaborative supervision level, an intelligent evidence collection system should be deployed, a cross-regional law enforcement cooperation mechanism should be established, and a pattern of diversified co-governance should be formed. The above paths help to improve the compliance system of private domain live streaming, promote the standardized development of social e-commerce, and boost the healthy and sustainable development of the digital economy.

Keywords

Private Domain Live Streaming, Digital Economy, Market Supervision, Tax Collection and Administration

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. 问题的提出

近年来，直播社交商务成为中国电子商务的主流形式。iMedia Research 曾预测，中国直播商务产业总规模到 2025 年将达到 2137.3 亿元人民币[1]。相较于传统电商，直播商务通过实时视频展示产品，具有交互性强、信息传递及时等显著优势。截止 2025 年 6 月，我国网民规模达 11.23 亿人，网络购物用户规模达 9.76 亿人。据此测算，中国网络购物渗透率已达 86.9% [2]，表明直播社交商务具有重要的研究价值。

然而，隐私泄露、虚假宣传、消费欺诈等问题日益凸显，严重影响了消费者的购买意愿和平台的可持续发展。研究指出，社交商务面临来自隐私、信任和伦理等方面的重大挑战[3]。然而，这种基于高信任度的社交交易模式，往往掩盖了潜在的法律风险。因此，探究其背后的监管盲区，构建适配的合规体系，成为数字经济健康发展的关键。

尤其是“私域直播”这一新兴形态，给现有的市场监管体系带来了全新挑战。与抖音、淘宝等“公域”平台不同，私域直播主要依托微信、社群等封闭或半封闭渠道进行。其交易具有极强的隐蔽性，数据不向监管部门开放，交易双方往往基于熟人关系或社交信任，导致传统的以平台管商家的监管模式难以奏效。这种“去中心化”的特征，使得私域直播极易成为法律监管的盲区和税收征管的洼地。

现在的研究多集中于公域直播的营销策略或消费者行为分析，而针对私域直播这一特定场景的法律定性、监管难点及宏观调控路径的探讨相对不足。如何在保护私域隐私与维护公共利益之间寻找平衡，如何利用技术手段解决监管取证难的问题，是当前亟待解决的课题。

因此，本研究旨在分析私域直播产业的特殊性及其带来的监管困境，从法律规制、税收治理及技术监管等宏观调控视角出发，探讨构建科学有效的治理体系，为监管部门制定政策提供理论依据，促进直

播商务生态的规范与可持续发展。

2. 私域直播的发展现状与监管困境

私域直播作为一种基于社交关系链的新型电商形态，近年来在微信视频号、小程序、社群等渠道迅速崛起。不同于公域直播(如抖音、淘宝直播)的流量分发逻辑，私域直播依靠强信任关系和封闭社交圈层进行转化。然而，这种“去中心化”的商业模式在激发市场活力的同时，也因其隐蔽性和法律边界的模糊性，给现行的市场监管体系带来了严峻挑战。

2.1. 私域直播的概念界定与特征分析

1) 私域流量与私域直播的概念

私域流量，是相对于公域流量的专门指代，意为基于信任和利益而建立起来的封闭性流量池。它既是一种可以自主控制、免费推广、重复使用、直接触达用户的渠道方式，也是互联网营销的重要工具[4]。

私域直播依托微信、企业微信等相对封闭的社交渠道，通过社群或私密链接分发给特定用户群体。其核心特征是：用户群体相对固定、信任基础已建立、信息流通相对隐蔽。私域直播通过线上平台，将粉丝和购买过的顾客进行集中管理，建立起私域流量池，针对私域流量池进行精准营销直播，与顾客进行网络上的互动与交流，建立起现实中人际交流的信任，从而完成流量变现的过程。

这种信任机制与 Tian 的研究发现相呼应。他们指出，互动性和主播信任是影响消费者购买意图的关键因素。而私域直播正是通过日常的社交互动建立了这种信任基础。

2) 私域直播的非典型特征分析

与传统电商及公域直播相比，私域直播呈现出显著的非典型特征，这些特征正是导致监管难的根源。

(1) 流量分发的封闭性与去中心化

不同于传统媒体和电商平台的开放流动，私域直播建立了独立的社群空间，用户群体被封闭管理。公域直播依赖平台算法推荐，具有公开性和广播性，监管部门可以通过关键词筛查、巡查公域流量池轻易发现违规行为。而私域直播的传播路径主要是微信群、朋友圈或点对点分享，传播范围限定在社群内部，形成了信息流通的分割状态[5]。

例如某生物科技有限公司在私域直播中，通过多个账号发送“已瘦 10 斤”“便秘改善”等虚假弹幕，对不具减肥功能的产品虚假宣传，大量网络水军制造虚假繁荣，诱使消费者非理性购买[6]。这种封闭性使直播间往往仅对特定社群成员开放，外部监管力量难以主动介入。成千上万个私域直播间如同一个个“数据孤岛”，呈现出极度去中心化的状态，导致传统的“以网管网”监测技术难以覆盖。

(2) 交易关系的强社交属性

私域直播的核心逻辑是“信任经济”。主播往往是消费者朋友圈中的“熟人”、KOL(意见领袖)、可信任的专家或长期关注的品牌导购。交易建立在情感连接和人际信任而非单纯的产品评价之上。某中华老字号企业涉私域直播案中，通过企业微信群内的所谓“名医”授课和“患者”现身说法，获取老年人信任后，引导购买虚假宣传为药品的保健品[7]。这种强社交属性是一把双刃剑：一方面降低了交易成本，另一方面也降低了消费者的警惕性。当违规行为发生时(如虚假宣传)，消费者往往碍于情面不愿投诉，或者由于过度信任而忽视了留存证据，这使得私域直播中的违法行为具有更长的潜伏期。

(3) 资金流转的隐蔽化与脱媒化

在公域平台，资金流向通常经过平台担保交易系统，路径清晰可查。而在私域直播中，虽然部分交易通过小程序完成，但仍存在大量“脱媒”交易现象。例如，主播在直播中展示商品，却引导消费者通过微信转账、红包或个人二维码进行支付。这种资金流转方式绕过了平台的监管系统，实现了交易数据与

资金数据的分离，不仅增加了交易风险，更为偷逃税款提供了便利条件。

2.2. 私域直播产业的困境

1) 违法行为界定的模糊性

私域直播中的虚假宣传呈现“软性误导”特征，主播常以“分享经验”“友情提示”等名义隐蔽包装商业宣传，这给监管部门的行为界定带来根本困难。首先，广告与分享的界限模糊。根据《中华人民共和国广告法》¹第二条规定，广告须由商品经营者或服务提供者承担费用进行推销。但私域直播中，主播与商家的关系复杂多变(可能是雇佣、合作、分销等)，且往往以个人推荐名义进行，难以直接认定为广告行为[8]。

其次，证据固定成本高企。相比公开直播内容易于保存，私域直播散落于微信群、小程序等私密渠道，往往无回放功能。消费者在脱离直播环境后才意识到被误导，此时证据已无法补救。即使监管部门获得证据，也需对海量图片、视频、聊天记录进行技术分析，执法成本高昂。这种证据固定的技术困难，直接削弱了监管部门的执法效能。

2) 多主体法律责任的认定困难

私域直播涉及销售经营者、主播、平台方、支付服务商等多个主体，各自的法律责任边界模糊不清。

一是主体身份的复杂性。同一组织可能既是平台内经营者又是主播，责任范围难以确定。这种“多面孔”的主体身份，使得传统的单一责任追究机制失效。

二是平台责任的“技术中立”抗辩。微信等社交工具本质上是即时通讯工具而非电商平台，当私域主播利用社交工具进行商业活动时，平台是否应承担类似淘宝、京东的审核义务和连带责任，现行法律未作明确规定。平台往往以技术中立为由主张免责。但这种抗辩在私域直播的强社交属性和经营性特征下是否成立，法律界限尚不明晰[9]。

三是跨地区执法协作困难。私域直播的去中心化特征使属地管辖原则难以适用，多部门间法律标准不统一、执法口径不一致，导致监管执法效率低下，不同地区对同类违规行为的处罚标准存在差异。

3) 新技术应用的法律空白

AI数字人在私域直播中的应用带来了新的合规挑战。首先，法律主体地位不明。AI数字人是否属于法律规定的广告代言人？其虚假言论应由谁承担责任——技术提供方、使用者还是平台方？这些基础问题至今未有定论。

其次，责任归责原则缺失。传统法律以过错责任为基础，要求证明行为人的主观故意或过失。但AI数字人的“行为”是算法生成的结果，如何判断其过错？是否应引入“无过错责任”或“严格责任”原则，法律界仍存重大分歧。

再次，监管技术滞后。AI生成内容的识别、追溯和证据固定需要专门的技术手段，现有执法机关缺乏相应的技术能力和工具。当违法内容由AI数字人生成时，监管部门往往难以确定违法链条中的关键节点，影响执法效率。

3. 私域直播产业宏观调控的实施路径

在探讨私域直播的具体调控路径之前，有必要系统梳理国内关于平台经济监管的代表性理论。首先是“回应性规制”理论，强调监管应根据被规制对象的行为特征、风险程度及自我规制能力进行动态、分层回应，而非“一刀切”式干预，该理论对私域直播的差异化监管具有直接指导意义；其次是“共同规制”理论，主张在政府规制之外，充分发挥平台、行业组织、社会公众等多元主体的治理功能，形成公私

¹https://www.samr.gov.cn/zw/zfxgk/fdzdgknr/fgs/art/2023/art_5474cf75173c45d6a0379730fb4e8d97.html

合作的监管网络；此外，还有“敏捷治理”与“实验性规制”等新兴理念，倡导在小范围内先行试点、逐步推广，以适应数字经济的快速迭代特性。上述理论为本文提出的法律、税收、协同三维调控路径提供了重要的学理支撑。针对私域直播产业存在的违法行为界定模糊、多主体责任不清以及新技术应用带来的法律空白等合规困境，必须坚持技术驱动与制度重塑并举的原则，宏观调控路径应从重构法律责任体系、深化以数治税机制、构建协同监管网络三个维度展开，实现从被动监管向主动治理的转型。

3.1. 法律规制层面的实质穿透与技术包容

解决私域直播合规困境的首要任务在于透过形式层面的区分，从商业行为的实质出发重构法律边界，进而填补 AI 应用与社交电商领域的制度空白。

当前私域直播中广告与分享的界限模糊是一个突出问题。值得注意的是，现有监管多以是否支付广告费作为判断标准，但这种做法过于形式化。笔者认为，应更新判断标准，建立实质性的引流与转化甄别原则。即主播在私域场景中进行商品展示、功能介绍并提供购买链接，无论其名义为种草还是测评，都应认定为商业广告行为。这样既堵住了以友情提示掩盖销售目的的漏洞，也为执法部门提供了明确的判断依据^[10]。

AI 数字人的法律主体地位不明确是新技术应用面临的突出问题。对此，需要构建技术使用者与技术提供者的双重责任体系。针对 AI 数字人的责任分配，可构建“三阶责任模型”：

第一阶：运营主体的严格责任。应明确 AI 数字人的运营主体为第一责任人，要求其在直播界面显著标注内容系 AI 生成，保障消费者知情权^[11]，运营者均应对直播内容的合法性承担最终责任。具体义务包括：在直播界面显著位置持续标注“本内容由 AI 生成”；对 AI 输出的宣传话术进行事前审核备案；建立实时人工干预机制，发现违规内容须在 30 秒内切断。

第二阶：技术提供方的补充责任。若虚假宣传或侵权行为源于 AI 算法本身的系统性缺陷(如训练数据中含有违法话术、模型存在诱导性输出倾向)，且技术提供方未在合理期限内修复或未提供有效的审核接口，则技术提供方应承担连带责任。可引入“安全港”抗辩：技术提供方若已通过第三方安全检测、提供内容过滤插件并配合运营者进行合规设置，可减轻或免除责任。

第三阶：归责原则的梯度适用。对于一般虚假宣传，适用过错推定原则，运营者需证明已尽到合理审核义务；对于造成消费者人身、财产重大损害的，可适用无过错责任原则，运营者不得以 AI 自主生成为由免责；对于平台深度介入 AI 直播分发的，平台应按其介入程度承担相应比例的补充责任。

平台责任的界定应当根据其介入交易的深度设定差异化标准。具体而言，可建立“平台介入深度”三级判断标准：

一级：平台仅提供群聊、朋友圈发布等基础社交功能，未主动提供交易闭环或商业推广工具。此时适用“避风港原则”，平台在收到违法通知后及时采取删除、屏蔽等措施即可免责。

二级：平台提供小程序商城、直播推流、商品展示页等经营性功能组件，但未强制使用平台支付或抽成。此时平台应承担“注意义务”，包括对经营者身份进行实名核验、对异常高频交易进行风险提示，并建立便捷的消费者投诉通道。

三级：平台主动推荐私域直播间、参与交易分润、提供担保支付或流量扶持。此时平台应认定为“实质性电商平台”，承担全面的“看门人义务”，包括对经营资质进行实质性审核、对虚假宣传进行主动巡查、对资金流进行合规监测，并承担相应的连带责任。

这种分类分级的责任体系既避免了对平台的过度苛责，又确保了平台在能力范围内承担应有的监管职责。

3.2. 税收治理层面的穿透式监控与数字化征管

资金流转隐蔽是私域乱象的经济根源。应当利用金税四期工程，通过资金流反查主体身份，解决身

份认定难题。

针对主体身份混同问题，需建立税务、银行与平台的数据共享机制。通过大数据对资金流向进行穿透分析，一旦个人账户呈现高频小额流入、定期大额汇出的商业特征，系统自动将其判定为事实经营者，强制纳入税务监管。这种穿透式身份识别机制能够有效解决主体身份认定的复杂性，防止通过形式上的身份变换逃避税收义务。

私域交易脱媒现象严重，需压实支付服务商的合规责任。要求微信支付、支付宝等机构对经营性收款账户，在提现环节校验发票开具情况，倒逼交易从隐形走向显性[12]。对年交易额超过一定标准的私域主播，应明确要求其办理工商登记并按季申报。同时税务机关可推出配套服务，如开发税收计算器小程序，实现严管与优服并重。

针对核定征收被滥用的问题，应严格限定适用条件，仅在计税依据难以确定的特殊情况下适用。刘剑文指出，当前对经营所得纳税人大量采用核定征收方式，未来应推动从核定征收向查账征收转变[13]。对头部主播严格管理，对兼职主播保持灵活性。同时应当明确核定征收的程序规则，建立回避、公告与听证、举证责任等制度，并且区分税款征收和行政处罚，对行政处罚适用更严格的要求。

3.3. 协同监管层面的技术赋能与多元共治

面对私域直播的去中心化和取证难特点，单纯依靠传统执法已经失效，必须利用监管科技并打破地域行政壁垒，激活社会监督力量。

技术层面的突破是提升监管效能的关键。针对无回放、证据易灭失的技术困境，监管部门应当部署智能化取证系统。利用 OCR 文字识别和 NLP 自然语言处理技术，对被投诉较多的社群进行全天候语义分析，自动识别包治百病、内部渠道等违规高频词[14]。一旦系统捕捉到违规线索，立即利用区块链技术对聊天记录、直播画面进行哈希上链，生成不可篡改的电子证据，有效降低执法取证成本。这种技术赋能不仅提高了监管的及时性和准确性，也为后续的执法行动提供了可靠的证据支持[15]。

跨域协作机制的建立能够有效解决属地管辖失效问题。依托国家市场监督管理总局全国网络交易监测平台，增设私域电商监管模块，实现各地执法数据共享与案件智能分派。确立以实际经营地为主的管辖原则，建立跨区域案件移送与证据互认机制，统一处罚标准，消除监管洼地。

社会监督与行业自律机制的激活是构建共治格局的重要环节。在微信等私域场景内嵌一键举报功能，允许消费者上传证据，引入吹哨人奖励机制。建立跨平台信用黑名单数据库，对失信主播进行全平台限制准入。同时，鼓励直播电商协会制定行业自律标准和评级体系，形成政府、平台、社会三元共治格局，确保私域直播产业规范发展。

4. 总结

随着社交媒体的发展和消费方式的演变，私域直播逐步成为数字经济时代的新兴业态，在激发市场活力、创造消费新体验的同时，也因其去中心化、高隐蔽性的特征给现有的法律监管体系带来了前所未有的挑战。虽然“社交 + 直播 + 电商”的组合模式并未突破传统电商的法律规制框架，但作为一种全新的交易形态，必然有其特殊性，也不可避免地给法律治理、税收征管和市场监管带来困难。

本研究通过系统分析私域直播的监管困境，从法律规制的实质穿透、税收治理的数字化征管、协同监管的技术赋能三个维度，提出了宏观调控路径。这些路径强调了实质识别优于形式判断、主动治理优于被动处罚、多元共治优于单一监管的原则。在完善私域直播治理的过程中，必须注意政府、平台、行业、消费者等多元利益的协调与平衡，防止过度监管对产业创新的阻碍。私域直播法律治理的最终目的是维护公平和法治的市场秩序，实现规范发展与产业创新的良性互动，推动数字经济的健康可持续发展。

参考文献

- [1] Tian, B., Chen, J., Zhang, J., Wang, W. and Zhang, L. (2023) Antecedents and Consequences of Streamer Trust in Livestreaming Commerce. *Behavioral Sciences*, **13**, Article 308. <https://doi.org/10.3390/bs13040308>
- [2] 央广网. 电商发展见顶了吗? [EB/OL]. https://food.cnr.cn/gstj/20260210/t20260210_527521854.shtml, 2026-02-10.
- [3] Sun, X., Pelet, J.É., Dai, S. and Ma, Y. (2023) The Effects of Trust, Perceived Risk, Innovativeness, and Deal Proneness on Consumers' Purchasing Behavior in the Livestreaming Social Commerce Context. *Sustainability*, **15**, Article 16320. <https://doi.org/10.3390/su152316320>
- [4] 薛可, 余明阳. 私域流量的生成、价值及运营[J]. 人民论坛, 2022(Z1): 114-116.
- [5] 赵哲超, 郝静. 私域流量在环境传播预警系统内的“自我呈现” [J]. 新闻与写作, 2019(11): 95-98.
- [6] 整治保健品虚假宣传 市场监管总局公布 6 起典型案例[EB/OL]. https://www.samr.gov.cn/xw/mtj/art/2025/art_2cac07971e344693b33215e612e7ba9c.html, 2025-07-23.
- [7] 中国食品安全网. 老字号“鹤年堂”涉私域直播卖“假药” [EB/OL]. <https://www.cfsn.cn/news/detail/2029/307169.html>, 2025-07-25.
- [8] 郭健, 王超. 网络直播的税收治理: 理论构建与策略选择[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2022, 44(7): 102-111.
- [9] 冯华. 直播电商产业存在的问题和治理对策[J]. 人民论坛, 2023(6): 104-106.
- [10] 丁国峰. 协同共治视角下网络直播带货法律治理体系的构建[J]. 学术论坛, 2024, 47(2): 18-31.
- [11] 熊伟. 网络直播从业人员税收监管面临的挑战及应对之策[J]. 人民论坛, 2024(18): 76-80.
- [12] 孙赛凤, 刘栓虎, 孙靖程. 网络直播税收征管的难点及建议[J]. 财政科学, 2023(9): 119-124.
- [13] 刘剑文. 公平分配导向下个人所得税的法理省思与制度优化[J]. 法学评论, 2025, 43(4): 1-12.
- [14] 柳慧敏. 直播带货领域 AI 合成主播营销策略研究[J]. 现代营销(上旬刊), 2025(1): 164-166.
- [15] 周宏伟, 匡野, 宋馨谷. 智媒时代 AI 赋能互动叙事的传播策略探析[J]. 传媒, 2024(2): 50-52.