

网络直播带货中消费者权益保护探析

高坤

新疆师范大学, 新疆维吾尔自治区乌鲁木齐市, 830017;

摘要: 随着电商行业的不断发展, 网络直播带货作为重要一环, 在促进经济增长的同时也带来了相应的隐患, 相较于传统电商销售模式, 其有着即时性高, 互动性强等特点, 然而在带货过程中, 侵权现象也时有出现, 如商品质量造假、价格欺诈、虚假宣传以及消费者维权难等问题, 侵犯了消费者的安全权, 公平交易权、知情权、求偿权等权益, 而这类现象发生的主要原因在于监管机制不足, 惩罚适用不足, 责任主体模糊, 救济途径阻塞等。因此, 有必要完善监管机制、调适惩罚方式, 明确责任主体, 健全救济途径, 以保护消费者的合法权益。

关键词: 网络直播带货; 消费者权益; 侵权保护

DOI: 10.69979/3029-2700.25.02.047

1. 网络直播带货的概述

1.1 网络直播带货的概念

根据 2025 年 1 月, CNNIC 发布的第 55 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 截至 2024 年 12 月, 网络直播用户规模达到 8.33 亿人, 占网民整体的 75.2%。

^[1]伴随直播用户规模的扩大, 直播带货行业也得到快速发展, 并聚集了各类人才的加入, 其中不乏明星以及各大企业商的参与。本文认为网络直播带货作为一种新型消费服务方式, 通过互联网直播技术实现商品展示和销售, 商家可以自主开设直播间, 向消费者展示产品, 同时也可以借助职业主播的影响力进行推介。这种营销模式不仅提高了商品的曝光率, 还能及时进行咨询答复, 增强了消费者的购物体验。直播平台的兴起, 使得导购过程更加生动直观, 消费者能够在轻松愉快的氛围中了解和购买商品。综上所述, 网络直播带货依托于互联网平台, 正逐渐成为现代商业的重要一环。

1.2 网络直播带货的特点

网络直播带货使得销售方可与消费者之间建立了直接沟通桥梁, 为消费者提供了与卖方实时互动的交易场景, 具有即时性与互动性。即时性是在直播过程中, 主播能够实时地与观众进行互动, 展示商品、解答疑问, 并引导观众进行购买决策的特性。互动性是主播与观众之间通过实时交流、互动游戏、问答环节等方式建立起来的双向沟通机制。网络直播带货创新了消费者的购物方式, 但同时也带来了隐患, 如销售方通过主播进行商品推广, 但由于信息不对称, 消费者常常无法获得真实、

客观的商品信息。这种情况下, 虚假宣传现象屡见不鲜, 消费者的权益可能受到损害。同时, 当消费者在做出购买决策时, 往往依赖主播的推荐, 但主播的宣传并不一定全面, 这就导致消费者在了解商品真相上存在偏差, 因此, 该模式也存在一定的信息不对称性和理解差异性。

^[2]

2. 网络直播带货对消费者造成侵权的表现

2.1 消费者安全权权益受损

在网络直播带货运行环节由于对主播资质和商品的审查不够严格, 许多不合格产品通过直播平台进入市场, 严重侵犯了消费者的合法权益。这不仅让消费者面临购买假冒伪劣商品的风险, 更对其安全保障权造成了威胁。消费者在享受网络购物便利的同时, 也应得到产品质量保障。为保护消费者的安全权益, 相关部门应加强对主播的资质审核, 并对所售商品进行严格把关, 确保其符合相关标准。

2.2 消费者交易权有失公平

在直播的带货环节一些主播与商品经营者通过低价促销和虚假折扣等手段, 吸引消费者的注意。然而, 这种行为实际上构成了价格欺诈, 严重损害了消费者的权益。由于价格欺诈行为本身就具有隐蔽性和复杂性的特点, 加之消费者自身认知水平有限且容易产生错误决策, 并且在实际操作中, 一些公司为了吸引消费者, 虚构商品原价, 在直播间进行低价促销和限时秒杀, 致使价格欺诈事件频繁出现。这种行为严重侵害了消费者的公平交易权利, 使消费者在购买时无法获得交易商品的

真实信息，导致一定的误判以及经济损失，是对消费者公平交易权利的一种侵害。

2.3 消费者知情权受到侵害

虽然带货主播通过实时互动以及生动地在线介绍，达到激发消费者购买欲望的效果，但部分带货主播为了追求销售业绩，过分夸大产品功效，虚假谎报商品生产加工地，严重侵害了消费者的知情权。这种行为极易导致消费者在购物过程中产生错误判断，使他们购买到不符合预期的商品，造成一定的经济损失。由此可见信息的不对称在这一过程中表现得尤为明显，消费者在缺乏真实、全面的信息下，往往难以做出理性的决策，带货主播的恶意隐瞒商品信息以及误导消费的行为，致使消费者在购物过程中知情权遭受严重侵害。

2.4 消费者求偿权难以实现

虽然在现代消费环境中，消费者的损害赔偿请求权被法律明确规定，但由于法律观念淡薄和维权意识不足，很多消费者在遭受损失后并未能有效行使自己的权利。尤其在网络直播带货的背景下，复杂的法律关系使得消费者在面对轻微损失时，往往选择沉默而非维权。带货主播作为商品推广的主要角色，在售后服务和消费者权益保障方面的责任并不明确，导致消费者在维权时感到无从下手。此外，许多消费者缺乏必要的法律知识，对求偿权的认识不足，对轻微损失的维权意愿不强。这种现象不仅影响了消费者的合法权益，也在一定程度上助长了不良商家的行为。^[3]

3. 网络直播带货中侵害消费者权益问题的原因分析

3.1 直播带货监管机制不足

网络直播带货作为一种新兴的销售模式，虽然吸引了大量消费者，但是随之而来的问题也显示出了现行法律法规对这一领域的监管不足，导致消费者权益频频受侵。首先，缺乏统一的法律标准使得直播带货的行为难以被有效规范。其次，直播前后的监管措施也不够全面，虽然有一些机构在进行事后监督，但由于缺乏实时监控，很多违规行为在直播过程中难以被及时制止。同时，执法机构的监管力度也受到一定限制，无法全面覆盖所有的直播带货活动，导致违规事件频发。且针对于直播带货的监管方面，尚未建立成熟的信用评价体系，直播带货的各方参与者并没有进行信用评级，消费者在做出购

买决定时，对商家的信用还处于盲猜状态。最后直播前、直播中及直播后的各个环节，也没有针对性的监管措施，并不能确保在每一个阶段都能落实对消费者的保护。^[4]

3.2 相关规制惩罚适用桎梏

从司法实践看，惩罚性赔偿制度的适用不足也是导致违法成本过低的重要原因，《消费者权益保护法》中的惩罚性赔偿制度旨在加强对消费者权益的保护，但在实际执行过程中却面临诸多问题。首先，法官判定标准的不一致性使得相同的违法行为在不同案件中可能受到不同程度的处罚，导致商家缺乏足够的威慑。此外，消费者在行使权益时常常出现疏漏，未能及时收集证据，使维权过程变得更加复杂。尤其是在直播带货的消费场景中，消费者在面对商家的虚假宣传时往往难以取证，进一步削弱了法律的执行力度。

3.3 直播带货的责任主体模糊

直播带货作为新兴商业模式，涉及直播平台、主播、商品销售者和直播间运营者等多方主体。不同的经营模式使得各方之间的法律关系变得复杂多变，亟需明确各方权利与义务，以保障交易的顺利进行。虽然现有的相关法律法规对直播带货进行了规定，但在实际操作中，各主体责任的界定仍存在模糊地带。部分直播带货过程中，主播未充分履行信息披露义务，导致消费者无法准确识别实际销售者，进而在权益受损时难以找到正确的责任主体。一些直播平台在审核入驻商家资质、监督直播内容等方面存在疏漏，未能有效履行平台责任，加剧了责任主体不明确的问题。

3.4 消费者维权救济路径不畅

当消费者与带货商之间的售后纠纷日益增多，协商和调解便成为两者之间的主要解决方式。虽然带货商在售后服务中承诺解决问题，但实际操作中，消费者常常面临信息不对称和维权难度大的困境。同时，消费者在跨地域纠纷中常常面临仲裁方式无法满足需求的问题。由于仲裁程序复杂、维权成本高，许多消费者在权益受到侵害时不得已选择放弃维权。此外，现有诉讼救济途径不够健全，尤其在小额诉讼方面，缺乏有效的法律支持，消费者常因繁琐的程序和高昂的成本而感到无奈，致使他们在权益维护上失去信心。

4. 网络直播带货中消费者权益保护的相关对策

4.1 强化直播带货的监管措施

首先应加快制定专门的法律法规,对现有的《中华人民共和国消费者权益保护法》、《中华人民共和国电子商务法》等法律法规进行细化和完善,使其更适应直播带货的特点,为监管提供法律依据。^[5]其次应建立联合监管机制,包含市场监管,网信、工信、文化、公安等多个部门,形成跨部门、跨地区的联合监管机制,共同打击直播带货中的违法行为,再次应利用技术手段如利用大数据和人工智能技术,对直播内容进行实时监测和分析,及时发现违规行为,同时,运用区块链技术等手段,建立直播带货行业的信用评价体系,对直播带货主体进行信用评级,公开透明地展示并及时更新信用状况,进而达到一定的监管目的。

4.2 调适相关的惩罚管理方式

市场监管、网信等部门在监管过程中若发现违法行为应及时联动司法机关。法官在审理此类案件时,应综合考虑主播和经营者的主观恶意以及消费者所遭受的损害,灵活适用惩罚性赔偿制度,以严厉打击违法商家,对于商家主观恶意并所实施的不良销售行为要加大惩罚力度。同时,消费者协会和检察院应积极开展公益诉讼,对不法经营者形成有效的威慑,促使其合法经营。此外,直播平台也需承担相应的责任,接受严格要求,实施针对性的惩戒措施,以维护良好的市场秩序。只有通过多方协作并严格管理,才能有效遏制网络直播带货中的违法犯罪行为,保障消费者的合法权益。

4.3 明确直播带货的主体责任

在直播带货活动中,各方主体如平台、主播和供应商的角色需明确定义与分类,以划清权利与义务。平台应主动承担相应的监管责任,对主播和供应商进行资质审核,并公示相关信息,以确保参与者的合法性和专业性。此外,平台还需建立信息披露机制,确保商品和服务的信息准确透明,避免消费者因信息不对称而受到误导。经营许可的审核是保证商品质量的重要环节,平台应加强对商品来源和质量的把控,维护消费者的合法权益。除此之外,加强对主播以及商品供应商的认证与审核,确保消费者能够清晰了解主播的身份,了解商品供应商的真实信息。在直播过程中,主播应明确标示自己的角色以及与销售商品或服务的关系,进一步明晰应承担的责任。

4.4 健全消费者维权救济途径

针对传统的维权途径复杂且耗时,导致消费者权益

难以得到有效保障这一情形,完善网上非诉解决机制显得尤为重要。通过建立专门的在线平台,消费者可以便捷地提交投诉和维权请求,相关部门能够迅速介入,提供调解和解决方案。此外,推行小额诉讼的电子化也将极大提升司法效率,降低消费者的维权成本。小额诉讼程序简化、费用低廉,适合解决金额较小的消费纠纷,电子化的实施将使得诉讼流程更加高效,消费者能够在更短的时间内获得裁决。综合来看,完善网上非诉解决机制与小额诉讼的电子化,不仅能够提高消费者在网络直播购物中的维权效率,还能有效节约司法资源,促进公平正义的实现,确保消费者的合法权益得到切实保护。

5. 总结

随着网络电商行业的进一步发展,网络直播带货获取巨大效益的同时,消费者的诸多权益保护问题也应受到进一步关注,不仅要关注对消费者安全权,公平交易权,知情权以及求偿权等权益的保护问题,更要明确直播带货中销售方的责任主体。因此,强化直播带货的监管措施,调适惩罚方式,明确责任主体,健全售后维权途径,对保护消费者权益、维护市场秩序是相当必要的。随着相关法律法规的进一步细化,监管方式和力度的不断完善,消费者维权方式更加科学具体,网络直播带货市场将进一步规范,消费者权益也将得到更好的保障,最终使得电商行业行稳致远。

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心. 第55次中国互联网络发展现状统计报告[EB/OL]. <http://www.cnnic.net.cn/h1wfzyj/>.
- [2] 何弘基,范思睿,郑承华. 网络直播带货中消费者的法律风险防范[J]. 上海商业,2024,(02):19-21.
- [3] 张晔. 网络直播带货平台侵权责任研究[D]. 大连海洋大学,2023.
- [4] 刘玉珍. 试论网络直播带货中的消费者权益保护[J]. 中国价格监管与反垄断,2024,(05):68-70.
- [5] 曾凡军,栗钰清,王鹏. 网络商品交易监管:弱过程耦合态与整体性协同治理[J]. 公共治理研究,2023,35(06):43-52.

作者简介:姓名:高坤(1997-),男,汉族,安徽临泉人,在读研究生,新疆师范大学政法学院,研究方向:民商法学。