

消费者权益保护实施条例7月起实施 直播带货必须说清楚“谁在带货”“带谁的货”

消费者权益保护法实施条例将于今年7月起实施。在国新办9日举行的国务院政策例行吹风会上,市场监管总局、最高人民法院、司法部、国家网信办等部门有关负责人介绍了条例有关情况。今年是消费者权益保护法实施30周年,条例作为配套行政法规,有哪些亮点,将带来哪些影响?

坚持问题导向

市场监管总局副局长柳军介绍,条例坚持问题导向、系统观念,明确要形成经营者守法、行业自律、消费者参与、政府监管和社会监督相结合的共治体系,重点在细化经营者义务、强化国家保护、完善争议解决等方面作出了一系列规定。

柳军说,如围绕保障消费者人身财产安全,规定除了一般的商品服务外,赠品也要安全,“免费不免责”。围绕真实披露信息,列举了虚假宣传的常见情形,还规定了不得虚构或者夸大治疗、保健、养生等功效诱导老年人消费,替消费者守好养老钱。围绕保护消费者安宁权,规定不得擅自发送“推销信息”,也不能擅自拨打“推销电话”。通过一系列更清晰的合规指引和更明确的法律责任,让市场更加有序、让经营更加规范,预防市场失灵、减少消费侵权。

司法部立法二局负责人郭启文说,条例聚焦当前消费者关注的痛点堵点难点问题。如细化和补充消费者权益保护法的有关规定,完善网络消费相关规定,规范预付式消

费经营活动,强化政府消费者权益保护职责,明确了消费者协会的履职要求等。

针对一些APP过度采集使用个人信息的问题,国家网信办网络法治局负责人尤雪云表示,网购时人脸识别属于个人信息过度收集。经营者不得过度收集消费者个人信息,不得采用一次概括授权、默认授权等方式,强制或者变相强制消费者同意收集、使用与经营活动无直接关系的个人信息。

破除痛点和堵点

针对预付式消费、直播带货、“一老一小”、“霸王条款”、“刷单炒信”、“大数据杀熟”、自动续费、强制搭售等消费痛点,条例作出了专门的规定。

市场监管总局执法稽查局局长况旭表示,针对直播带货的特性和突出问题,条例作出多方面规范。如直播带货必须说清楚“谁在带货”“带谁的货”,明确平台、直播间和主播“人人有责”,直播营销平台经营者应当建立健全消费者权益保护制度,严格落实身份核验和日常管理责任,明确消费争议解决机制。

预付式消费种种乱象成为放

心消费的堵点。况旭说,条例首次赋予了消费者合同解除权,经营者要退的不仅仅是预付款的余额,还要根据合同履行情况和违约情况来定。

条例对押金也作了相应的规定,不得对退还押金设置不合理条件,符合条件的要及时退还。消费者违约时,经营者扣除押金应当以实际损失为标准,而不是简单的“全有全无”。此外,条例为预付式消费设立了专门罚则,明确由各有关行政部门进行处罚。对于预收费用后卷款跑路的,还将依法列入严重违法失信名单。

“霸王条款”是消费者碰到的常见问题,如“订单不退不换”“注册视为同意”“管辖仅限本地”等不公平格式条款。

况旭表示,条例对“霸王条款”予以了重点关注,如规定经营者不得利用格式条款不合理地免除或者减轻其责任、加重消费者的责任或者限制消费者依法变更或者解除合同、选择诉讼或者仲裁解决消费争议、选择其他经营者的商品或者服务等权利。

最高人民法院民事审判第一庭庭长陈宜芳介绍,最高人民法院正



新华社发

在就网络打赏、网络直播营销、在线预定、消费者个人信息保护等问题开展调研,下一步将通过适时发布典型案例、制定司法政策等方式不断加大对消费者权益的司法保护。

完善解决机制

发生消费纠纷怎么办,这是消费者关心的现实问题。况旭说,条例完善了消费争议的解决机制。

条例要求经营者落实首问负责,体现了“谁销售谁负责”“谁服务谁负责”“谁主管谁维权”的取向。消费者有权直接找销售者、服务商,有关行政部门受理投诉后,经营者和消费者同意调解的,应当依据职责及时调解。

此外,条例还规定了投诉的受理要件、时限、委托调解、鉴定检测等程序,比如重大、复杂、涉及众多人的消费争议,可以纳入政府的抽查检验,“鉴定一次、解决一片”,这也缓解了消费者经常反映的鉴定贵、鉴定难的痛点。

况旭表示,消费者和经营者都是市场的重要参与者,双方都要秉持诚实信用原则、在法治轨道内开展民事活动。条例规定,投诉举报应当遵守法律、法规和有关规定,骗取赔偿、敲诈勒索的要承担行政责任乃至刑事责任;惩罚性赔偿、行政处罚制度要准确适用,避免“小错大赔”“小过重罚”。

据新华社

开小号连大号躲监管 换平台换马甲避封禁 问题主播“借尸还魂”该根治了

小号有七八个,每天会在小号评论区@大号,发送夜间直播预告;大号小号一起参与PK,擦边乃至色情内容小号播,即使被封也是小号被封,换个号就能继续播……

近日,记者连续观看数十场直播发现,为了躲避监管,一些主播拥有多个小号,直播时间多为晚上八点半以后,内容多是和其他账号连麦打PK,直播时间越晚内容越大胆擦边——穿着暴露的服装跳舞、“开黄腔”,直言“想看福利就给我刷礼物”。还有一些已经被平台封禁或禁言的主播,同样通过小号或者在其他平台“借尸还魂”,继续直播。

同平台养小号直播 防封大号

今年2月,记者在做直播调查时发现,一名主播在直播推荐浙江杭州某SPA馆时宣称,报他的名字,可以享受“桃色服务”优惠,加其好友后记者发现对方可能存在招嫖行为,于是向主播所在平台投诉,随后该账号被封禁。

然而记者注意到,虽然该账号被封禁,但先前在评论区和主页简介中出现的其他账号并未受到影响,并且该账号也只是其众多小号中的一个。这些小号的个性签名都写着“直播账号很多,一定要关注xx账号”,员工认证信息都是同一家公司。

据相关平台工作人员介绍,这些小号也被称为“矩阵号”。记者在调查中发现,有不少矩阵号利用多个小号发布同质化低俗内容引关注,再通过昵称、签名等形式向大号引流。即使小号因违规被处罚,对

方也会注册新号继续运营,持续向大号引流。

除了养小号防封,小号也成了部分问题主播复出的跳板。

去年7月12日,一则“400万粉丝网红发布擦边视频被封”的消息引发社会关注。平台对“陈xx妹”(粉丝406万)“陈xx妮”(粉丝383万)等22名发布擦边内容,同时在其他平台发布大量色情、低俗内容,打造不雅形象,借此不当获利的主播账号实施无限期封禁。对其不当获取的粉丝进行抹除,取消其直播带货等营权利限。

今年3月31日,记者检索发现,在同一平台已有被封主播借小号“还魂”,目前有近6万粉丝,发布的视频依旧以暴露和擦边内容为主,评论区有多条评论“求视频”“求资源”。

为何这种行为屡禁不止?北京德和衡律师事务所高级合伙人马丽红介绍,目前的技术很难精准区分一个主播多个马甲的操作,比如很

多主播采用大号引流,用一个或者多个隐藏小号从事违规行为以规避监管的方式。具体而言,就是用大号导小号,小号挂联系方式,比如直接把小号名称取为“这里领取xx”,大号发布引流的作品,在评论区@“这里领取xx”的小号。“主播还会将小号信息进行更改,与大号区分,以规避系统监管。待流量上来了,再放上单图引导添加社交账号或二维码等。”

问题主播转移阵地 继续带货

去年12月19日,记者采写的《深夜,一些直播间变成“悲惨世界”》中,提到了一个利用老人卖惨的直播间,文章一经刊发就被有关平台重视,该账号和直播间随即被封。近日,记者在另一直播平台发现,该账号又做起了直播,名字和出镜的老人都没有变。从3月4日首场直播到4月1日,该账号已经直播了15场,粉丝数近5万,商品总销量

超6万件。

今年3月1日,根据“洛阳发布”消息,国家税务总局洛阳市税务局稽查局发现网络主播马海涛、梁娜夫妻二人(网红主播“小马哥夫妇”)涉嫌偷税207万元。洛阳市税务局稽查局依据相关规定,对此二人依法追缴少缴税费、加收滞纳金并处罚款,共计317万元。

“小马哥夫妇”在某平台粉丝高达1000多万,视频多以家庭内容为主,其最新一期视频发布于2024年2月19日,已有1个多月未更新。根据平台提示,目前这一账号因违反相关法律法规和政策,已被禁言。但在另一直播平台,“小马哥夫妇”的账号依然保持更新,粉丝超过100万,最近的一条视频发布于3月26日,并且连续几天发布带货视频。

使用环节 核验身份根治乱象

去年7月,中央网信办发布相关通知,要求网站平台严格执行“一人一号、一企两号”账号注册数量规定,严禁个人或企业操纵“自媒体”账号矩阵发布传播违法和不良信息。

多位受访专家指出,从实际效果来看,这些问题依然存在,主要原因是各平台对政策执行标准不一,比如一主播在某个平台因存在违规行为被封号,在其他平台从事

类似行为却不受监管,就会产生“屡禁不止”“死而不僵”的现象,变相纵容违规主播持续发布不良信息,获取不当利益。因此,应由全行业或者监管部门牵头,建立全网全平台全账号封禁联动机制,通过技术手段实现各平台信息互联,多头封闭违规主播转战之路,根治此类乱象。

中国互联网协会法工委秘书长胡钢建议,建立一个独立的公益性机构,统一负责相关的内容管理和相应的处置。“目前网络实名制只是对注册账号时的身份进行核验,有必要把身份核验不仅限于注册账号这个环节,而且要延续到后面的使用环节,也就是账号的注册人和实际控制人要等同,相关的网络经营者可以在协议中明确规定注册的账号仅限本人使用,或者要求借出账号后有明确的提示。此外,网络经营者可以进一步利用技术优势,比如利用更加精准的AI识别技术,通过实际使用人的面部特征、声音、发布内容等,判断是否是通过小号非法引流到大号的情况。”胡钢说。

在马丽红看来,对于严重违规、屡教不改的主播,应采取有效措施将其屏蔽到互联网之外,通过实名制、真人验证等手段是能够精准定位到责任人的,可考虑建立互联网全平台信用查询系统。

据《北京晚报》