



南宁市图书馆

情况简介

南宁市图书馆（新馆）位于良庆区玉洞大道32号，毗邻五象湖公园，占地约40亩，总建筑面积36109.3平方米，外观融合了梯田、铜鼓及风雨桥等广西特色元素，呈现出高雅大方的建筑格调。馆内设计藏书量200万册，阅览座位1700个，网络节点3000个，新馆将秉承“求知、休闲、交互”的服务理念，以多样化的馆藏资源和智慧化的服务模式，建设成为一家普遍均等、惠及全民、服务高效并适应未来发展趋势的区内领先现代化图书馆。



微信公众号

热点聚焦

聚焦“整治直播乱象”

专题信息



11

南宁市图书馆主办

2024

尊敬的读者：

本产品为内部资料，属于
非卖品；所有文章均摘自公开
媒体，仅供参考。

目录

CONTENTS

热点聚焦

直播乱象该如何整治·····	2
网信部门曝光“毒视频”“开盒挂人”等涉 未成年人乱象，典型案例公布·····	9

延伸阅读

我国未成年人网络直播乱象分析与优化治理 ·····	12
电商直播发展乱象及其治理·····	19
警惕直播间成为违法犯罪的“温床”·····	26

他山之石

北京：给直播带货立规矩 促进行业健康发展 ·····	29
长沙：应对直播乱象，“线上+线下”共同治 理不可少·····	32
杭州：剑指直播乱象，杭州互联网法院发布 直播行业规范文件·····	34

主办单位：南宁市图书馆

编辑出版：南宁市图书馆信息开发
与研究部

主 编：蒋桂香

编 委：陈啸秋 闭冬红 李洁谊
赵 玮 孙焕盈 刘思良

本期责编：刘思良

地 址：南宁市良庆区玉洞大道 32 号

邮 编：530221

电 话：0771-4977139/4977293

网 址：www.nnlib.com

编者按：

2024 年 5 月腾讯、抖音、快手、B 站、小红书等平台共同发出不良价值导向内容专项治理公告，从严打击“炫富拜金”等乱象，倡导理性、文明的消费观和价值观。种种迹象表明，整治直播乱象的时候到了。移动直播作为时代变迁和技术发展的产物，这些年发展得如火如荼，但也泥沙俱下。短视频和直播中，不乏展现民族文化、弘扬社会正气，帮助纾解压力、提供情绪价值的优秀作品，也夹杂不少“辣眼睛”的低俗恶俗不良内容。

一个健康向上的社会，绝不是倡导人们追求虚无缥缈“网红梦”的社会，绝不能纵容畸形的网红文化和造富方式愈演愈烈。追求流量，要有底线；对直播乱象，须及时整治。

本期围绕“整治直播乱象”这个热点，编辑并制作本专题资料，仅供参考。

热点聚焦

直播乱象该如何整治^①

近些年，网络短视频成为大众消遣娱乐的主要方式，相关行业发展迅速带动了电商直播等新业态，但同时也滋生了各种乱象，一些主播为了吸粉引流，不惜弄虚作假、捏造事实博取关注，造成了很大的社会不良影响，甚至还触犯了法律红线。近日，四川省乐山市警方就查处了一起短视频博主通过捏造事实，传播不实内容的案件。

近期，在某短视频平台上出现了一些让很多网友揪心的“家暴”视频，包括“强盗逻辑，强抢儿女”“离婚几年的前夫回来争夺儿子抚养权”等，吸人眼球的标题再加上家庭暴力的画面，这些视频很快就吸引了大量网友关注和评论，很多人都表达了对视频中女子人身安全的担心，并呼吁相关部门要出手相助。而这个所谓的“家暴事件”也引起了四川省乐山市警方的注意。

四川省乐山市峨边彝族自治县毛坪派出所所长张文驰：2024年1月下旬的时候，峨边网安大队为我们派出所推送了一条疑似网络谣言的案件线索，该线索是一条某网络平台视频链接，链接点击进去显示是一位带着四个孩子的单身离异母亲，在我们辖区艰难生活，同时还显示的是，该妇女的前夫家属为了争夺孩子的抚养权和争夺家庭财产，多次上门威胁该名女子，做出了一些比如说殴打、故意伤害、抢夺等违法行为，很多网友在看直播的时候纷纷留言，为什么你不报警？为什么没有警察来管？许多网友对我们当地的治安形势产生了极大的质疑和担心。

为了尽快查明事实真相，乐山警方立刻展开了调查。经核实，视

^①陈周滢. 直播“扮穷”“卖惨”博主自导自演 网络虚假乱象该如何整治? . 央视新闻客户端, 2024-04-16.

频中事件的发生地点是四川省乐山市峨边彝族自治县某乡村，在分析这些视频时，民警看出了一些不太正常的细节。

四川省乐山市峨边彝族自治县毛坪派出所所长张文驰：我们第一次观看视频的时候，显示该名女子在带着孩子生活的同时，遭到了前夫以及前夫家属的多次的骚扰，里面的违法行为有殴打、抢夺、威胁要将人推下山崖杀死的行为，但是该名女子在视频当中显示出来的状态，有明显的表演痕迹，而且在这过程中还穿插很多卖货的行为，同时，结合我们近期确实没有接到过相关的报警，所以说我们高度怀疑这一系列视频是人为杜撰演绎的。

为进一步确认该账号中视频的情况是否真实发生，警方前往视频中提到的相关地点进行走访调查。

四川省乐山市峨边彝族自治县毛坪派出所教导员曾昭勇：我们观看相关视频之后，到视频发生地进行了实地走访和调查，通过对视频（所在地）周边的群众进行访问，群众说此地方根本没有发生视频中所流传的违法犯罪行为。

编撰“被前夫骚扰”剧本 通过直播来演绎

乐山警方经过走访调查发现，网络博主“一心一意柑橘”所发布的这些“家暴”情况并不存在，而视频中的“单身母亲被前夫骚扰”事件很有可能是故意编造的虚假内容。那么这些视频是谁拍摄的呢？真实情况又是怎样的呢？

乐山警方通过调查确认，在短视频平台发布被“前夫骚扰”内容的博主是当地居民伍某某，而她也正是视频中的主角，民警随即对伍某某进行了传唤调查。

四川省乐山市峨边彝族自治县毛坪派出所所长张文驰：发现伍某某平时所展现出来的状态和视频完全不符，视频中她衣着褴褛、生活困难，但是在生活中却开着自己的私家车，衣着相对时髦，并不像其所展示的生活艰难困苦的模样。

四川省乐山市峨边彝族自治县毛坪派出所民警刘奉杰：伍某某是已婚状态，她老公在外省打工，这与她直播内容中所展现出的前夫带着小三回来与她争夺抚养权并威胁她的行为不符，并且她也承认在直播期间，并未受到任何的殴打和威胁的行为，这更充分地说明了其直播内容是编造的。

据伍某某向警方供述，她为了改善家里的生活条件，然后伙同她的妹妹和朋友编撰“被前夫骚扰”的剧本，通过直播的形式进行演绎，目的就是博取网友的同情，从而获取关注和流量。

警方调查发现，伍某某从2023年10月开始，几乎每天都有相关内容的直播，而且每场直播的观看人数都能够达到数万人，这些虚构的内容不仅吸引了大量不明真相网友的关注，很多人出于同情购买了伍某某在直播间里推荐的产品。

针对伍某某等人故意编造传播虚假信息，扰乱社会秩序等情况，乐山警方依据《中华人民共和国治安管理处罚法》相关规定，依法对拍摄视频的伍某某等三人予以行政处罚。

“卖惨带货”背后形成完整获利运作模式

“身世悲惨”的女孩坚强生活，“动人故事”的背后却是虚构好的剧本；打着“助农”旗号售卖的“原生态农产品”，实际上是从批发市场低价采购的。记者调查发现，在一系列“网红”直播卖惨、虚假助农等违法行为的背后，已经形成一套完整的获利运作模式，其中除了像前面伍某某这样单打独斗的博主之外，一些MCN机构成为背后的主谋，他们批量打造“卖惨”网红吸粉引流，通过直播带货来获利。

视频中的这位博主叫“凉山孟阳”，在她发布的500多条视频中，让粉丝印象最深的就是她的家境贫寒，兄弟姐妹多人挤在破旧的土坯房里生活，不是上山砍柴就是下地干农活。据四川凉山警方介绍，凭借着贫寒困苦的人设，“凉山孟阳”在某短视频平台吸引了一大批粉丝，走红后的“凉山孟阳”开始直播售卖所谓“大凉山特色农产品”，

但是因为产品与产地不符，以及产品质量等问题不断被消费者投诉，这些情况引起了当地主管部门的注意。

凉山州公安局网络安全保卫支队副支队长 袁增平：我们在农业农村和林草部门调查发现，雪燕主要产自云南和缅甸，红花主要产自伊朗，凉山并不是产地，然而孟阳在直播的过程中却说这些商品都是大凉山特色农产品。

2023 年 5 月，针对“凉山孟阳”等网红打着“助农”“原生态产品”等旗号，实际售卖的却并非本地农产品的虚假行为，凉山市场监管部门对此展开调查，后期发现“凉山孟阳”涉嫌虚假宣传等违法行为，案件被移送公安机关进一步侦办。

接到线索后，凉山警方迅速成立专案组进行调查，民警发现“凉山孟阳”存在虚假宣传等违法行为，而且涉案金额很大。专案组民警进一步调查发现，2021 年 3 月，“凉山孟阳”签约成为成都某传媒有限公司旗下网络主播，在公司老板唐某的包装和指使下，“凉山孟阳”开始以“身世贫寒”的人设在直播间中售卖所谓“大凉山特色农产品”。

四川省凉山州昭觉县公安局法制大队教导员王虎：在我们案件侦办过程中发现，以唐某为首的犯罪团伙低价从云南、成都采购雪燕红花等大凉山并不出产的商品。雪燕采购单价是 35 元每公斤，销售时卖的是 200 元以上，像红花采购时是 5500 元左右，对外销售是 16500 元左右。

2023 年 6 月 12 日，在掌握确凿证据后，凉山警方依法对“凉山孟阳”等人采取了刑事强制措施。

以“大山孤苦女孩”虚假人设获百万粉丝

据凉山警方介绍，网红“凉山孟阳”本名叫阿西某某，在网络走红初期，她曾靠“卖惨”打造悲情人设，以“父母双亡、艰难拼搏”的虚构剧情博取了大量网友同情，她在某短视频平台一度拥有近 400

万粉丝。那么“凉山孟阳”的实际生活状况到底怎么样呢？

警方在调查中发现，“凉山孟阳”不止一次在直播间哭诉自己父母双亡，自己只能辍学在家照顾弟弟妹妹的“悲惨身世”，引得无数网友为之动容。

凉山州昭觉县公安局网络安全保卫大队大队长苏杰：“凉山孟阳”在短视频和直播中呈现出来的生活状态，早就引起了昭觉公安的高度关注，我们在走访调查中发现，早年她家就享受了政府部门提供的各项惠民政策，生活条件已经得到了巨大改善。

凭借“大山孤苦女孩”形象，“凉山孟阳”一时感动了众多网友，迅速走红并吸引了大量粉丝，然而民警走访调查后发现，“凉山孟阳”在网上的所有身世都是虚假捏造的。

凉山州昭觉县比尔镇吉曲村村支部书记阿西罗一：在我们村里（主要）经济来源靠养殖和种植，孟阳她们家条件还算可以的，有一百多只羊，还有五六匹马、几头牛、猪、鸡什么都有。她爸爸妈妈很健康，每天都干活，放羊。

针对“凉山孟阳”在网络上进行虚假宣传等违法违规行为，四川省凉山州相关主管部门曾多次对她进行约谈，要求其停止违法违规行为，但是她并未听劝阻，依旧我行我素。

凉山州昭觉县公安局网络安全保卫大队大队长苏杰：“凉山孟阳”在短视频中居住的小屋，实际是村里一处早已废弃的农舍，每次直播的时候，孟阳都会穿上破旧的衣服，然后刻意将自己打扮得蓬头垢面，主要是让网友相信她的生活负担很重。

凉山州公安局网络安全保卫支队副支队长袁增平：在直播中她经常说的话就是，你们不要给我刷礼物，你们用给我刷礼物的钱买产品，相当于支持了我们这边很多的叔叔阿姨。

因虚假广告罪 “凉山孟阳”等人被判刑

随着凉山警方的深入侦查，一条从前端打造“悲惨”人设、孵化

网红，到中端编撰内容、拍摄虚假剧情、电商运营，再到后端农产品供应，进而流量变现的制假售假灰色产业链浮出水面。近日，四川省凉山州昭觉县人民法院对“凉山孟阳”“凉山阿泽”案一审宣判，8人因虚假广告罪被判处9个月至1年2个月不等的有期徒刑。

据警方调查，自2021年以来，成都某文化传媒有限公司负责人唐某等人，通过编撰剧本、虚假摆拍等方式，在短视频平台分别打造了拥有380多万粉丝的“凉山孟阳”和50万粉丝的“凉山阿泽”。

凉山州昭觉县公安局食药环侦大队教导员罗乾飞：唐某和李某平时除了公司的日常运营以外，还在成都各地寻找山货样品，找好了以后再由李某和公司的运营人员郭某将山货带到凉山，在凉山物色当地形象比较淳朴的老乡，然后以30到100元不等的价格雇用这些老乡当演员，主要的做法是将这些山货样品交给老乡后，由网红开启直播，假装到老乡家里去收购山货，在此过程中开启直播带货，有粉丝质疑山货的真实性，他们还会雇用网络水军来引导消费者，而粉丝买到的所谓山货全部是从成都发的货。

凉山警方调查发现，从2021年3月以来，该团伙从成都、昆明等地低价购入雪燕、红花、贝母、羊肚菌等农产品，然后打着“凉山土特产”“助农”“原生态”等旗号，通过网络直播欺骗消费者进行购买。

近期，四川省凉山州昭觉县人民法院对“凉山孟阳”“凉山阿泽”案一审宣判，一共有8人因虚假广告罪被判刑。其中，公司负责人唐某被判刑1年2个月，处罚金10万元；网红阿西某某（网名：凉山孟阳）被判刑11个月，处罚金8万元；网红阿的某某（网名：凉山阿泽）被判刑9个月，处罚金4万元。

2023年凉山处置违规账号457个

据悉，2023年四川省凉山州开展“从严整治自媒体乱象专项行动”以来，共处置违规账号457个，其中处置涉“虚假助农”账号

75 个，永久关闭“凉山孟阳”“赵灵儿”“曲布”等账号 15 个，其中粉丝量 200 万以上的账号 5 个。

完善行业规范 加强平台监管力度

据第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2023 年 12 月，我国短视频用户规模达 10.53 亿人，占网民整体的 96.4%，如今短视频已成为人们日常生活的重要组成部分，越来越多的人通过观看短视频来获取信息、娱乐以及购物等。在短视频及直播带货日益火爆的今天，如何杜绝短视频造假、直播卖惨等违法违规行为，维护网络空间的清朗和消费者的权益，已经成为一个亟待解决的问题。

记者调查发现，今年 1 月，一女子挺孕肚在重庆某公园内征婚的短视频被揭穿，看似“真实讲述”其实是博主自导自演，另外还有“养母强迫相亲”“给住院婆婆吃泡面”等都属于此类视频。随着短视频造假、直播卖惨等乱象的频繁发生，使得虚假信息和欺诈行为在网上大量传播，严重危害了网络生态。

中国社会科学院大学互联网法治研究中心执行主任刘晓春：人们去看短视频的时候，的确是一个碎片化时间的消费，这个过程当中以卖惨为代表的一类情绪化的（短视频），可能很容易调动观众的情绪。

专家认为，“造假卖惨”等网络乱象之所以被大量“复制”和传播，背后的主要原因是流量变现的驱使，另外“造假卖惨”可复制难度不大，而且相关行为的违规、违法成本低，一些人不惜屡禁屡犯。

针对这些乱象，中央网信办今年将开展“清朗·网络直播领域虚假和低俗乱象整治”专项行动，其中通过摆拍场景等方式，制作“扮穷”“卖惨”内容博眼球是重点整治的突出问题之一。

专家建议，相关主管部门在加大打击力度的同时，网络平台也应当履行起信息内容管理主体责任，对网络信息采取生态管理、实时巡查等措施。

中国社会科学院大学互联网法治研究中心执行主任刘晓春：对平

台来说是要去建立相应的整体的治理机制，比如说要去畅通投诉的渠道。尤其是对于一些流量比较大的，影响比较坏的一些应该高度重视。从消费者从用户的角度来说，如果大家发现有存在疑问的地方，应该积极进行举报，去维护整个生态的健康。

专家认为，“造假卖惨”不仅仅是互联网上的闹剧，它本质上是一种虚假宣传、欺诈违法行为，相关从业者不要去试探法律和大众的底线。另外，无论是相关主管部门、互联网平台，还是短视频制作者、发布者等，都应当承担起相应的社会责任，还公众一个清朗的网络空间。

网信部门曝光“毒视频”“开盒挂人”等涉未成年人乱象，典型案例公布^①

7月中旬以来，网信部门深入开展“清朗·2024年暑期未成年人网络环境整治”专项行动，全面覆盖直播、短视频、社交、电商等重点环节，集中力量整治危害未成年人身心健康的突出问题。专项行动期间，累计清理拦截涉未成年人违法不良信息430万余条，处置账号13万余个，关闭下架网站平台2000余个，有力维护未成年人合法权益。现将部分典型案例通报如下：

从严处置各类危害未成年人身心健康的“毒视频”。专项行动以涉未成年人主题、未成年人出境内容为重点，深入整治各类传播不良导向、诱导危险行为的直播和短视频内容。巡查发现，部分短视频将血腥暴力元素强加于经典动画，恶意发布“小马宝莉毁童年血腥版”、“发疯老奶奶偷袭佩奇”等内容。使用低俗粗俗语言篡改儿歌，传递不良价值观。摆拍未成年人吃橡皮泥、厕所抽烟、校园约架等剧情，将儿童包装成所谓“性感辣妹”进行无底线营销。一些直播间让未成

^① “清朗·2024年暑假未成年人网络环境整治”专项活动曝光典型处置案例。“网信中国”微信公众号，2024-10-09。

年人暖场助力，采取现场打招呼、视频连线、声音旁白等形式，诱导直接或变相出境。网信部门指导重点平台完善涉未成年人内容审核标准，将管理要求以治理公告、站内信等形式触达网络主播，从严处置 2.1 万余个相关违规账号，关停直播 3.2 万余场。

集中整治针对未成年人的“开盒挂人”乱象。密切关注涉未成年人网暴风险，深入排查“校园墙”、“留言板”等环节“开盒挂人”问题。发现部分超话、贴吧等接受匿名投稿，发布针对未成年人的攻击谩骂言论，曝光未成年人姓名、学校、网络账号等隐私信息。有商家提供有偿代骂服务，部分用户传播“开盒挂人”短视频教程。一些用户组织恶意举报，通过批量举报的方式，实施侵扰、煽动对立。北京、河南、贵州等地网信部门深入核查问题线索，解散关闭 1500 余个提供挂人服务的话题、超话、贴吧，对存在突出问题的平台予以从重处罚，相关违法线索已转公安机关。

严厉打击隔空猥亵等网上恶性违法犯罪行为。专项行动期间发现，一些不法分子在短视频平台借“举牌”拍摄、贩卖淫秽色情制品；通过“一对一”私聊方式，假借“同龄人”身份与未成年人用户频繁互动，诱骗拍摄私密照片，实施隔空猥亵。天津、广东等地网信部门及时核查网民举报线索，督促平台加大评论区引流信息管理力度，链条式打击隔空猥亵、性引诱等问题，累计关闭相关违规群组 1000 余个，配合公安机关查办案件 70 余起。

深入整治网上涉未成年人违规售卖问题。上海、江苏、浙江等地网信部门督促属地电商平台，深入摸排打击售卖涉未成年人违规商品问题。部分店铺提供动漫抱枕定制服务，在咨询环节发送色情图库链接。以售卖 U 盘、硬盘名义，变相传播封建迷信信息。教具类商品的评论环节存在谩骂信息，煽动亲子或师生对立。一些主播分享破解防沉迷系统方法，提供有偿“共号”服务，诱导未成年人沉迷网络。专项行动期间，重点网站平台累计下架相关违规商品 4.2 万余个，对

1400 余个店铺采取关闭、扣除违约金等处置措施。

排查下架一批涉未成年人违规应用。专项行动期间，应用商店落实上架审核、日常管理、应急处置等管理责任，对面向未成年人提供服务的应用程序强化内容和功能安全审核。排查发现，“**乐园”等 APP 仿冒未成年人常用 APP 传播违法和不良信息；“乐趣**”等学习类 APP，在通过上架审核后，恶意变脸为游戏 APP；“开心花园**”、“**倾诉”等 APP 年龄标注均低于 18 周岁，但存在不良交友、隐私政策链接跳转至涉黄网站等问题。专项行动期间，重点应用商店累计排查下架 900 余个违规 APP，对 1000 余个 APP 采取上架审核不通过措施，对部分涉严重问题的 APP 开发者，依约采取封禁账号、冻结账号下所有应用等措施。

网信部门将持续深化专项行动治理成效，督促网站平台切实履行未成年人网络保护主体责任，对问题突出、整改不力的平台和账号，将依法从严采取处置处罚措施。同时，欢迎广大网民积极参与监督举报，共同为未成年人营造健康安全的网络环境。

延伸阅读

我国未成年人网络直播乱象分析与优化治理^①

0 引言

网络直播是一种通过互联网在线实时传输音频和视频的交互式新兴社交媒介。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示：截至 2023 年 6 月，我国网络直播用户规模达 7.65 亿人，较 2022 年 12 月增长 1474 万人，占网民整体的 71.0%，超过网络游戏、网络文学占比，成为仅次于短视频的第二大类网络娱乐类应用。同时，随着触网低龄化趋势加剧，越来越多的未成年人接触、参与网络直播领域。

在满足未成年人社交互动和求知学习等多元需求的同时，网络直播领域涉未成年群体乱象频发，未成年主播行为不端和侵害未成年人权益的事件时有发生，治理未成年人网络直播乱象对于保护未成年人健康成长有重大意义。为了营造有利于未成年人身心健康的网络环境，保障未成年人的合法权益，我国政府高度重视，于 2023 年 10 月 16 日颁布了《未成年人网络保护条例》（以下简称《条例》）。《条例》的颁布在为未成年人网络直播乱象治理提供法律依据的同时，也提供了强有力的政策保障。

1 未成年人网络直播行业乱象表征

《中国未成年人互联网运用报告（2022）》指出，当前未成年人上网普及率已近饱和，观看视频（包括直播）是未成年人最主要的网络使用。但与此同时，网络直播给未成年群体带来的负面影响不容小觑，主要表现在 4 个方面。

^①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 (01): 1-5.

1.1 未成年人沦为直播“工具人”

以未成年人直播为特色、噱头进行引流与营销的平台和商家不在少数，使未成年人主播具有了明显的工具属性。儿童直播卖惨审丑、奢靡享乐等现象屡见不鲜，给触网未成年人价值观造成巨大冲击；许多未成年主播的心理被扭曲，沉溺于直播间打造的虚拟娱乐世界；未成年人独立与直播平台、MCN 等机构签订经纪合同，面临天价违约金的情况时有发生；直播中对未成年人实施性犯罪、变相虐待犯罪等性质恶劣违法犯罪行为屡禁不绝，甚至有发展为黑色产业链的趋势。

1.2 未成年人直播打赏纠纷频发

未成年人心身发育尚不成熟，在直播间狂热氛围和主播鼓动的影响下，更易做出非理性消费的多次打赏、巨额打赏行为。一般来说，未满 16 周岁以及已满 16 周岁不满 18 周岁没有自己劳动收入作为主要生活来源的未成年人，并不具备完全的民事责任能力，在法定代理人拒绝追认时，直播打赏的民事法律行为无效。但是，由于实践中缺乏专门的指导性规制和证据认定流程，加之许多网络平台本身就游走在违法犯罪的边缘，返还打赏钱款困难，由此引发的退款纠纷不在少数，有的还会引起诉讼甚至因此导致极端事件发生，严重地影响了网络空间秩序的有序和社会稳定。

1.3 网络直播情色内容泛滥

据 2022 年 2 月中国互联网络信息中心发布的《中国互联网络发展状况统计报告》显示，目前我国未成年网民已达 1.83 亿，未成年人互联网普及率为 94.9%，远高于成年群体的互联网普及率，我国未成年人首次“触网”低龄化趋势明显。在此趋势下，直播领域的情色内容会对未成年群体产生一定的负面影响。未成年人受情色内容的侵害形式包括以未成年人作为载体进行情色内容制作传播和有意无意地向未成年人出售淫秽黄色信息的行为。网络色情内容在一定程度上会激起未成年人的网络模仿行为，据北京少年犯管教所调查显示，未

成年犯人实施性犯罪的年龄大多在 14-17 岁，此前他们大都接触过网络色情内容。

1.4 直播加剧网络泛娱乐化氛围

戈夫曼的“拟剧理论”认为，人们会运用符号预先设计或展示在他人面前的形象，在直播中尤其是如此。网络直播消解了原有的话语表达体系，在虚拟空间营造了集体狂欢的氛围，提高了碎片化、浅层次的人际交往，满足了情感宣泄的需要，但容易引发价值观偏失等问题。

“未成年宝妈”直播会对未成年人人生观教育起到不良示范作用；在“药娘”群体示范下，未成年人易产生不正确的两性认知障碍；更有未成年主播街头直播违法犯罪实况，以此吹嘘炫耀，获得关注。受娱乐化直播网络文化影响，部分未成年人在现实生活中的思想和行为出现畸形化趋势。功利化价值观和直播网红热潮，让未成年人重享乐、轻奋斗的观念加重。同时，未成年人网络直播违法犯罪甚至以年龄作为保护伞而恣意妄为的情况，严重地误导了未成年人的法治观念，使得部分未成年人在各种因素的促动下走上违法犯罪道路。

2 直播涉未成年人乱象原因分析

2.1 网络直播领域立法滞后

直播行业作为网络空间一种新业态，给传统的法律规制带来了挑战。近年来，我国高度重视涉未成年人网络直播保护工作，对《中华人民共和国未成年人保护法》《中华人民共和国预防未成年人犯罪法》进行了修订，并于 2023 年 10 月 16 日颁布了《未成年人网络保护条例》，加强了未成年人的网络保护。但在此前，相应的法律规范多为概括性的保护条款，具体可操作的内容较为模糊，无法达到解决实际问题的明确性要求。部分法律在适用层面尚未得到落实，追责实践上对未成年人保护的从严原则并未充分体现，加之我国现行法律还存在法律抽象、部分罪名法条缺失、对黑色利益链主体处罚过低等问题，使得直播领域侵害未成年人权益的行为屡禁不绝。

此外，在正式颁布《未成年人网络保护条例》前，许多相关部门也曾制定相应的规范和意见并开展网络乱象治理专项行动。但是，从实践来看，各部门的重点内容时有重复，且缺乏统一的管理和标准，相对较为混乱。当前，立法层级较低、内容碎片化、多头管理混乱的规制现状，阻碍了网络空间内直播领域的法治化进程，使现有法律规制与网络直播领域高速扩张发展的张力无法弥合。拉兹提出的“有效权威是得到维护和服从”观点，在直播领域能否规范地强制性落实是国家权威和治理能力的一种体现，而未成年人直播领域的保护，则是网络安全治理的重点。

2.2 平台责任意识不足，监管缺位

直播平台作为运营商，在直播治理中扮演者不可替代的作用。抖音、快手等直播平台陆续推出了“未成年模式”、《用户协议》《未成年人使用及付费限制条款通知》等，对未成年用户使用、充值以及售后服务做出了保护性规定。但是，许多措施仅停留在建议和提醒层面，在未成年用户拒绝开启“未成年模式”，并对上述提醒视若无睹的情况下，上述措施形同虚设。网络的开放性使未成年人接触的内容和成年人并无二致，其潜在风险不言而喻。同时，许多直播平台提供个性化推荐以增加用户黏性，意味着未成年人接触不良内容的概率和重复性大幅增加，对未成年人的连续性负面影响持续增强。根据中国网络视听节目服务协会的调研显示，

2019 年我国网络直播平台主要分为三大梯队，小众直播平台占据直播市场份额半壁江山，具有运营成本低、隐蔽性强、“死灰复燃”的特点，往往游走在“直播灰色地带”，给网络治理带来了不小的挑战。

2.3 网络直播行业存在监管难点

从信息传播学来说，网络直播属于UGC传播模式（UserGeneratedContent），主播自主进行表演，通过视讯方式实时传输发布，由不特定群体进行观看的新型传播形态。实时化、去中心

化的特点加强了网络空间内的互动性，网络直播突破了时间和空间的维度限制，脱域式信息传播增大了预判和拦截的困难。作为一种时空在线的社会交往过程，对数量庞大的在线直播群体进行有效的监管并非是一件易事。以公安机关对于涉未成年直播的监管为例，网警在巡查过程中很难对未成年主播年龄进行确切认定，在大部分情况下，只有对涉严重违法犯罪行为的直播平台进行调查或开展网络安全专项行动时，公安机关才会对其中涉未成年直播案件予以查处和重视，具有典型的被动性和连带性。

2.4 我国未成年人网络媒介素养低

《中国未成年人互联网运用报告（2022）》指出，现阶段我国未成年人对于互联网运用的网络安全意识和认知利用能力、自控能力等存在忽视和欠缺，需进一步加强。我国未成年人网络媒介素养不足暴露了家教的教育短板。缺乏父母监督教育、过度溺爱、隔代教育的未成年人更易受到网络直播行业中的消极影响。此外，在互联网运用过程中，存在“数字反哺”现象，家长对未成年人正确运用互联网的指导有限。家长自身素质的缺陷、家校对未成年人使用网络教育的忽视、网络空间环境复杂等诸多因素杂糅，为未成年人接触和正确利用网络直播埋下了定时炸弹。

3 网络直播未成年保护路径

3.1 完善涉未成年人直播领域立法

未成年群体客观存在的理性限制是法律父爱主义在直播领域应用的基础，针对未成年人在网络直播行业领域各类违法犯罪情况，国外出台了一系列与未成年人有关的网络直播监管法律规范。例如，日本的《保证青少年安全安心上网环境整顿法》、法国的《在线平台儿童影像商业开发管理法案》、美国的《儿童在线隐私保护法》和《气泡法》等。我国应当根据社会现状，酌情借鉴其他国家的治理经验，不断完善法律。例如，增设有关未成年人权益具体化条文规定，加强

对未成年人自身意愿权力的尊重；细化网络直播领域的具体罪名，将网络空间中侵犯未成年人权益的行为明确划归为法定加重情节；加大对黑色利益链和相关部门的追责惩处力度等。

在打赏纠纷诉讼中，建议采用举证责任倒置的司法规定，未成年人及法定代理人只需对权益受到损害提供证明，平台则对其尽到合理审查义务和打赏行为合法有效承担证明责任。此举可以有效地解决未成年人及其监护人因举证困难陷入被动的难题，同时实施硬法规范与软法自治结合，这在某种程度上可与多部门对直播行业的规范治理形成共识和呼应。

可喜的是，我国于 2023 年 10 月 16 日正式颁布《未成年人网络保护条例》，从总体原则、网络素养促进、网络信息内容规范、个人网络信息保护、网络沉迷防治、法律责任 7 个维度对于净化未成年人网络使用环境做出了详尽规定。其中，第 44 条和第 45 条的规定更是为“打赏纠纷”“直播工具化现象”“造成未成年人价值观扭曲”等网络直播乱象的治理，提供了强有力的规范支撑和政策保障。

3.2 构建网络联合治理机制

网络直播及其衍生产品作为文化产品在包括未成年人在内的人群中广泛传播，具备了准公共产品的属性。根据文森特·奥斯特洛姆的多中心治理理论，泛传播时代的传播伦理责任应从规范传播者的责任一元论向规范传播者、媒介和受众的传播责任多元论转变。网络空间治理过程中，建立以党委政府领导为核心，法治为保障平台自律为基础，用户参治为重点，家校监管为依托的网络直播多元治理体系可以有效提升对于网络直播业态的治理能力，最大程度保护未成年人不受侵害。以上海为例，针对未成年人涉网络犯罪呈现的新问题，徐汇区检察院与公安机关联合指导辖区内多家互联网平台成立“反网络黑灰产业联盟”，政企联动多方配合整治直播行业乱象，取得了良好成效，为网络空间安全联合治理提供了可借鉴的范本。

同样，在新颁布的《未成年人网络保护条例》中，第1章第3条对未成年人网络保护工作的主体做出了详尽而全面的规定，这对于明确治理主体及其职责范围，形成未成年人网络保护治理合力具有极其重要的意义。

3.3 引导自律意识，完善平台治理

网络平台治理即平台经营者利用自身数据优势和管理权限，通过制定市场规则和公共运营政策对直播的各种问题进行规定和管理。

首先，提高直播平台准入门槛。直播平台应当凭借完备的许可资质开通经营权限，在成立之初就与有关部门签署有关未成年人保护承诺书，在出现未起到资格审查和监督责任而出现侵犯未成年人权益的行为时，平台应承担连带责任，接受处罚。

其次，直播平台应当建立补足行业规范。平台应当改良未成年人模式，为未成年人提供健康多样的直播内容资源；整顿平台风气，及时清除直播中出现的不良信息；设置行业黑名单，严禁失德失范主播再次开播。

最后，积极落实实名制注册制度，对未成年人在线时长和打赏行为进行严格审查，设置人脸识别认证功能等，在一定限度上，可以有效地规避网络直播给未成年群体带来的风险。

3.4 积极引导网络正向文化输出

网络直播领域是意识形态的重要战场，考虑到用户基数，输出的文化产品对于未成年人群体的影响力不容小觑，整治网络直播行业乱象风险与机遇并存。

伊莱休·卡茨在“使用与满足”基本假设中提到，个体和群体的社会及心理属性决定了群体使用大众媒体的方式。换言之，社会价值观对于网络直播应用起着导向作用。专业领域直播如学术直播、社科讲堂以及体育赛事直播等，有利于未成年人获取丰富信息、提升社会参与度。数字化用户线上迁徙趋向明显，直播必会成为“互联网+教

育”模式下最新的网络教育模式。网络直播作为一种文化载体，应当具有“育人”“化人”的职责担当。未来，在直播中增强差异化视角的文化理念立体性传播，提升“互联网原住民”这一群体的网络媒介素养，满足未成年受众群体的精神文化需求，帮助未成年人树立正确价值观，积极引导网络直播行业正向发展，是未来直播行业发展的方向之一。

在最新颁布的《未成年人网络保护条例》中，第2章和第3章关于网络素养促进、网络信息内容规范的相应规定，则从制度层面明确了未成年人网络领域传播正向文化的要求，对于网络直播领域规范内容传播提供了有力支持。

4 结束语

网络直播行业迅速发展，治理涉未成年人网络直播乱象，保护未成年群体权益，营造清朗网络环境，促进网络直播正能量文化输出，具有重大的现实意义。

电商直播发展乱象及其治理^①

随着移动互联网、智能终端的发展与普及，网络直播凭借其实时性、互动性高和准入门槛低等优势得以迅速发展，已经深度融入到广大人民群众的日常生活的，使得网络直播用户呈现爆发式增长。网络直播根据自身特性为电子商务行业赋能，通过“直播+电商”模式，催生了电商直播这一新兴业态。电商直播的出现，改变了传统电商的销售模式，为直播行业带来了新的变现模式，成为了互联网行业的新风口。各种电商平台以及直播短视频平台也纷纷踏足电商直播领域，开通电商直播板块。截至2022年12月，我国电商直播用户规模为5.15亿，较2021年12月增长5105万，占网民整体的48.2%，用户渗透

^①徐振祥，吴文涛. 电商直播发展乱象及其治理 [J]. 新闻传播，2024，（09）：54-56.

率持续提升。

电商直播营造了一种新的消费场景，网络主播通过直观化、实时化、形象化的产品呈现，为用户营造沉浸式以及高互动性的购物体验，激起消费者的购买意愿，这使得电商直播这一销售模式得以迅速发展。电商市场的繁荣使得电商直播逐渐向着专业化、产业化的方向发展，这极大地改变了人们的消费习惯，促进了消费升级，为传统实体行业的线上转型提供了新的思路。然而电商直播蓬勃发展的过程中，也存在着种种乱象亟待整治。本文将探讨电商直播发展现状以及对发展过程中存在的问题，提出针对性的对策，助力推动电商直播良性发展。

一、电商直播发展特点

（一）网民消费行为的延展

电商直播的兴起改变了网络的消费行为，传统的网民进行网络消费是基于“使用与满足理论”中对于购买产品的需求来接触媒介，搜索并选择商品，从而产生购买行为满足其需求的过程。随着电商直播的兴起，使得以往的搜索型消费开始向推荐型消费转变，形成网络主播通过直播向粉丝群体进行推荐、介绍商品，从而促使用户产生购买行为的新型售卖模式。随着电商直播的更进一步发展，经营者可以通过人工智能、大数据等技术，更精准地识别用户的潜在需求，精准向用户推销商品，减少用户的选择困难，为用户提供更具针对性更加个性化的服务。这极大增强了受众使用媒介的满意度，也为消费者带来全新的购物体验，增强了消费者的购买意愿，延展了以往的单一网络消费模式，为网民带来了更多的消费选择。

（二）电商直播促进消费带动经济发展

电商直播通过移动智能设备与用户实时直播互动，主播实时解答用户的问题，增进用户与主播之间的情感联络。同时直播间为用户展示在线观看人数，区别于传统购物下民众独立做出购买决策，网络直

播的实时性、共在性等特性为观看直播的用户提供了强烈的社会临场感的消费环境。在网络直播间这个特殊的场域内，消费者通常会因主播的大力推荐、商品的促销活动以及受从众心理的影响，从而产生购买行为。随着电商直播的发展愈加成熟，消费者基于在直播间购买商品售后服务的提高以及产品的保障，也会增加消费者的购买意愿。电商直播的高速发展使得更多的商品可以触达更多的消费者，这大大拓宽了产品的销售渠道，打破了以往的地域限制，扩大了消费市场，推动了实体经济从单一的线下发展向线下线上相结合发展的新态势，对经济发展起到了极大的促进作用。

（三）作为意见领袖的网络主播

在传播学中，活跃在人际传播网络中，经常为他人提供信息、观点或建议并对他人施加个人影响的人物，称为“意见领袖”。意见领袖作为媒介信息和影响起中介和过滤作用，对大众传播效果产生着重要的影响。网络带货主播正是以“意见领袖”的身份存在于互联网直播平台。带货主播通常拥有较好的审美以及较高的产品选择能力，观众对主播也有很高的信任感，主播的专业知识以及购买意见可以对消费者产生深刻的印象，从而影响到消费者的购买决策。同时，网络主播还会与各品牌方进行品牌合作，通过直播间宣传和销售产品。这为品牌方的产品带来更多的曝光量以及认知度，使得新产品更快地进入大众视野从而占领市场，提高品牌知名度，为品牌的推广以及销售产生积极作用。

二、电商直播存在乱象

（一）直播行业准入门槛低、主播专业性缺失

随着传播技术的不断进步，网络直播的准入门槛降低，出现了“全民直播”的景象，然而大多数网络主播没有受过专业的培训，并不具备必要的网络媒介素养，社会责任意识淡薄。直播带货行业的兴起与其准入门槛低有着必然的联系，直播带货的低门槛使得其他行业的人

可以参与其中，从事直播带货业务。相较于传统的销售行业，电商直播不需要大量的资金投入，仅需要联系商品供应链以及移动设备就可以加入到电商直播业务中来。同时直播行业也没有专门的主播岗前培训以及成熟的主播行为规范，这使得电商直播从业者大多没有受过专业的培训，缺乏专业的直播技能。为了追求销售额，得到高额的销售佣金和提成，电商主播夸大、虚假宣传产品的功效与价值，甚至故意误导欺骗消费者，为达到销售目的不择手段。这样任其发展下去，无法提高电商直播行业的水平，不仅损害了消费者的利益和电商直播行业声誉，还威胁了电商直播行业的长期健康稳定发展。

（二）消费主义陷阱助长用户虚假需求

研究消费的社会学家指出，消费的快感不在于使用商品，而是对购买商品的期待。这种对于商品的期待，在电商行业中尤为明显。电商直播从主播推荐商品到消费者下单，再到等待商品的过程，最后商品送达用户手中这一系列流程都充斥着消费主义的影子。在电商直播中，带货主播通过夸张话语表达，将原本潜伏的消费意识形态挪到前台并扩散开来，置换给“嗷嗷待哺”的消费者，贴合其基本购物需要，最终完成直播带货的使命任务。这一置换过程中，传统的意识形态可能被消解，而新的“消费无所不能”至社会规范得以建立，并随之普及化、合理化。电商直播中充斥的消费主义陷阱会让用户过度消费，从而助长消费者的虚假需求。主播通过红包、抽奖等方式吸引用户参与，这使得用户的购买行为已经不是真实需求的体现，而是虚假需求的结果。电商直播的兴盛使得消费者从注重产品的实用功能变为注重与产品相关的情感、时尚潮流以及购买商品带来的体验。商品的价值不再是商品的实用价值还包括消费主义视域下的虚假价值。这种现象对用户的消费行为产生负面影响，同时也会对整个社会产生不良影响，因此网络平台及主播应正确地引导用户合理消费，避免落入消费主义陷阱。

（三）流量至上观念下直播内容低俗猎奇

在互联网时代中，对于电商行业来说，流量是至关重要的，随着流量的增加，直播间的影响力以及知名度也会相应提高，高流量、高粉丝的直播间会给消费者一种权威感，增加消费者的信任度。因此，流量的增加对直播间的销售额有提升作用，进一步增加直播间所赚取的利益。然而，在流量至上的观念下，一些网络直播平台 and 主播往往把吸引观众眼球作为主要目标，而忽略了内容品质以及道德准则。一些主播用低俗语言、猎奇话题、擦边暴露的穿着来吸引眼球，赚取流量，这对直播间观众的价值观产生了不利的影响，进而影响了整个电商直播的生态。这种追求短期的流量以及播放量，而忽视用户体验以及产品内容质量的行为注定不会长久。长此以往，色情暴力、扰乱公共秩序等低俗行为从线上延展至现实生活，严重影响社会道德与社会公序良俗。

（四）虚假宣传导致消费者合法权益遭受侵害

随着电商直播的兴起，网络电商平台及主播为了吸引用户并推销商品，采用虚假宣传、夸大宣传等手段，误导消费者购买，严重侵害了消费者的合法权益。首先，主播对商品的虚假宣传使消费者购买到与承诺不符的商品，从而损害了消费者的合法权益。比如某些主播夸大商品的功效、质量、保质期等信息，让消费者误以为该商品有更高的性价比和品质，但实际却大相径庭，这种虚假宣传行为严重违反了《中华人民共和国广告法》。其次，虚假宣传行为让消费者在购买过程中承受不必要的经济损失。比如消费者在主播的宣传下购买到的商品并不能满足消费者的需求，并且产品价格并不符合其真实价值，从而导致消费者在购买商品的过程中受到了经济以及时间上的损失，这种虚假宣传行为严重损害了消费者的合法权益，也违反了《中华人民共和国消费者权益保护法》。最后，虚假宣传也会影响到整个电商直播行业的发展，让消费者对整个电商行业失去信任感，对整个电商直

播行业的可持续发展带来负面影响。

三、电商直播的乱象治理

（一）提升网络主播与网民媒介素养

媒介素养是指网民在面对媒介提供的各种信息时所具有的对信息的选择、理解、质疑、创造与生产的能力。直播的平民化趋势使得众多普通民众成为网络主播，线下实体行业纷纷加入到电商直播的队伍，既丰富了网络直播行业的内容，但也存在媒介素养不足的困境。直播平台应建立主播培养机制积极培训网络主播，建立黑名单管理制度封杀违法违规行爲，设立岗前培训机制进行有针对性的对主播媒介素养教育。网民是网络直播的重要组成部分，电商直播间网络主播通过“弹幕”与网民实时交流，网络的匿名性使得一部分戴了面具的网民充分暴露出人性中丑陋的一面，支持与赞赏低俗、色情、暴力等内容，使得低俗内容层出不穷。因此针对网民的媒介素养教育同样重要，积极调动网民人性中善的一面，鼓励网民参与监督，在保障网民合法权益的同时共同建设风清气正的直播环境。

（二）倡导理性消费，树立科学消费观念

电商主播在直播介绍产品的过程中应以真实客观的标准，分享物品的使用方法与经验，同时借助各种形式与消费者进行互动，培养消费者对商品的理性判断能力。可以采取为直播间消费者提供产品比较、试用等方式，引导消费者正确地认识商品的价值，做出更加理性的购买决策。主播也应改变观念，不再只看重于销售量，应该真正关注自身工作对消费者的帮助，对消费者困难的解决，增强自身对社会的贡献。消费者在电商直播购物时，应对商品的基本信息、质量、用途等方面进行深入了解，从而根据自己的需求合理地选择商品。基于自身情况建立合理的预算，明确自己的购物需求和消费能力，合理消费，避免盲目跟风与冲动消费。网络电商直播观众要建立绿色消费理性科学的消费观念，警惕消费主义陷阱，从而保证自身合法权益免受侵害。

（三）加强内容监管，完善法律法规

网络电商直播平台应加强内容监管，做好把关人的角色，对直播内容采取“监察员+技术监管”双管齐下，人工监管和技术监管相互补充，双重把关。对违规主播采取禁言、禁播、封号等处罚，确保各类主播遵守直播规范，创造优质的直播内容与积极向上的电商直播环境。另外政府应该完善法律法规，加强立法的前瞻性，推动直播法制化管理，清除电商直播相关法律法规的灰色地带，明确网络电商直播参与者的法律责任与法律边界。在监管方面，对网络主播行为和未成年主播等的监管措施进一步完善。针对网络主播行为规范缺乏统一标准的问题，国家广播电视总局、文化和旅游部于2022年6月联合印发《网络主播行为规范》，规定了31种网络主播禁止实施的行为，种种监管政策与制度有利于提高网络主播队伍的整体素质。

（四）协同治理视域下明确各主体责任

“协同治理理论”主要强调在各自利益诉求和价值目标的共同指引下，政府部门、社会组织、公民等多元主体通过协同合作的方式来治理公共事务，最终实现公共利益最大化。治理网络电商直播乱象应在协同治理视角下明确各主体责任。首先，政府应加强对电商直播行业的监管力度，制定相关法律法规明确电商直播的经营规范和要求。开展针对消费的宣传教育，引导消费者理性消费，增强知识和技能，提高对于电商直播的辨别能力和风险意识。其次，电商平台应对直播间的内容加以监管和审查，对于虚假宣传、违法广告、销售劣质商品等问题要给予严格的处理，并给出相应的惩罚措施。还应提供技术支持，加强技术对数据的监管，确保数据的安全性以及真实性。最后，电商主播应该依法依规进行直播工作，实事求是，摒弃夸大虚假宣传等行为，自觉遵守平台规则，认真履行社会责任，建立良好的口碑和信誉。参与网络电商直播的各个主体应认真履行自身责任，对电商直播乱象进行有效的监管和治理，促进电商直播行业健康发展。

综上所述，电商直播在快速发展的同时也存在着一些乱象，这些乱象对于电商直播市场以及消费者都产生了不利的影响。为了促进电商直播的规范发展，各方需要协同治理，这其中包括电商平台、主播、监管部门以及消费者各方的积极参与，共同打造良性的电商直播市场。同时在电商直播未来的发展中，要积极利用电商直播助力乡村振兴、带动经济发展、拉动就业、推进传统企业数字化转型，确保电商直播行业以社会主义核心价值观为引领健康有序发展。

警惕直播间成为违法犯罪的“温床”^①

随着互联网、大数据、4G 等新技术的发展，网络直播行业迅速兴起，网络直播经济已成为我国当前数字经济的重要组成部分。然而，“网络直播+”模式带来诸多便利的同时，利用网络直播平台“打赏”的隐蔽性、匿名性等特点从事的违法犯罪活动也日渐显现。

此前，“某鱼”直播平台创始人及部分主播涉赌案件，引发了社会舆论对利用网络直播平台实施违法犯罪行为的深切关注。笔者注意到，该类案件主要呈现出以下特点：

一是涉及领域广、类型复杂多样。利用直播带货进行虚假宣传，欺诈消费者；以打赏参与抽奖的形式组织赌博、传播低俗色情内容；通过“收礼物”的方式将违法所得合法化等，均是违法犯罪活动的“重灾区”。同时，以直播间作为黑社会性质组织集会窝点的新犯罪形态也悄然滋生。二是行为方式隐蔽性强。部分主播选择深夜、凌晨等特殊时段直播违法内容，并开通付费通道以躲避监管。一些直播间甚至将刷一定数额的虚拟币作为加入粉丝群的条件，在群内分享网址、网盘链接散布淫秽视频、买凶犯罪等违法内容，并承诺运用技术手段帮助群内“会员”伪装身份。三是潜在目标范围广。网络直播的普及使

^①冉炜齐. 警惕直播间成为违法犯罪的“温床”. 人民法院报, 2024-10-12.

得不同年龄层及各类职业群体都能轻易接触直播空间，形成了撒网式的犯罪模式。从年龄结构看，老年人与未成年人更易成为受害对象；从职业类型看，在校学生、全职主妇为受害“高发区”。四是犯罪成本低、执法成本高。网络直播行业准入门槛低，加之倒卖用户、主播账号等乱象盛行，即使被平台封禁，行为人仍可通过“换马甲”等方式继续实施犯罪行为。打击此类犯罪则需在侦查、抓捕等环节投入大量人力、物力和财力。同时，由于犯罪痕迹主要呈现为电子信息形式，易销毁、难以固定保存，进一步加大了执法难度。

以上问题究其原因，主要在以下四个方面：一是直播平台在承担首要监管责任时，难以对海量的直播内容及主播账号进行全面核查；第二，侦查机关在案件处理中，往往受限于信息数据不对称和经济负担重等因素；三是网络直播的监管机制相对独立，过分依赖平台的自我监管，未能形成监管合力，一定程度上削弱了网络直播监管对违法犯罪线索、异常信息的发现能力；最后，现有法律规范尚有待完善，执法部门在打击网络直播犯罪过程中缺乏充分、明确的法律依据。

网络直播作为数字时代经济发展的新引擎，应发挥拉动消费、促进就业、优化产业链的新优势，而非不法分子实施犯罪的“温床”。鉴于此，笔者建议：

加强技术研发。进一步完善现有的技术算法，通过屏蔽敏感信息的弹幕输入、加强对短时间内弹幕增长异常和打赏资金增长异常等情况的自动预警，即时关联人工审核，对疑似违法的直播间进行审查与干预。同时，针对主播账号的违规交易行为，可在账号登录环节引入人脸动态识别、异地登录环境检测等技术手段，增强主播账号的实名认证管理。

深化警企合作。利用高科技企业、互联网企业的技术优势，广泛采集警情信息以及直播后台数据，共建警企数据共享平台，便于对网络直播案件集中分析研判；优化政府技术和采购服务机制，通过技术

外包、情报外包等方式有效缓解办案资源紧张的问题。

优化监管机制。整合网络直播平台和政府主管部门监管力量，在平台常态化监管的同时，以巡查、抽检等形式，将政府主管部门引入到对网络直播的实时监管中；建立监管负面清单机制，对于多次出现异常预警、存在违法犯罪嫌疑的直播间和主播列入负面清单，提高网络直播违法犯罪的成本。

完善法律法规。以打击违法犯罪为目标，推动现有法律对网络直播违法犯罪行为在罪名认定、行为人责任认定、管辖权认定、处罚依据等方面的细化和完善；推动网络直播相关的各项意见、办法以及其他部门的规章与现行法律的衔接，进一步明确责任主体与责任方式，以严格清晰的惩处措施倒逼网络直播平台自觉承担日常监管职责，积极配合执法部门打击网络直播违法犯罪行为。

他山之石

北京：给直播带货立规矩 促进行业健康发展^{①②}

北京市市场监管局日前发布了《北京市直播带货合规指引》，不仅对直播带货平台经营者、直播带货直播间运营者、直播带货人员和直播带货服务机构等提出具体合规要求，对利用人工智能技术合成的虚拟形象及内容也明确了要参照合规指引“守规矩”。该指引将进一步推动直播带货治理重心从事中监管、事后处罚向事前预防转变，以充分保障消费者合法权益，促进直播带货业态有序竞争和创新发展。

近年来，网络直播在为经济社会发展注入活力的同时，也显现出一些“副作用”。产品质量差、虚假宣传、不文明带货、价格误导等问题引发消费者“吐槽”。直播领域的违法失德、流量至上、畸形审美、“饭圈”乱象、拜金主义、食物浪费、泛娱乐化等不良现象，不仅有悖道德，有些甚至涉嫌违法犯罪。直播领域涉及虚假宣传、价格误导、销售违禁商品和不文明带货等问题越来越多，严重损害了消费者利益，扰乱了市场秩序，污染了网络空间。

无规矩不成方圆，我国陆续出台了一系列针对网络直播尤其是带货直播的政策法规。2022年3月，国家相关部门制定印发的《关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见》提出，加强网络直播营利行为规范性引导。加强电商直播管理，整治不正之风，惩治不法勾当，以法治监管护佑直播带货规范有序，为行业健康发展夯实基础，助力平台、商家和市场迸发更大的生命活力。

^①潘铎印. 给直播带货立规矩 促进行业健康发展. 中国商报, 2024-8-13.

<https://www.zgswcn.com/news.html?aid=206874>

^②北京市发布“直播带货”31条合规指引 不得以“全网最低价”误导消费者. 北京市市场监督管理局网站, 2024-8-13.

直播带货要流量更要“守规矩”。各级各地监管部门要履职尽责，严格依法执法，对电商直播相关违法违规行为加大打击力度，提高网络直播乱象违法犯罪成本，对违法违规行为从严打击处置，坚决抵制虚假和低俗之风，坚决遏制“流量向善”破坏网络生态。要加强全面排查整治，督促直播平台加强网络主播规范管理。平台也要认真履行管理主体责任，建立完善行为管控机制，加大监管力度，做好引导规范，促进直播带货业态有序健康发展。商家和主播则要严格遵守法律规定，强化自律，依法经营、诚信经营，承担起社会责任，严守道德底线，在直播间内谨言慎行，营造文明健康的直播环境，让流量更向善，营造清朗的网络空间。

直播带货非“法外之地”，有规矩、守规矩，行业方能走得更稳更远。推进直播行业风清气正，政府部门、直播行业、平台、商家、主播和社会各方要形成合力，共同打造生态良好的网络消费空间，切实维护消费者合法权益，促进直播带货向阳生长、清朗前行，推动电商直播行业健康高质量发展。

《指引》将进一步推动直播带货治理重心从事中监管、事后处罚向事前预防转变，帮助各参与方有效防范化解合规风险，充分保障消费者合法权益，促进直播带货业态有序竞争创新发展。

《指引》依据现有法律法规和部门规章相关规定，对直播带货平台经营者、直播带货直播间运营者、直播带货人员和直播带货服务机构逐一提出具体合规要求，共计四章三十一条。

其中，对于直播带货平台经营者：

《指引》要求其应当履行入驻登记核验义务、建立健全直播带货活动服务协议与行为规范、制定平台禁止和限制营销的商品或者服务目录、建立直播带货信息检查巡查制度、建立对严重违法违规行为处理结果的公示机制、记录保存平台上发布的直播带货信息及历史直播公示信息、建立直播带货直播间运营者信用管理体系和信用评价机

制、对直播带货直播间运营者加强教育培训和管理并建立完善行为管控机制等合规义务。

对于直播带货直播间运营者、直播带货人员和直播带货服务机构：

《指引》规定，应当坚持正确政治方向、舆论导向和价值取向，不得通过违反公序良俗或制造社会舆论开展商业营销，自觉反对违法失德、流量至上、畸形审美、“饭圈”乱象、拜金主义、食物浪费、泛娱乐化等不良现象；

自觉加强职业道德建设，强化社会责任，树立良好形象，维护积极健康的直播环境；

对直播营销的商品进行查验，不销售或宣传有关法律法规及有关
规定禁止生产销售、禁止网络交易、禁止商业宣传的商品或服务；

在直播中发布商业广告，应按规定严格审核把关，确保符合有关
广告发布要求；

在选品过程，认真核对商家及商品资质；

在直播营销过程，认真核对商品中涉及商标、专利、认证等相关
证明和授权材料；

促销活动有附加条件或者期限的，应当明确公示条件或者期限，
不得对商品或服务作虚假或者引人误解的商业宣传，不得以“全网最
低价”等不实表述误导消费者；

建立便捷有效的投诉、举报和争议在线解决机制，及时妥善处理
消费者的投诉举报等。

此外，直播带货直播间运营者还应当建立直播商品的质量控制与
合规管理机制以及直播带货人员管理制度。

直播带货人员应当规范自身行为，依法向公众推销商品或服务。

直播带货服务机构应当对网络主播加强教育培训、日常管理和规
范引导。

据悉，“直播带货”跨部门综合监管事项已列入全市深入推进一体化综合监管重点任务清单，由市市场监管局牵头，会同市委网信办、市广电局、市公安局、市文旅局、市民族宗教委、市文化执法部门等开展协同监管，共同规范直播带货，促进业态高质量发展。

《指引》将进一步丰富“直播带货”跨部门综合监管“工具箱”，推动健全透明、可预期的常态化监管制度，带动直播带货各方主体合规经营，共同维护良好网络交易秩序。

长沙：应对直播乱象，“线上+线下”共治不可少^{①②}

7月31日，为倡导文明户外直播，抖音联合长沙市委网信办等多部门，在杜甫江阁启动“记录城市美好，共建文明直播”——2024夏季户外直播治理专项行动。长沙相关单位、抖音平台、主播等多方代表现场交流了户外直播治理的经验和成效，在肯定户外直播正面价值的同时，也表明将持续加强“线上+线下”共治，坚决打击利用户外直播进行的违规违法行为。

关于户外直播，这种互相交流经验、彼此坦诚沟通的模式当然值得鼓励。而更需要看到的是，这已经不是长沙网信办和抖音第一次联动治理了。早在2023年，抖音发布《户外直播管理规范》，就已经与长沙等地的监管部门联合，“线上+线下”共同整治不文明户外直播。

多方合力持续治理长沙集中处置一批违规户外直播账号

伴随着互联网兴起，历史文化名城长沙近年来火爆“出圈”。作为自带流量的“网红城市”，长沙吸引了全国各地主播来到城市地标开展直播。众多主播通过镜头向网友介绍长沙的风土人情、美食美景，不断擦亮“网红长沙”城市名片，展现城市美好形象。

^①张江. 应对直播乱象，“线上+线下”共治不可少. 北青网-北京青年报, 2024-08-05.

^②共倡文明直播 抖音与长沙多部门启动夏季户外直播治理专项. 中国经济时报 2024-08-02.

与此同时，个别户外直播场景也存在以不良内容博人眼球、换取流量的不文明行为。2023 年，抖音发布《户外直播管理规范》，与长沙等地监管部门联合，“线上+线下”共同整治不文明户外直播。

“联合整治取得了明显成效，这次我们和抖音再次联动，希望从治理转向为行业自律和倡导，让主播们发挥好弘扬网络文明的积极作用。”长沙市委网信办副主任张钰表示，在网络空间治理法治化的背景下，博主、主播们也承载着传播正能量、引导社会风气的重要社会责任。

抖音直播相关人员介绍，今年长沙户外直播的违规行为大幅减少，平台也将持续加强对低俗不良户外直播的打击，并于今年 1 月正式运行主播分级分类管理机制。平台根据主播日常直播行为增减账号“健康分”，并依据分值对账号分级定档。今年以来，共有超过 140 万个户外违规直播账号被处以警告、中断、回收直播权限等处罚。

配合长沙公安 抓捕利用直播违法的犯罪分子

同时，抖音还加大了配合公安机关打击犯罪的力度。今年以来，平台配合长沙公安机关打击利用户外直播进行违法犯罪活动的团伙，截至目前已抓捕 28 人。

抖音工作人员介绍，今年初抖音发现长沙有多个主播在户外进行趣味问答，伴有“前女友变心”“路人挑衅导致冲突”等疑似演绎情节。直播间人数增多后，主播利用暗语承诺给打赏的观众高额礼品奖励。

“平台综合研判这些主播存在诈骗嫌疑，立即将相关账号无限期回收直播权限，并把情况上报长沙公安机关。”经警方调查，该团伙成员使用亲友的信息实名认证抖音账号，在直播现场以 120-160 元每小时聘请演员剧本摆拍，目前已有 3 人因涉嫌诈骗被刑事拘留。

除了欺诈公众，无底线博流量、扰乱公共秩序、侵犯他人隐私等都是平台持续打击的重点。主播“长沙第一*****浩”“A**符”，长

期在户外拍摄女性、搭讪陌生人，平台对其多次处罚后仍不整改，被无限期回收直播权限。主播“长沙*****啤酒”，多次与他人约定低俗 PK，进行推搡、辱骂、肢体冲突等不良惩罚，平台多次提醒未有改善，也被无限期回收直播权限。

违规方式变化快 需全行业协同治理

长沙市委网信办网络管理与执法处处长刘医农指出，长沙坚持以“零容忍”的态度和“露头就打”的原则，联动多部门开展集中整治，全市户外不文明网络直播行为整体得到有效遏制。推进网络文明建设，需要各方参与、凝聚合力。

“我们天心区委网信办也在持续加强网络直播行业监管，发挥户外直播整治工作机制，联合属地和相关部门对重点自媒体账号、网站、直播平台进行常态化线上线下巡查。”天心区委网信办副主任石琛在交流中表示，属地各部门在为文明直播做好服务保障的同时，坚决抵制低俗类直播。

违规变种多变化快、直播内容是否为摆拍核实难度大等，一直是户外直播治理的难点。抖音工作人员介绍，平台审核团队 7x24 小时不间断运行，对于低俗不良直播内容，平台从标题、简介、画面、音频、图文等各种信息加强识别。“后续我们还将在全国其他城市继续加强线上+线下户外直播专项治理。”抖音工作人员表示，用户如果在直播间发现违规内容，可直接举报，平台会第一时间进行核实处置，对反复违规的账号升级打击力度，防止多次作恶，并把涉及线下处置的线索同步给相关部门共同打击。

杭州：剑指直播乱象，杭州互联网法院发布直播行业规范文件^①

8 月 21 日，杭州互联网法院召开服务保障网络直播行业健康发

^①樊瑞. 剑指直播乱象，杭州互联网法院发布直播行业规范文件. 央广网，2024-08-24.

展新闻发布会，通报杭州互联网法院服务保障直播行业健康发展的有关情况。现场还发布了《网络直播营销行为法律风险防范指引》《网络直播行业知识产权保护法律风险防范指引》及服务保障直播行业健康发展典型案例。

根据艾瑞咨询发布的《2023 年中国直播电商行业研究报告》，2023 年中国直播电商市场规模达 4.9 万亿元，同比增速为 35.2%。杭州素有“电商直播之都”的称誉，对直播电商的治理探索在行业有显著意义。杭州互联网法院副院长官家辉表示，伴随网络直播行业快速发展，相关矛盾纠纷愈发显现，亟需加强法治化治理。近年来，杭州互联网法院坚持以裁判树规则，以规则促治理，共审结直播领域纠纷 700 余件，其中 5 案获评国家级典型案例，为直播行业健康发展提供有力司法服务和保障。

官家辉介绍了杭州互联网法院在审理涉及网络直播案件的思路，一是坚持包容审慎，积极营造法治化营商环境。注重发挥司法裁判的衡平功能和规则驱动作用，坚持规范与创新并重，给予数字技术新发展、新应用充分的培植和成长空间，持续优化法治化营商环境。二是坚持规范引领，充分发挥典型案例功能作用。坚持以裁判定标尺、明边界、促治理，通过培树一批具有填补空白、树立规则、先导示范意义的典型案例，助力直播行业成长和数字经济高质量发展。三是创新驱动，推进纠纷预防 and 高效化解。秉持“抓前端、治未病”为导向的互联网治理新模式，将个案实质性化解、类案源头性疏导延伸到全领域的网络社会规律性治理，持续深化技术赋能，提升案件审判质量、效率和效果。四是坚持协同共治，广泛凝聚各方智慧力量。积极探索与行政监管部门、高校、平台等多主体的协同治理新模式，强化横向联合，着力纵深发展，推动更高层次、更宽领域的司法融合，更好促进网络社会法治化治理。

杭州互联网法院综一庭负责人曾宪未围绕《网络直播营销行为法

律风险防范指引》的起草背景、主要内容、主要特点等进行解读。

曾宪未表示，该指引坚持依法依规、问题导向和实用导向，从资质取得、内容监管、个人信息保护、商品审核、人员管理、保障老年人、未成年人等特殊消费者的合法权益等方面对直播营销平台、直播间运营者、直播营销人员、网络直播营销中的商品经营者的规范化运作提出建议。

杭州互联网法院互二庭副庭长卢忆纯从《网络直播行业知识产权保护法律风险防范指引》的制定背景、主要内容、宗旨意义等方面进行解析。

该指引主要包含互联网直播主体、直播内容和数据、涉网知识产权问题、保护机制建设、社会协同治理、定义等六部分内容，重点针对直播业态发展过程中无形财产保护、数据技术安全、知识产权纠纷频发等突出问题进行风险提示。

此外，会上还发布了《服务保障直播行业健康发展典型案例》。本次发布的十大典型案例，涵盖直播数据商业秘密保护、数据造假侵权、智能机器人直播等知识产权司法领域。同时，对于直播领域中颇受关注的主播承诺惩罚性赔偿、直播间提供虚假鉴定证书、发错货、名誉侵权等消费者权益保护、人格权保护问题，发布的案例也都作出回应。