

读者聚焦



给直播带货降降“虚火”

近年来，直播带货、网红带货成了热门话题，在一些网红直播促销下，很多商品销量大增。但近段时间以来，直播带货“翻车”现象频现，有个别网红直播间“买完不让换”，有些直播中互动粉丝是虚假的机器人，还有知名主播推广销售假燕窝等不合格商品。

如何正确认识直播带货？如何规范网络直播带货，促进其更健康、更长远发展？对此，一些读者来信提出了自己的思考和建议。



12月8日，河北省保定市白沟新城春丽皮具店，员工正在通过直播方式售货。今年以来，白沟新城管委通过开展“包博会”“云逛白沟直播带货节”“箱包产业带”直播等一系列活动，为企业开展直播培训、搭建直播平台。据统计，1月份至11月份，当地电商成交额达135亿元，超过了去年全年成交额。

冯云摄
(中经视觉)

严防直播带货“注水”

余明辉

有数据显示，国内直播电商市场规模从2017年的190亿元迅速增长至2019年的4338亿元，今年一季度全国电商直播达400万场，2020年预计在线直播参与用户规模将达5.26亿人次，带货规模将突破9000亿元。作为疫情之下迅速火起来的行业，直播带货仿佛在一夜之间成为电商企业的标配，也成为不少地方拉动消费、促进经济发展的新引擎。

但是，在直播带货火起来的同时，一些弊端也逐渐显现。在直播带货过程中，少数地方为了带货数据好看，发文强制要求特定人员定向关注，甚至分配购货金额等；一些平台和主播，为了所谓的流量与人气，通过人为操作等方式在销售数量和金额上“注水”作假，营造虚假繁荣。更有甚者，让一些无良主播直播带假货、水货，消费者屡屡上当。这些问题在一定程度上削弱了网络直播带货的公信力和吸引力，不利于电商直播经济长远健康发展。

严防直播带货“注水”，需要对症下药。一是对直播平台落实好监管责任，加大违法违规行为惩处力度；二是针对地方干部直播带货活动，一方面加大培训力度，另一方面要完善机制，使其在合理合法范围内开展；三是及时更新相应规定。据悉，首部全国性行业内标准《视频直播购物运营和服务基本规范》和《网络购物诚信服务体系评价指南》已于7月份发布施行，下一步要抓好具体落地工作，做到有标准可依、有标准必依，让直播带货持续健康发展。

(作者地址：河南省内乡县)

要把好带货质量关

丁家发

据报道，某商业查询平台近日显示，李佳琦持股49%的上海妆佳电子商务有限公司于今年6月10日受到上海市崇明区市场监督管理局行政处罚，被罚款1万元，原因是“发布虚假广告”。

从严格意义上讲，直播“发布虚假广告”就是为假货代言和推销假货，涉事公司被处罚一点也不冤。直播带货不应成为推销假货的“集散地”，

这张罚单敲响了直播带货的警钟，直播带货营销必须遵守国家法律法规，否则就会受到惩罚。

近年来，直播带货行业迎来“井喷式”发展，但也存在鱼龙混杂的问题，在直播带货中，网络主播们频频出现虚假宣传、以次充好等问题，让直播平台成为销售假冒伪劣商品的“集散地”。特别是一些当红主播直播带货，一旦出现虚假宣传等问题，社会影响更为恶劣。

对于相关乱象，国家互联网信息办公室此前发布通知，就《互联网直播营销信息内容服务管理规定》向社会公开征求意见。其中规定，直播间运营者、直播营销人员从事互联网直播营销信息内容服务，不得发布虚假信息和欺骗、误导用户；不得虚构或者篡改关注度、浏览量、点赞量、交易量等。由中国广告协会制定的《网络直播营销行为规范》已于今年7月1日起实施，重点规范直播带货行业刷单、虚假宣传等情况。可见，国家对直播带货营销正在不断加以约束和规范，整个行业将进入法治化管理的轨道。

企业因虚假宣传被罚1万元，相比直播带货的收入或许不值一提，但对其行政处罚的警示意义却很大。随着我国法律法规对网络直播营销活动进一步规范，相信今后处罚力度会越来越大。对此，带货主播们应当有所警醒，不要为了一时利益，最终断送了前程。

(作者地址：安徽省合肥市宿松路)

以法律规范从业者

曹建明

当前，直播带货越来越火爆。与此同时，虚假宣传、质量低劣、货不对路、投诉增多也成为新隐患，不仅损害消费者权益，也影响了直播带货这个新业态持续健康发展。

其实，对于直播带货从业者来说，其在法律上对应的是我国《广告法》中定义的广告代言人，而广告代言人是具有准入门槛的，并非人人都能代言广告。如果虚假宣传带来负面影响，损害了消费者的合法权益，直播带货者将承担相应的法律责任。

一方面，应对直播带货从业者实施准入限制，至少需要到工商管理部门备案，在获得资质后才能上岗从事直播带货。探索实施这样的准入制度，可以提升直播带货者的自律意识、法律意识，避免为了经济利益弄虚作假。

另一方面，应依法依规加强对直播带货主播的管理，建立违规主播惩戒机制。尤其是对产生质量和影响消费者权益的直播带货主播，在给予警告警示的基础上，探索建立黑名单制度。如果多次违反规定以及产生重大不良影响的，可以禁止其从事直播带货业务，从源头上保证直播带货从业者素质，促进网络直播营销健康发展，营造公平有序的竞争环境、安全放心的消费环境。

(作者单位：江苏常州戚机厂报社)

遏止过度消费“小网红”

黄宗跃

让孩子拍视频、做直播、当博主、成网红……近年来，儿童类短视频在各网络平台越来越热，各类“小网红”的吸粉能力不容小觑，有些“小网红”的粉丝数量达到百万甚至千万级别，收入可观。

如果以培养兴趣爱好为目的，偶尔让孩子客串一把主播无可厚非。但是，一些家长急于将未成年子女打造成“小网红”，通过包装操作，让孩子拍视频、做直播等取得收入，就是过度消费“小网红”了，这不仅会让孩子失去童年乐趣，还会灌输功利思想，传递扭曲价值观，不利于孩子身心健康发展。

遏止过度消费“小网红”需形成合力。前不久，国家网信办发布了《互联网直播营销信息内容服务管理规定(征求意见稿)》，提出直播营销人员或者直播间运营者为自然人的，应当年满十六周岁。这样的规定科学合理。

除了需要尽快完善相关法律法规，家长也需要端正思想，正确认识过度消费“小网红”行为带来的负面效应，切实担负起监护责任。学校要发挥教育主导作用，及时掌握“小网红”行为信息，强化家校沟通联系，及时提醒、引导家长纠正过度消费“小网红”的行为。网络平台企业要强化管理，切实将主播准入条件、年龄限制等落到实处，并在优化现有投诉举报基础上，设立更加便捷完善的举报渠道。相关监管部门要加大惩处力度，倒逼平台加强日常监管，将责任落到实处。

(作者地址：江苏省沛县九龙城)



直播并非法外之地，应加强行业监管，规范主播和平台的行为。主播和平台都应处理好社会效益与经济效益之间的关系，将社会效益放在首位。平台应培育优质主播，与产品供应商协同发展，通过专业化运作和市场化经营，采取差异化、品牌化战略，提高转化率和盈利率，增加主播的商业价值。主播应珍惜“流量”和“商誉”，为个人言行负责，不仅要满足用户观看直播的兴趣和娱乐需求，更要满足用户的购买和消费需求，善用流量，从精准满足用户需求角度出发做好营销。平台和主播的决策及行为必须符合社会整体利益，坚守和承担相应的法律责任以及社会责任，这样直播带货行业才能持续健康发展。

——赵丹，中国传媒大学传播研究院

国家市场监管总局日前公布《网络交易监督管理办法(征求意见稿)》，将网络直播带货等网络交易新业态纳入监管范围。在直播带货迅速崛起之际，量身定制的标准与新规的出台，既是一种监管，更是一种护航。作为一种新型营销和消费方式，直播带货本身就是一种创新产物，也是一种新的销售模式。必须指出的是，直播带货守正才能创新。否则，就容易“带偏”甚至“带祸”，最终只能是“掀起石头砸自己的招牌”。只有切实做到不碰红线、守住底线，才能让直播带货在互联网“下半场”发挥更大的作用，才能在创新道路上行稳致远。

——王旭东，安徽省合肥市石门路

链接

如何防范直播带货风险，规范直播电商行业，加强消费者权益保护？近日，中消协有关专家就相关问题接受了记者采访。

问题一：直播中购买的商品发现问题怎么办？谁来管？

中消协专家、北京工商大学法学院教授吕来明：直播带货中涉及多方主体，近期有关监管部门已出台监管方面的指导意见，各方主体应按各自角色定位承担法律责任。

首先，直播带货中的某些行为，可以适用既有法律，比如反不正当竞争法、消费者权益保护法、电子商务法、广告法等，不能说完全是法律空白地带。

其次，由于直播带货是一种新业态，不同于传统电商平台模式。在电子商务法中，对于传统电商平台以及平台内经营者的法律地位和责任有比较清晰的规定。与传统电商平台

销售商品相比，直播带货涉及的主体和交易环节更多、更复杂，监管难度更大。直播带货中直播平台、主播等参与主体的法律地位和责任，在电子商务法中并没有明确规定，各方的责任界限需要明确。

此外，对于新业态中某些行为的定性，比如直播带货是否属于广告、以及什么情况下构成广告，业界对此还存在不同意见，从而增加了监管的难度。由于直播带货是跨多个领域的商业模式，存在监管职责交叉问题。

问题二：监管部门针对直播带货出台了哪些举措？

吕来明：加强直播带货监管，要在制度上明确各方的地位和责任。今年11月5日，市场监管总局发布了关于加强网络直播营销活动监管的指导意见，严格规范网络直播营销

行为，包括严格规范商品或服务营销、严格规范广告代言，为加强这一领域的市场监管提供了较为明确的依据。此后，中央网信办发布了互联网直播营销信息内容服务管理规定征求意见稿，国家广播电视总局发布了关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知，这意味着针对直播带货的监管举措正在密集出台。

完善直播带货监管，势必跨多个部门，这需要相关部门协同，实现高效、精准监管，还需要监管方式创新和社会共治。从今年“双11”预热开始，各地市场监管部门和消费维权组织密集发声，通过专项执法、行政约谈、劝诫提醒等方式，提醒各相关经营主体不断强化自我约束和自我管理，共同促进线上经济健康规范发展。

(据新华社电)

有感而发

“免费担架”体现利民初心

戴先任

据报道，《太原市医疗急救服务条例》近日经山西省第十三届人民代表大会常务委员会第二十一次会议审议通过，将于明年1月1日起实施。条例明确，市、县人民政府应当支付抬担架服务费用，每个医疗急救出诊车组配2名担架员，向患者免费提供搬抬和协助现场急救服务。

近年来，因急救车没有配备担架员导致的纠纷时有发生。当前，我国正加速进入老龄化社会，不少老人还住在没有电梯的老旧小区，一旦突发疾病，就很可能需要担架服务，而且一些急重病患者也有担架服务的需求。但在部分地区，医疗急救机构存在专业担架员不足的问题，抬担架服务的费用也是患者埋单，这已成为急救体系的短板，影响了急救服务质量，也成了民生改善的“堵点”。

太原市明确，市、县人民政府应当支付抬担架服务费用，要求每个医疗急救出诊车组配2名担架员，向患者免费提供搬抬和协助现场急救服务，这一方面减轻了患者的医疗负担，另一方面能够提升急救服务的效率与专业能力。同时，通过提升急救服务质量，减轻患者医疗负担，也能提升患者就医体验，有利于构建和谐医患关系，这一做法值得肯定。

当然，各地也要量力而行，财政充裕的地方有必要实行政府兜底；财政不足的地方，则可以鼓励有资质的社会力量参与，弥补财政无法兜底的部分。此外，还有必要对急重需求的患者实行分类分级调派。比如，对急危重患者提供“免费担架”服务，对非急危重患者则酌情收取一定费用，这也有利于让急救资源得到合理利用。

(作者地址：湖南省常德安乡县深柳镇)

客房不提供“六小件”是双赢

叶金福

据报道，近日广州市发展和改革委员会、广州市生态环境局印发《广州市推进塑料污染治理工作方案》，从明年起，中心六区星级酒店、酒店不在客房内摆放“六小件”一次性用品。

住过酒店的人都知道，酒店客房里一般都会为顾客提供牙刷、梳子、剃须刀、鞋擦、浴擦、香皂“六小件”一次性用品。这不仅让旅客省去了自带洗漱用品的麻烦，而且也让酒店从中获得不菲收益。但是，这些“六小件”属于一次性用品，用过即扔，因而浪费很大。有调查发现，70%以上的香皂仅在使用一次之后就会被丢弃。全国酒店宾馆众多，浪费之大令人咋舌。

此次广州印发工作方案，明确宾馆、酒店不在客房内摆放“六小件”一次性用品，对于旅客和酒店来说是一种双赢之举。对于旅客而言，酒店客房不提供“六小件”，不仅住宿成本降低了，而且自带的洗漱用品用着也放心。对于酒店来说，不提供“六小件”，省去了服务员每天清理、更换等麻烦，降低了人工成本。当然，更为重要的是，酒店客房不提供“六小件”，不仅有利于杜绝浪费，而且低碳、绿色，符合环保的要求。

酒店客房不主动提供“六小件”，可能会给习惯于“空手”入住酒店的旅客带来一些“不便”和“不适”，但旅客可以额外付费购买，并不影响使用。随着越来越多酒店客房不主动提供“六小件”，旅客也会逐渐习惯外出酒店时自带洗漱用品。

(作者单位：浙江省开化县教师进修学校)

身边事

金融服务送上门



12月7日，江西省宜春农村商业银行股份有限公司湖田支行工作人员深入田间地头，向菜农了解农业生产情况，并有针对性地提供优质、高效的金融服务。

胡震摄(中经视觉)



12月5日，山东省淄博市张店农商银行工作人员上门服务，为创业担保贷款的创业者，了解其经营情况和资金需求。创业担保贷款是当地推出的支持个人创业者和小微企业创业者的贴息贷款。

房萌摄(中经视觉)