



禁用AI冒充他人营销

直播电商监管办法拟出台,向社会征求意见

综合新华社、央视 近年来,直播电商行业发展迅速,但直播电商行业相关主体责任落实不到位,一些平台对直播带货商家资质和商品质量审核不严,一些商家和主播及相关机构质量意识淡薄等问题导致虚假营销、假冒伪劣等乱象逐渐显现。

直播电商如何加强监管?市场监管总局10日发布《直播电商监督管理办法(征求意见稿)》,向社会公开征求意见。

平台应审核 直播营销内容真实性

直播电商平台上,部分带货直播间出现虚假宣传、售卖假货等现象,该怎样加强平台经营者事前监管责任?平台经营者又是否对直播营销内容真实性有义务?

征求意见稿提出,直播电商平台经营者(指在直播电商活动中提供网络经营场所、交易撮合、信息发布、商品浏览、订单生成、在线支付等服务,供交易双方或者多方独立开展交易的法人或者非法人组织)应当建立健全账号及功能注册注销、交易行为规范、商品和服务质量保障、消费者权益保护、个人信息保护、网络安全管理、直播营销人员服务机制和直播营销人员管理等机制、措施。

直播电商平台经营者应当遵循公开、公平、公正的原则,制定平台服务协议和交易规则,明确平台经营者、直播间运营者、平台内经营者、直播营销人员等主体责任,以显著方式提醒告知各主体需遵循的义务,加强对各主体的规范管理。

直播电商平台经营者应当与直播间运营者、直播营销人员服务机构签订协议,要求其规范直播营销人员招募、培训、使用、管理流程,并履行对直播营销内容、所销售商品和提供服务的真实性、合法性审核义务。

征求意见稿提出,直播电商平台经营者应当要求申请进入本平台从事直播电商活动的直播间运营者、直播营销人员提供其名称(姓名)、统一社会信用代码(身份证件号码)、地址、联系方式、行政许可以及所销售商品所需的市场准入资质等真实信息,依托统一社会信用代码、居民身份证号码、国家网络身份认证公共服务等渠道进行核验、登记,建立登记档案,并每3个月核验更新。

同时,直播电商平台经营者应当建立直播营销人员真实身份动态核验机制,在直播前核验直播营销人员身份信息,对与真实身份信息不符或者按照国家有关规定不得从事直播电商活动的,不得为其提供相关服务。

发现涉嫌违法行为 及时限流停播

直播间出现违法违规带货,等购买者发觉上当往往为时已晚,那么,如何抢抓时机,在直播中进行阻止?

征求意见稿提出,直播电商平台经营者应当建立健全风险识别模型,配备与服务规模相适应的直播管理专业人员,加强对直播电商活动的动态监测,开展信息发布审核和实时巡查。对涉嫌违法违规的行为,及时采取弹窗提示、违规警告、限制流量、暂停直播等措施。对关注用户多、交易量大或者直播营销人员影响力较强的重点直播间运营者,应当采取动态技术监测、人工盯播、实时巡查、延长直播内容保存时间等措施。

直播电商平台经营者应当建立健全投诉、举报机制,明确处理流程和反馈期限,及时处理公众对违法违规行为的投诉举报。对于投诉举报集中的直播间运营者、直播营销人员,直播电商平台经营者应当及时采取动态监测、人工盯播、平台干预等管控处置措施。

征求意见稿还提出,直播电商平台经营者应当加强技术升级和标识标注,防范直播间运营者利用人工智能等技术手段假冒他人进行宣传、营销的违法现象,并采取有效措施防范直播间运营者利用技术手段生成和传播虚假信息。

建立黑名单 防止“换壳”逃避监管

刚曝光一批违规带货直播,转眼间,同一批人换个马甲,改个直播间名字,继续收割消费者……平台经营者该如何处置,以避免不法之徒“换壳”逃避监管?

征求意见稿提出,直播电商平台经营者应当建立平台内违法违规行为处置制度,明确对违法违规直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员的处置措施和处置程序。市场监督管理、网信部门经调查核实并通报平台,相关直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员存在违反相关规定的,直播电商平台运营者应当依据相关法律法规、平台服务协议和交易规则,根据违法情节严重程度,及时采取警示提醒、限制功能、临时停播、注销账号、禁止重新注册、纳入黑名单等处置措施。采取临时停播、注销账号、禁止重新注册、纳入黑名单等处置措施的,直播电商平台运营者应当及时向平台住所地省级市场监督管理、网信部门报告。

同时,直播电商平台运营者应当建立健全黑名单制度,将严重违反市场监督管理法律、法规、规章的直播间运营者、直播营销人员列入黑名单,并向平台住所地省级市场监督管理部门报告。应当加强对列入黑名单的直播间运营者、直播营销人员的管理,采取必要措施禁止其通过更换账号、重新申请账号、账号迁移等方式,重新进入平台从事直播电商活动。鼓励直播电商平台运营者之间共享“黑名单”主体信息,对相关直播间运营者和直播营销人员实现跨平台约束。

想要维权,但取证困难?征求意见稿提出,直播电商平台运营者应当采取技术手段,在交易记录中标明直播间账号信息、链接以及视频回放记录,供消费者查询。

用AI人物 带货需要显著标识

AI生成外国育儿专家张嘴胡说八道;使用名人形象和声音做假视频“代言”产品;提供完美卖家秀的模特实际上是AI生成的;广告宣传还是售假傻傻分不清……这些情况如何管理?

征求意见稿提出,使用人工智能等技术生成的人物图像、视频从事直播营销活动的,直播间运营者(指在直播电商平台注册账号或者通过自建网站等其他网络服务,开设直播间从事直播电商活动的自然人、法人和其他组织)应当在直播页面进行显著标识,持续向消费者提示该人物图像、视频属于人工智能等技术生成,以与自然人名义或者形象进行明显区分。在直播电商活动中使用人工智能等技术生成的人物图像、视频,出现违反法律、法规、规章行为的,由管理或者使用该人物图像、视频的直播间运营者承担责任。法律、法规另有规定的从其规定。

征求意见稿提出,直播间运营者不得对商品或服务的经营主体以及性能、功能、质量、来源、曾获荣誉、资格资质、销售情况、交易信息、经营数据、用户评价等作虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者或者相关公众。不得利用人工智能等技术手段生成和传播虚假信息、假冒他人进行宣传营销。

征求意见稿还提出,直播间运营者应当依据法律、法规对直播商品或服务进行准入把关,审核查验实际销售商品或者提供服务的平台内经营者的名称(姓名)、统一社会信用代码(身份证件号码)、住所或者主要经营场所、联系方式、行政许可、合格证明文件等信息,强化对直播选品、营销用语等的审核把关,并留存相关记录备查。留存记录不少于三年。同时,应当在直播页面,以显著方式展示商品或服务价格相关信息。采取比价、折价、减价等促销方式的,应当标明被比较价格、实际销售价格和折扣幅度、减价金额等信息。直播间运营者应当清晰、准确标明被比较价格的真实含义。应当加强直播间秩序管理,依法依规设置账号、头像、简介和直播间标题、封面、布景、道具、商品展示等,不得含有违法违规信息,不得以暗示等方式误导消费者。



不得发布虚假或者引人误解信息

带货主播凭借个人魅力,与消费者建立类似偶像与粉丝的关系,当主播高喊“买它”时,消费者在氛围渲染下往往忍不住买买买。但光凭主播“一张嘴”并不能保证产品质量,直播售假、虚假宣传屡见不鲜。对此,该怎么办?主播们背后的发掘、培养和包装网红主播带货的机构各自有责任?

根据征求意见稿,直播营销人员以直播营销人员服务机构名义进行直播活动的,直播营销人员服务机构应当对直播营销人员的直播营销行为承担法律责任。没有直播营销人员服务机构的直播营销人员进行直播活动的,直播间运营者应当对直播营销人员的直播营销行为承担法律责任。

征求意见稿提出,直播营销人员服务机构应当建立严格规范的直播商品选品机制,明确商品上播审核标准流程,并留存审核记录备查。留存记录不少于三年。应当

严格遵守法律法规,真实、准确、全面地发布商品或者服务信息,不得发布虚假或者引人误解的信息,欺骗、误导消费者。直播营销人员不得编造、传播虚假或者误导性信息,损害竞争对手商业信誉、商品声誉。

直播营销人员服务机构应当加强对直播营销人员的教育培训、日常管理和规范引导,提醒告知其需遵循的责任和义务,依法合规提供经纪服务。应当建立直播营销人员违法犯规行为处置制度,明确违法违规行为的处置措施和处置程序。

应当建立严格的前置合规审核机制。在直播前按照有关规定核验直播营销人员身份信息,并对展示内容、讲解内容、服装道具、现场布景等进行前置审核。应当建立规范的直播纠错机制,对于直播营销人员发生的口误、表述不完整、表述不当等,现场进行纠错,并留存纠正记录备查。留存记录不少于三年。

明确直播带货违法行为管辖部门

买到假货,平台、主播、商家互相“踢皮球”?试图维权,却不知道究竟该向何地相关部门进行管辖?

根据征求意见稿,直播间运营者、直播营销人员服务机构的违法行为由其实际经营地县级以上市场监督管理部门管辖。无法确定实际经营地的,由直播电商平台运营者住所地县级以上市场监督管理部门管辖。

直播营销人员的违法行为由提供经纪服务的直播营销人员服务机构住所地县级以上市场监督管理部门进行管辖。没有直播营销人员服务机构的,由实际经营地县级以上市场监督管理部门管辖。

直播营销人员服务构被比较价格、实际销售价格和折扣幅度、减价金额等信息。直播间运营者应当清晰、准确标明被比较价格的真实含义。应当加强直播间秩序管理,依法依规设置账号、头像、简介和直播间标题、封面、布景、道具、商品展示等,不得含有违法违规信息,不得以暗示等方式误导消费者。

交易秩序,影响消费者合法权益的,县级以上市场监督管理、网信部门可以依职责对其法定代表人或者主要负责人进行约谈,要求其采取措施进行整改。

直播营销人员在营销过程中,未依法履行法定责任和义务,扰乱网络交易秩序,影响消费者合法权益的,市场监督管理、网信部门可以依职责对其所属直播营销人员服务机构进行约谈,要求其采取措施进行整改。

对于没有所属直播营销人员服务机构的直播营销人员,可以通过直播电商平台经营者对其采取处置措施。

直播电商平台运营者住所地省级市场监督管理部门应当根据工作需要,及时将掌握的直播间运营者、直播营销人员服务机构、直播营销人员、平台内经营者身份信息与其实际经营地的省级市场监督管理部门共享。

果味电子烟 都是“伪劣产品”

本报长沙讯 6月10日,国家质量强国建设协调推进领导小组办公室与市场监管总局联合组织开展2025年侵权假冒伪劣商品全国统一销毁行动。主会场设在湖南省长沙市,25个省(区、市)设分会场,主、分会场通过视频连线同步开展销毁工作。

“一次性电子烟和水果口味电子烟都是非国标产品,大家请勿购买。目前我们国家只允许烟草味电子烟售卖,大家认准产品背后的GB41700-2022标识。”“我们最新款的茅台瓶盖上有防伪标识,每瓶酒有唯一编号,如果你购买了一箱,里面有重复的编号,那一定是假酒。”在长沙主会场,现场设置了食品、箱包、服饰、烟酒等假冒伪劣商品展台,市场监管部门相关人员和品牌负责人教市民如何辨别真假。

一个个看上去十分精美的“香奈儿”“LV”背包、“爱马仕”皮带吸引了市民围观,不过,这些都是假货。“最靠谱的方法就是选择正规渠道购买。”市场监管部门相关负责人提醒。

此次行动聚焦民生和安全领域,全国共销毁侵权假冒伪劣食品药品、服装鞋帽、烟酒、化妆品、盗版出版物、燃气灶具、消防产品等200多个品种,总量达3683吨,货值4.32亿元。所有销毁均采取绿色环保、无害化方式进行。湖南共集中销毁全省查获的假冒伪劣商品总重约237吨,共16大类,包含食品、家具及建材、医疗器械、鞋服、化妆品等,货值近3700万元。

近年来,湖南认真落实党中央、国务院部署要求,把打击侵权假冒作为加快打造一流营商环境、更好服务和融入全国统一大市场的重要举措,全力构建上下联动、多部门协同的知识产权大保护格局,形成了行政、司法、行业协同的打击侵权假冒工作体系。记者从湖南省市场监管局了解到,2024年,湖南聚焦食品、药品、农资、日化等民生重点领域,纵深推进民生领域案件查办“铁拳”“昆仑”专项行动,累计查办侵权假冒案件9630起,罚没金额9406.56万元,有力打击了各类制售假冒伪劣商品的违法行为,维护了市场竞争秩序和消费者合法权益。

记者李姝



左边为假茅台,右边为真茅台。
组图/记者李姝



市场监管部门相关工作人员在现场向大家科普如何辨别真假。
记者李姝