

食界代言法规多 直播带货需谨慎

近日直播带货持续火热,从橙子到食用菌,从热干面到火箭,都可直播带货。但直播带货火爆的背后,也存在虚假宣传、质量不达标、数据造假、退货维权困难的隐忧。网络直播并非法律盲区,带货主播、直播平台、商家都应遵守有关法律法规,消费者权益受到侵害时,都要承担相应的法律责任。

本报记者李国梁 刘延正

4月1日,“初代网红”罗永浩抖音直播带货,刷榜各大热搜,整场直播持续3小时,支付交易总额超1.1亿元,累计观看人数超4800万人,创下了抖音平台最高带货纪录。记者了解到,此次与罗永浩合作的企业不仅有伊利安慕希酸奶、信良记小龙虾、洽洽小黄袋坚果、金龙鱼食用油等食品行业知名品牌,也有钟薛高、奈雪的茶等网红食品。

4月6日,“段子手”朱广权和“带货一哥”李佳琦同框搭档,带来了一场“谢谢你为湖北拼单”公益直播,累计观看量破亿,两个小时的直播,累计卖出总价值4014万元的湖北商品,为受疫情影响的湖北美食带来了很好的销售出路。

直播带货的主角通常是网红、名人或明星,还有可能是为推动地方经济发展亲力亲为的政府官员。直播带货所销售的有品牌产品、有地方特色、有特惠产品,亦有品质服务,能够很好地创造消费场景、提升消费体验,可以帮助质优价实的产品和保障到位的服务打开销路,产生销售,但也存在虚假宣传、质量不达标、数据造假、退货维权困难的隐忧。比如,此前一位当红主播在带货不粘锅时,突然粘了锅,引来争议一片,甚至直播间里还出现类似“诺贝尔化学奖”的笑话。创新销售模式,突破营销局限,直播带货是一种拓展,但在促进消费的过程中,不管是带货主播、网络平台,还是生产企业、经营企业等商家,都理应对消费者权益负责。

3月31日,中国消费者协会发布的《直播电商购物消费者满意度在线调查报告》显示,消费者的主要担忧则表现在“担心商品质量没有保障”和“担心售后问题”。如果消费者在直播带货的消费过程中权益受到损害,作为直播带货的各方(主播、平台、生产经营企业)都需要承担哪些责任呢?

主播带货也要带上责任 懂法依法

针对食品领域的直播带货涉及到多项法律法规,如《中华人民共和国食品安全法》《中华人民共和国农产品质量安全法》《中华人民共和国广告法》《中华人民共和国消费者权益

保护法》《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国电子商务法》等等,所以说对食品带货直播,各方要谨慎,必须符合有关法律法规,必须保障消费者的合法权益。

中国消费者协会专家委员会专家、北京市汇佳律师事务所主任邱宝昌在接受记者采访时说,带货主播是名人广告代言的互联网升级版,与商品经营者的关系要根据其不同身份来定性责任。如果带货主播在直播中推销自己所经营的商品,其身份是经营者,也是广告代言人,如果消费者因观看直播而购买的产品不合格,消费者主张赔偿损失时,则带货主播应独立承担责任;如果带货主播只是与商家签订协议后帮其售卖商品,则带货主播此时就是商家的“广告代言人”或“形象代言人”,与经营者之间是委托代理关系,还必须遵守《广告法》的相关规定,承担广告主、广告发布者的法律义务,须对广告的真实性负责,并保证商品质量;如果带货主播所在公司是商品销售者,带货主播作为公司员工,此时带货行为属于工作行为,对公司而言是履行职务的工作行为,出现问题,责任主要是由主播所在的公司来承担;还有一种是特殊的带货主播,在网上利用直播主动介绍推销某些商品,如地方官员为地方农副产品带货,也应该遵守相应的法律法规。

根据《广告法》第38条的规定,广告代言人在广告中对商品、服务作推荐、证明,应当依据事实,符合该法和有关法律、行政法规规定,并不得为其未使用过的商品或者未接受过的服务作推荐、证明。也就是说代言人要有实际使用相关商品或服务的过程,不得仅凭客观情况向消费者推荐商品或服务。同时,不得利用未满十周岁的未成年人作为广告代言人。

“直播带货只是互联网新形式的广告宣传,但只要是广告宣传,就不得含有虚假或者引人误解的内容,不得欺骗、误导消费者。”邱宝昌表示,如果带货主播推荐给消费者的是关系生命安全健康的食品,不论其是否知道其宣传为虚假的,都需要对消费者的损失承担连带责任。”

需要提醒带货主播的是,并不是所有的产品都可以在直播中售卖和宣传,比如一些违禁食品、“三无”产品。值得关注的是,疫情期间,很多商家都

宣称自己的保健食品有“抗疫”功能、自己的医疗器械可以提高抵抗力等,这是不符合规定的。2019年,市场监管总局《药品、医疗器械、保健食品、特殊医学用途配方食品广告审查管理办法(征求意见稿)》第三次向社会公开征求意见,其中要求:药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品广告不得违反《中华人民共和国广告法》有关条款的规定,并不得出现使用医药科研单位、学术机构、行业组织、医疗机构或者专家、医生、患者的名义或者形象等情形。

此前的《保健食品广告审查暂行规定》中规定:保健食品广告应当引导消费者合理使用保健食品,保健食品广告不得出现含有表示产品功效的断言或者保证、含有使用该产品能够获得健康的表述等十七种情形和内容,并要求保健食品广告必须标明保健食品产品名称、保健食品批准文号、保健食品广告批准文号、保健食品标识、保健食品不适宜人群;以及“保健食品广告中必须说明或者标明‘本品不能代替药物’的忠告语;电视广告中保健食品标识和忠告语必须始终出现。”因此,带货主播在直播带货时,也得带上法律责任,要做一个学法懂法守法的主播。

直播平台应主动履责 利己利他

通过直播带货,网络平台能实现很好的收益,交易额屡创新高。在消费者权益受到侵害时,网络平台要承担什么责任呢?

《消费者权益保护法》规定,消费者维权时,网络平台要向消费者提供销售者或者服务者的真实名称、地址和有效联系方式,如不能提供,消费者可以要求平台赔偿,平台需代为消费者履行惩罚性赔偿义务。网络平台负有信息提供义务。网络平台负有信息提供义务有一个很重要的前提,即消费者因在网络平台上购买商品或接受服务时合法权益受损。如果消费者在网络上购买的是食品,根据《食品安全法》,要求平台提供销售者信息不以人身损害为前提,如出售过期食品,食品中非法添加食品添加剂等情况将承担法律责任。

邱宝昌指出,根据《中华人民共和国电子商务法》规定,对关系消费者生命健康的商品,

平台经营者对商品销售者的资质资格未尽到审核义务,或者对消费者未尽到安全保障义务,造成损害的,依法承担相应的责任,可能面临责令限期改正、罚款或者停业整顿的处罚。

网络平台理应对带货主播进行监督,对消费者负责,对社会负责。不仅网络购物平台,电视购物、商场、超市等各种购物平台,都应该做好审核和调查工作,这不仅是法律责任,也是一种社会责任。

消费者网购需理性 享受便利维护权益

在谈到消费者权益受到侵害如何维权时,邱宝昌建议:一是要理性消费,根据自己的需求而非网红推荐购买商品;二是要尽量选择品牌、正规、规范的网络平台购物;三是若发现自己购买的商品是不合格产品或者已给自己造成损失的,要保留好相关证据,比如购买记录,观看直播平台的记录,商品以及服务造成损失的证据,可以据此向网红或商品的经营者协商赔偿事宜,可向直播平台投诉、向相关组织单位投诉、向消费者权益组织或者向人民法院申诉,主张相应权利。

邱宝昌提到,希望消费者能关注与网络购物相关的法律法规。比如根据《食品安全法》《消费者权益保护法》等法律条款,消费者因不符合食品安全标准的食品受到损害的,可以向经营者要求赔偿损失,也可以向生产者要求赔偿损失,接到消费者赔偿要求的生产经营者,应当实行首负责任制,先行赔付,不得推诿;属于生产者责任的,经营者赔偿后有权向生产者追偿;属于经营者责任的,生产者赔偿后有权向经营者追偿,生产不符合食品安全标准的食品或者经营明知是不符合食品安全标准的食品,消费者除要求赔偿损失外,还可以向生产者或者经营者要求支付价款十倍或者损失三倍的赔偿金,增加赔偿的金额不足一千元,为一千元。但是,食品的标签、说明书存在不影响食品安全且不会对消费者造成误导的瑕疵的除外。

多管齐下 共促直播带货新模式健康发展

最后,邱宝昌也给带货主

播、直播平台、生产经营企业和监管部门提出了建议:第一,带货主播要对自己所代言商品的功能、性质等特点做好“功课”,对于自己未亲身使用的商品或服务不做直播,对涉及的法律法规全方面了解,并遵守相关法律法规,守住法律底线;第二,建议成立相关行业协会,对网红进行专业的培训,列出负面清单,让违规宣传、虚假信息 etc 违反法律法规的事情不再发生;第三,平台经营者可将与带货主播的有关约定写进平台协议或规则中,并在平台内予以公布,使平台内经营者知晓自己的带货行为,规范操作,一旦出现问题则应承担相应的责任,同时,平台经营者也可设置“黑名单”制度,如果主播所带的货品存在质量不合格、虚假宣传,欺诈消费者等问题,将实行禁入制度;第四,希望监管部门强化网络市场日常巡查,另外,要根据《电子商务法》《广告法》《消费者权益保护法》等法律法规制订出网络带货规则和相应的责任规定;第五,不建议地方官员为本地商品进行直播带货,因为地方官员带什么货,不带什么货,带谁的货,不带谁的货没有标准,所带货一旦出现因质量问题引发赔偿,该赔偿是由本人承担,还是由地方财政支付不好界定,更重要的是,地方官员直播带货干扰了正常的电子商务市场,不利于公平竞争。

企业通过直播带货,可以提升产品销售,可以通过相对较低的成本进行品牌的精准传播、产品试用与用户培育,更多的价值是体现在品牌露出与用户增量方面。随着互联网技术的提升和消费者网购习惯的形成,我们将慢慢地参与和适应这种新的销售模式,在这个过程中需要通过政府监管、社会监督、行业引导来更好的规范这种销售行为,通过法律法规的他律,实现网络购物和网络销售的交易自由。更需要主播、网络平台和生产经营等商家的自律,遵纪守法依规,维护市场秩序,保护消费者权益。

消费者在快乐网购的同时也要擦亮眼睛,鉴别真伪,理性消费,当权益受到侵害时,及时申诉、依法维权。只有这样,在食品行业以及整个消费领域,直播带货这个新兴营销模式才能健康、有序、持续地良性发展。