

实名制、限额度 直播打赏迎来强监管

11月23日,国家广播电视总局发布关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知(以下简称“通知”),其中明确,网络秀场直播平台要对网络主播和“打赏”用户实行实名制管理,封禁未成年用户的打赏功能并限制最高打赏金额。

限制打赏额度

具体来看,通知要求平台应对用户每次、每日、每月最高打赏金额进行限制。平台应对“打赏”设置延时到账期,如主播出现违法行为,平台应将“打赏”退还用户。

网络秀场直播平台要对网络主播和“打赏”用户实行实名制管理。未实名制注册的用户不能打赏,未成年用户不能打赏。要通过实名验证、人脸识别、人工审核等措施,确保实名制要求落到实处,封禁未成年用户的打赏功能。

近年来,随着智能手机和移动支付的普及,由未成年人打赏主播而造成的纠纷频繁发生。据不完全统计,近年来此类报道达30余件,涉案金额近亿。北京商报记者在今年6月曾报道一起未成年人打赏案件,刘先生16岁的儿子在观看某平台的直播时,累计给主播打赏了近200万元。

值得一提的是,该案二审恰逢最高法院出台相关文件。今年5月19日,最高法院发布《关于依法妥善审理涉新冠肺炎疫情民事案件若干问题的指导意见(二)》,明确未成年人“打赏”的返还标准。该案二审辩护律师、北京市盈科律师事务所高级合伙人高同武说:“在意见刊发后三天,案件就再度开庭。并在月底就出了结果,调解全额退还158万元,并给退还一二审诉讼费。”

重点关注青少年

虽然在未成年人打赏方面陆续有相关监管跟进,但主要还是停留在“事后补救”层面。要想从源头解决打赏争议,平台始终肩负“最后一道坎”的直接责任。在浏览直播平台过程中,北京商报记者注意到,不少平台都设置了“青少年模式”,在此模式下无法进行打赏,观看时间也受到限制。根据国家网信办要求,从去年3月到去年年底,有53家网络直播和视频平台上线“青少年模式”。

但实际上,只要输入密码,“青少年模式”即可轻易关闭。不管是猜到密码关闭青少年模式,或是以父母的账号登录,对于未成年人来说都不是什么难事。中国互联网信息中心发布的报告直言,直播平台的“青少年模

式”形同虚设。

对此,通知要求,平台不得采取鼓励用户非理性“打赏”的运营策略。对发现相关主播及其经纪代理通过传播低俗内容、有组织炒作、雇佣水军刷礼物等手段,暗示、诱惑或者鼓励用户大额“打赏”,或引诱未成年用户以虚假身份信息“打赏”的,平台须对主播及其经纪代理进行处理,列入关注名单,并向广播电视主管部门书面报告。

而对于点击量高、成交量虚高、“打赏”金额大、业务类别容易出问题的直播间,通知明确指出要建立人机结合的重点监看审核机制,跟踪节目动态,分析舆情和原因,及时采取措施,防止导向偏差和问题。

保证实名制

网络直播市场规模持续扩大,弗若斯特沙利文的数据显示,我国视频直播行业的市场规模已由2015年的64亿元增长至2019年的1082亿元,同时视频直播行业的付费用户规模也在2019年增长到了3610万人。

然而,各种乱象的出现也影响到行业的正常发展。其中,未成年人花费千元甚至数万元“巨额”打赏主播的案例不时出现,成年人因“打赏”而花光积蓄甚

至背上债务的情况也并非个例。与此同时,为了获得高额“打赏”,部分主播也打起擦边球,用虚假信息、涉及色情等手段作为噱头。

从广电总局此次发布的通知来看,通过实名验证、人脸识别、人工审核等措施,或许确实能够确保实名制要求落到实处。卓纬律师事务所合伙人孙志峰说:“通知在法律性质上属于实施性的规范性文件,属于针对某一类问题实施管理和治理的抽象行政行为。现实中,这种规范性文件,往往对于法律、行政法规或部门规章的细化,对于平台来说具有当然的约束力,现实中因为通知要求更加细化和更加有针对性,平台也会更加重视通知具体要求。”

“规范‘打赏’单靠提示信息能够起到的作用较为有限,必须以技术手段进行配合。”数字文创产业智库研究员李杰认为,借助技术手段能够提升监管效率,同时对于失去理性的“打赏”行为能够尽快进行遏制。但对于未成年人“打赏”行为,除了平台方等的限制外,监护人也需要承担起相应的职责。而未来若要对“打赏”进行上额限制,如何确定具体数额也需要根据市场进行深入调研,既保证行业能够良性运行,也保护受众权益不受侵害。

(北京商报)

<<<上接12版

答:塑料污染治理是一项复杂的系统工程,涉及生产、流通、消费、回收、处置等众多环节。《报告办法》是商务部门贯彻落实《固废法》的具体举措,旨在通过明确“谁来报、报什么、怎么报”等具体事项,完善一次性塑料制品使用、回收报告制度和程序,推动流通环节市场主体履行好报告义务,减少塑料制品的使用,加大塑料废弃物的回收,积极推广应用替代产品。当然,禁塑限塑目标任务的完成,不仅需要流通环节加强管理,更需要加强塑料制品生产、流通、使用和回收处置的全过程管理,增强全生命周期管理的系统性和整体性,建立形成塑料污染治理的长效机制。

问题三:《报告办法》涵盖哪些主要内容?

答:《报告办法》共二十二条,主要包括制定依据、鼓励原则、适用范围、职责范围、报告方式、报告要求、报告主体、报告内容、报告周期、工作要求、数据应用、奖惩措施、解释权限和实施时间等十四个方面的内容。

问题四:《报告办法》的主体范围是如何确定的?包括哪些企业和个人?是否会减损企业和个人的合法权益或者增加其义务?

答:《固废法》规定了商品零售场所开办单位、电子商务平台企业和外卖企业需履行一次性塑料制品使用、回收报告义务,《报告办法》对此做了进一步细化。具体来说,商品零售场所的范围是依据《商品零售场所塑料购物袋有偿使用管理办法》(2008年,由商务部、发展改革委、原工商总局联合发布)来确定的,即包括各类超市、商场和集贸市场;电子商务平台则在《电子商务法》中有清晰明确的规定;外卖企业在现行的法律法规、

部门规章中尚无明确的定义,《报告办法》根据一次性塑料制品使用的实际情况作出原则性规定,即外卖企业是指通过电子商务平台等方式提供外卖服务的零售、餐饮企业。按照上述规定,需要报告的市场主体既包括零售、餐饮外卖、电子商务平台企业,也包括从事商品零售的个体工商户。

根据《商务部规范性文件制定和管理办法》第十七条规定,制定规范性文件,不得减损公民、法人或其他组织合法权益或者增加其义务。《报告办法》对报告主体范围的确定主要根据相关法律法规和一次性塑料制品使用实际情况作出具体规定,既不扩大主体范围、增加义务,也不缩小主体范围、豁免义务。比如说,《固废法》要求电子商务平台企业履行报告义务,《报告办法》在确定电子商务平台企业范围时,既要遵守《电子商务法》关于电子商务平台经营者和平台内经营者的不同定义,也结合实际提出要求,即电子商务平台企业一方面报告其自营业务产生的一次性塑料制品使用、回收情况,另一方面报告其对平台内经营者使用、回收一次性塑料制品的总体评估情况。再比如,《固废法》要求外卖企业履行报告义务,《报告办法》根据外卖服务实际情况,规定提供外卖服务的零售、餐饮企业进行报告,这里的报告主体是零售、餐饮企业,不包括从事餐饮服务的个体工商户,也不包括不从事外卖服务的餐饮企业。另外,需要说明的是,根据《电子商务法》相关规定,外卖平台在《报告办法》中作为电子商务平台予以规范。

问题五:生活中常见的一次性塑料制品数不胜数,如何确定一次性塑料制品的报告范围?

答:近年来,塑料制品的使用越来越

广泛,给人民群众生活带来便利的同时,也造成环境污染和资源浪费问题。发展改革委同相关部门印发的《关于进一步加强塑料污染治理的意见》《关于扎实推进塑料污染治理工作的通知》等文件,对现阶段使用量大、问题相对突出、社会反映强烈的部分塑料制品,提出了明确的禁限规定要求,并将适时更新发布塑料制品禁限目录,细化禁限范围和执行标准。《报告办法》主要根据上述文件规定,细化一次性塑料制品报告范围,并将根据国家相关规定进行动态调整。同时,《报告办法》还结合行业实际,提出了差异化报告的要求,即商品零售场所开办单位报告不可降解塑料购物袋、连卷袋的使用和塑料废弃物的回收情况;电子商务平台企业报告其自营业务产生的不可降解塑料包装袋(含编织袋)的使用和塑料废弃物的回收情况;外卖企业报告不可降解塑料购物袋、塑料餐盒、塑料餐具(刀、叉、勺)、塑料吸管的使用和塑料废弃物的回收情况。

问题六:很多零售、餐饮、电子商务企业都是跨区域经营,如何保证同一家企业下设的门店在报告时能够做到不遗漏,同时又不增加企业负担?

答:《报告办法》规定,相关市场主体原则上向所在地县级商务主管部门进行报告。考虑到报告主体设立分支机构、开设店铺等跨区域经营的实际情况,《报告办法》对此类企业作出专门规定,即电子商务平台企业以及跨区域经营的零售、餐饮企业,由企业总部向所在地县级商务主管部门报告。同时,为了减轻企业负担,企业总部报告内容为其一次性塑料制品整体使用、回收情况,无需对门店具体情况进行分别统计报送。此外,根据《固废法》一百零六条规定,未按照国家有关规定报告的,由县级以上商务

部门实施行政处罚,为避免因信息不对称导致企业受到行政处罚,相应建立了地方商务主管部门信息共享机制。

问题七:《固废法》赋予了商务主管部门行政执法权,执法方面,此次出台的《报告办法》是怎么规定的?

答:《固废法》规定,由县级以上地方人民政府商务主管部门行使行政处罚权。考虑到目前地方商务执法队伍、职能有的保留在商务部门,有的则根据综合执法相关规定,已划入市场监管部门的客观现状,为了做好地方执法工作,《报告办法》进一步明确,由县级以上地方人民政府确定的承担商务执法职责的部门,依法处理或实施相应处罚。

问题八:《报告办法》何时实施,当前还有哪些准备工作要做?

答:《报告办法》规定,本办法自发布之日起三十日后施行。具体来讲,市场主体报告情况从2021年1月1日开始,至1月30日结束,首次报告周期为2020年7月1日至2020年12月31日。为便于市场主体履行报告义务,以及地方商务部门接收、处理报告信息,商务部组织开发了一次性塑料制品使用、回收报告系统,并编制了系统操作指南,目前已上线运行。从现在开始,需履行报告义务的市场主体即可登录商务部信息报告系统,进行注册登记,填报相关信息,提前做好数据填报的相关准备工作。报告开始前,各级商务部门可通过多种方式,大力组织宣传,加强组织实施,扩大社会知悉范围,确保报告义务主体应知尽知,应报尽报。报告过程中,各级商务部门应加强行业指导,做好报告情况审核等工作;报告期结束后,各级商务部门应做好相关行业汇总分析,加强后续政策研究,推进塑料污染治理工作不断深化。

(商务部)