

本想“薅羊毛”反被“割韭菜”

直播带货出纠纷找谁主张权利

网络直播真是越来越火。数据显示，2021 年双十一，网络直播间的销售额比前年增加百亿。然而，一面是直播带货大火，一面是直播间“翻车”不断、假货横行，更有主播在直播中被警察带走。消费者在直播间购物时如何防止被“割韭菜”，遭受消费欺诈该向谁维权，良好的网络营销环境该如何建立？

选择平台下单

避免私下交易

小李在某短视频平台主播的直播间观看直播练字时，看到了该主播出售写字教程、钢笔的广告，遂与主播微信联系，达成交易意向并微信付款 280 元。

收货后，小李发现钢笔笔尖出水不流畅，就告知主播钢笔存在质量问题，该主播同意更换同型号新钢笔，但后期却以各种理由拒绝为小李退款退货。

小李联系短视频平台所属公司，要求公司解决此事，但公司拒绝了小李的退货主张，并拒绝提供主播身份信息供小李用于起诉。后小李以该短视频平台所属公司的主播出售“三无”产品、存在恶意欺诈等事实为由，将公司诉至法院，要求赔偿购物损失及三倍赔偿共计 1120 元。

法院经审理认为，公司作为直播平台，为用户提供上传视频、直播互动功能，小李与主播并未通过涉案短视频直播平台的购物链接交易，故小李与涉案公司双方不存在买卖合同关系。小李与该主播通过微信转账交易，双方建立买卖合同，涉案公司不是合同相对人。故法院最终裁定驳回了小李的起诉。

“薅羊毛”反被“割韭菜”

找准经营者寻求赔偿

2019 年 5 月，小王在某 APP 直播间观看直播，主播小许手持手机向直播间粉丝售卖，并介绍称手机原价 1 万多元，由于手机使用数月，四五千块钱就可出售，并推销称有购买需要的观看者可添加其主页资料中的微信号联系购买。小王按推荐添加小许主页上的微信后询问价格、交易方式、手机信息，对方称微信转账，快递发货。

小王收货后认为涉案手机为仿冒、山寨机，要求小许退货退款。小许回复称自己也是被骗，退货需要等下家，后将小王拉黑。

小王向直播平台投诉反映，该公司给予的答复为“判定和解失败，已对对方账户作出处理”。几天后，小王发现该主播仍在直播，后多次联系直播平台，官方均作上述答复。

2019 年 12 月，小王按照快递单上的地址，请假赴成都市小许所在单位维权，发现小许已离职。小王在成都逗留数日，多方寻找无果，遂以网络购物合同纠纷为由，将小许及直播公司诉至法院。法院受理该案后，判令小许向小王退还购机款 4000 元，并三倍赔偿 1.2 万元；同时赔偿小王合理支出 3000 元。

法院认为，小许存在在直播间内持续挂“小黄车”的行为，系其利用主播身份不断为商家引流提供宣传推广服务，具有对外出售商品

《消费者权益保护法》第四十条规定，消费者通过网络交易平台购买商品或者接受服务，其合法权益受到损害的，可以向销售者或者服务者要求赔偿。网络交易平台提供者不能提供销售者或者服务者的真实名称、地址和有效联系方式的，消费者也可以向网络交易平台提供者要求赔偿；网络交易平台提供者作出更有利于消费者的承诺的，应当履行承诺。网络交易平台提供者赔偿后，有权向销售者或者服务者追偿。网络交易平台提供者明知或者应知销售者或者服务者利用其平台侵害消费者合法权益，未采取必要措施的，依法与该销售者或者服务者承担连带责任。

网络交易平台提供者并非买卖合同或服务合同的当事人，亦非居间人或出租人，而是为交易双方提供网络交易平台服务的主体。上述案例中，小李通过微信与主播进行交易，未经第三方平台，其交易行为难以得到行政监管部门的监督规范。因此建议喜欢通过直播购物的朋友，一定要在知名度较高的网购平台上选择信誉度较高的商家，下单时在平台链接内下单。

以获利的主观意图，故能够认定小许具有电子商务经营者身份。小许私下交易的直播带货行为可视为其利用主播身份引流并实现流量变现，具有主播和商品销售者的双重身份，故其此次直播带货行为应被认定为经营行为。

同时，经鉴定涉案手机为仿冒机，且根据当庭演示涉案手机时的短暂使用体验和手机外观，可判定涉案手机与正品存在明显差异；小许自述曾使用过涉案手机，应对上述涉案手机情况有所了解，而在交易过程中明确告知小王涉案手机功能没有问题，属隐瞒事实、告知虚假，导致小王陷入错误认识而购买，构成欺诈。某公司尽到了事前提示和事后监督义务，不应承担相应责任。所以法院依法作出如上判决。

直播的优势是，主播与客户间的黏性和信任度更高，客户下单更直接，劣势是门槛低，可能存在的问题包括销售者对销售产品了解不透彻、从业人员资质无法掌握、娱乐性主播涉黄赌毒、电商主播产品质量安全监管不及时、主播配合商家演戏求销量、主播之间为求客户数相互比价格、价格越卖越低赚不到钱、卖假货骗人等。本案是直播中常见的一种诈骗手法，仅互联网个体监管可能还不足以解决行业漏洞，还需对直播平台体系性、针对性的约束。



资料照片

直播间套路多

谨慎进行射幸交易

商贸公司居间购买缅甸原石，商贸公司向小于收取手续费，小于、商贸公司之间存在居间服务关系。此外，商贸公司还为小于提供解石服务和寄送服务，所以小于与商贸公司之间存在包含多项内容的合同关系。

小于以开出来的石头与商贸公司陈述不相符且没有收到货为由要求退款，其有责任提供证据予以证明，否则，应承担举证不能的后果。而小于在充分证据证明的情况下拒收快递，可以认定其行为属于无正当理由拒绝受领，涉案石料毁损、灭失的风险应由小于承担，继而未能提交涉案石料的后果也应由小于自行承担。故法院判决驳回小于的诉讼请求。

在直播间购物时，主播展示的商品实物有可能与下单链接上展示的商品并不一致。根据《产品质量法》第四十条的规定，售出的产品

有下列情形之一的，销售者应当负责修理、更换、退货；给购买产品的消费者造成损失的，销售者应当赔偿损失：（一）不具备产品应当具备的使用性能而事先未作说明的；（二）不符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准的；（三）不符合以产品说明、实物样品等方式表明质量状况的。销售者未按照第一款规定给予修理、更换、退货或者赔偿损失的，由产品质量监督部门或者工商行政管理部门责令改正。

此时，消费者需要对买卖双方约定的商品质量、其所购买的商品质量承担举证责任。这就需要消费者在直播购物时，注意对主播所描述、承诺的商品质量状况进行取证，在浏览网页时可以对商品的宣传图片或文字截屏保存，同时保留好商品原件，并对其进行拍照保存，以便后期出现纠纷时维权。

直播带货出新规

平台责任难推诿

直播平台、互联网音视频平台等以生产、提供内容为主营业务的平台，为其用户提供网络直播营销服务。因此，如果直播平台上存在电子商务活动，也会被认为符合《电子商务法》第九条第二款所规定的“场景+功能”的电子商务平台认定标准。

自 2021 年 5 月 25 日起施行的《网络直播营销管理办法（试行）》，明确规定了直播营销平台应当建立健全账号及直播营销功能注册注销、信息安全管理、营销行为规范、未成年人保护、消费者权益保护、个人信息保护、网络和数据安全管理等机制、措施。同时，《办法》还对直播营销平台相关安全评估、备案许可、技术保障、平台规则、身份认证和动态核验、高风险和违法违规行为识别处置、新技术

小于看到有商贸公司直播代购缅甸翡翠原石，便与人合伙购买，均摊原石价款及手续费共 22 万元。小于在购物网站上进行了确认收货，并将 2.2 万元支付给了商贸公司。

该商贸公司在小于等 10 人确认收货后进行解石，直播了原石解成大块的过程，但是没有直播切割、分配、包装小块石料的过程。商贸公司通过邮寄向小于交付货物时，小于认为货物与商贸公司当时的描述不符，退回了货物并申请退款。该商贸公司拒绝退款，认为原石是经买家再三确认后开切的，公司在发货前已将分配给小于的小块石料拍照发给小于供其确认发货，故买家不能以商品质量问题或描述不符退换货。随后，小于将该商贸公司诉至法院，要求其赔偿经济损失 2.2 万元。

法院经审理认为，小于等人经

对直播带货的规制，立法、司法实践正从传统的对直播间主播身份的关注，转变为对直播内容及直播平台、直播间法律责任的关注。

以前对于直播带货法律责任的探讨，集中于带货主播个体责任。“带货”的主播可大致分为三种类型：代言型主播、销售型主播和生产型主播，其身份也相应地区分为广告代言人、销售者、生产者等不同角色。从法律视角来看，不同角色所需履行的义务和应承担的法律责任同样有所区别。

随着直播行业的日益成熟，个体在隐退，主播们纷纷成立自己的公司或加入 MCN 公司进行直播带货活动，就是我们常见的经营一个直播间。

同时，经营直播带货的直播平台，也与其他平台不同。互联网直

和跳转服务风险防范、构成商业广告的付费引流服务等作出详细规定。

例如，直播营销平台应当与直播营销人员服务机构、直播间运营者签订协议，要求其规范直播营销人员招募、培训、管理流程，履行对直播营销内容、商品和服务的真实性、合法性审核义务。在此规定下，如果直播平台未能举证证明履行了审核义务，就要对消费者承担责任。在此情况下，消费者的合法权益在受到侵害后，多了一份保障。

由此可见，当消费者在直播间被“割韭菜”之后，可以追责的主体有主播、直播间的经营者、直播平台，涉及产品质量责任的，还可以找生产者主张权利。

（综合整理自新华社、经济参考报）