

2022 年 3·15 特刊特聘法律指导机构



申明执法为民
房系百姓冷暖

地址：上海市恒丰路 399 号达邦协作广场 33 楼
咨询电话：021-63546661
网址：www.shenfanglaw.com

明星直播间里：频频买到假货

市消保委提醒：消费者注意甄选平台，及时截图保存商家宣传承诺

□记者 翟梦丽

“买它！买它！买它！”从李佳琦开始，主播进入大众的视野，随着直播带货持续火爆的发展，主播也不再局限于像李佳琦这样的专业“选手”，越来越多的跨界“选手”涌入直播行业，想要分一杯羹。

明星就是直播行业的“新生力量”，近两年，无数明星纷纷下海带货开始直播。利用在影视行业积攒的人气，明星主播自带流量，不少商家也正是看中这一点请明星直播带货。

但火爆的直播间流量下，却隐藏着暗涌：不少消费者称在明星直播间购买的商品是假冒伪劣产品。

兰蔻大“粉水”仅售199元 买来一看是假货

网友汤小姐去年 11 月 20 号在某明星的直播间购买了一款护肤品，兰蔻“粉水”，到手价格为 199 元 400 毫升，同时赠品为 125 毫升装的小瓶试用装，值得注意的是，赠品限量，需要抢购。而在兰蔻官方旗舰店中，这样一瓶护肤品售价是 435 元。

收到货后，汤小姐明显感觉这次购买的产品和以往自己使用过的有所不同，于是，她在购买平台上联系客服，客服并没有给汤小姐任何回复，这时汤小姐发现当天直播间售卖的所有产品均已下架。寻求客服帮助不成，汤小姐转而联系带货明星主播的助理。这次终于有了回音，助理称需要汤小姐先进行专业的鉴定，如果鉴定结果显示产品为假，将假一赔三。汤小姐在两家平台鉴定的结果均显示这一瓶护肤品是假货。但随后，在鉴定方式上，助理的回复限定了渠道：不支持第三方鉴定结果。助理给出的解释称第三方平台与产商没有合作关系，不具备检验资质，第三方平台的检测师不具备检测产品的相关认证，此外，美妆产品不同批次均有细微差距，无法通过图片进行鉴定。那到底要怎样鉴定对方才会认可呢？对方称汤小姐可以将产品邮寄给他们进行成分的鉴定。以防万一，汤小姐联系了其他也认为购买到假货的买家，决定将自己这瓶邮寄给对方，同时留有一瓶作为证据。随后，该助理表示，可以出示采购的清单、发票图片，证实直播间所卖产品确实来自官方厂家，是真货。但在给出这样的承诺后，汤小姐就再也联系不上这名助理。同时，在这位明星发布的内容下方，汤小姐质疑产品真假的评论也被删除。

“谁在明星的直播间买东西不是为了便宜一点，又看中了明星的口碑作为保障呢？”汤小姐并不否认自己是看中了明星直播间优惠的价格，毕竟，谁会想到，明星会公然在自己的直播间卖假货呢？

汤小姐此后将自己这段在明星直播间购买到假货及维权的经历发布在网上，不少网友留言表示自己也曾有在明星直播间购买到假货的经历。



火爆的直播间里，商品质量真假难辨

在各个社交平台都能发现，不少网友都曾上过明星直播间的当。被明星本人和低价吸引，买到了假货。大部分买家都像汤小姐一样，维权遭遇困难，但也有少部分网友分享自己维权成功的案例，在质疑自己买到假货后，退货成功。

明星直播带货也要负法律责任

几十元的金条，几百元的国际知名品牌手提包，两位数的茅台酒……你没有看错，这些在明星直播间都能买到。不少人看到如此疯狂且低廉的价格可能都会忍不住动心，但理智思考，这可能吗？

此前，一位明星在直播带货过程中突然大哭，原因就是评论中，有粉丝称自己在其直播间购买到假货但没有办法退货，希望其他人在购物的时候小心一点。这位明星看到后嚎啕大哭，解释称自己每天卖 10 万单左右，难免会有疏忽，希望网友可以理解，并再三保证自己所售卖的产品经过了严格的审核，还搬来自己的学历背书，称自己是经济学出身，有着专业的知识。但网友并不买账，在这一段视频下方，不少人质疑：演得有点过头了。忙归忙，顶多就是发错货，怎么可能发出来假货？

事实上，如今不仅能在戏剧中看到明星流泪，在直播间更是隔三差五就能看到他们泪崩的场景。或许眼泪能够让支持者心疼，但消除了明星带货产品质量问题的疑云，明星不能简单用泪水和口头承诺搪塞维权的消费者。

明星本身就备受大众关注，有众多的支持者。比起一些网络红人，大家更愿意相信明星。良好的公众形象为明星以及其所直播带货的商品提供了坚实的保障。目前，我国《广告法》明确，广告代言人明知或者应知广告虚假仍在广告中对商品、服务作推荐、证明的，由市场监督管理部门没收违法所得，并处违法所得一倍以上二倍以下的罚款。虽然直播带货与代言不同，但明星也是利用自己的名气为商品背书。记者了解到，日前，上海市市场监管局制定发布的《商业广告代言活动合规指引》中明确，网络直播活动中，直播内容构成商业广告的，参与网络直播，以自己的名义或者形象对商品、服务作推荐、证明，应当履行广告代言人的法律责任和义务。同时，含有商业植入广告的综艺节目中，参与的明星艺人、社会名人等，以自己的名义为植入的商品、服务进行了推荐、证明（如通过创意中插、情节设计等广告形式），符合广告代言人的定义，应当履行广告代言人的法律责任和义务。

消保委建议 不要盲目相信主播的宣传承诺

直播带货释放了消费需求、拉动了经济增长。直播间“人、货、场”三要素的优化配置，也使消费者有了新的消费体验。本质上，直播带货是消费者与经营者之间达成交易的一种形式和手段，依据“谁销售谁负责”的原则，明晰了销售方，消费者就有权要求其依据《消费者权益保护法》的相关规定，严格落实主体责任。同时，相关部门、行业也陆续出台了有关直播带货的规范，如：2020 年 6 月中国广告协会发布《网络直播营销行为规范》；同年 11 月国家市场监督管理总局也发布了《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》。相信随着相关规则的落地落实，直播带货营销新业态能更加健康有序发展。

在此，市消保委也提醒消费者，通过直播带货购买商品或服务：一是选择规模较大、信誉度较高的平台，仔细查看作为销售方的入驻平台商家的公示信息；二是不要盲目相信主播的宣传承诺，避免冲动消费，有疑虑及时在直播间提出；三是及时截图保存商家公示信息、宣传承诺、聊天记录、购物记录等，发现问题及时向相关部门或消保委投诉维权。

律师意见

首选大平台 购物留凭证

孙鸣民

通过网络直播买货日渐成为大家购物的新选择，与此同时，网络直播消费纠纷也呈现出快速增长的趋势。针对司法实践中出现的新情况、新问题，为正确审理网络消费纠纷案件，依法保护消费者合法权益，促进网络经济健康持续发展，最高人民法院出台了《关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定（一）》，该规定自 2022 年 3 月 15 日起施行。

其中第十一条到第十七条都是针对网络直播消费作出的特别规定。如：针对虚假宣传的问题，上述规定第十条明确，如果因平台内经营者的工作人员在网络直播中虚假宣传等给消费者造成损害，消费者有权主张平台内经营者承担赔偿责任。实践中还会出现消费者对于网络直播营销中实际销售主体辨识不清，不知道是带货的明星，还是直播间的运营者的问题。上述规定第十二条明确，直播间运营者要能够证明已经标明了其并非销售者并标明实际销售者，并且要达到足以使消费者辨别的程度，否则，消费者有权主张直播间运营者承担商品销售者责任。如果直播间运营者已经尽到标明义务的，人民法院则会综合交易外观、直播间运营者与经营者的约定、与经营者的合作模式、交易过程以及消费者认知等因素予以认定。

提醒广大消费者通过直播购物时，首先要选择有信用的大平台；其次购物时要注意凭证等的留存；最后，就算遇到问题也不要急，通过法律途径积极维权才是最佳的选择。

（“律师意见”撰稿者为“3·15”特刊特聘法律指导机构上海市申房律师事务所执行主任）



美妆产品是直播间的宠儿