

网络直播营销有章可循

■圆桌主持 陈宏光

本期嘉宾

上海光大律师事务所 潘轶

上海浩信律师事务所 和晓科

上海中夏律师事务所 李晓茂

主持人：

如今各个平台上的网络直播营销活动方兴未艾，但是对网络直播营销直接进行规范的法律法规却仅有一部“试行”的《网络直播营销管理办法》。

近日上海市市场监管局发布了《上海市网络直播营销活动合规指引》，这也是我国省级层面首个关于网络直播营销的指引。

那么，这部法律规范对于网络直播营销有哪些重要的“指引”呢？

针对直播营销活动

作为市场活动的监管部门，上海市市场监管局发布的这一指引，明确针对的是“网络直播营销活动”。

潘轶：目前的网络直播形态中，主播往往有各种各样的定位，也有不同的盈利模式，还有纯粹自娱自乐的非营利主播。作为市场活动的监管部门，上海市市场监管局发布的这一指引，明确针对的是“网络直播营销活动”，也就是说，其他形式的主播，或者主播非营销活动的直播行为，不受该指引的调整。同时该指引明确，“在本市

开展的网络直播营销活动适用本指引。本指引所称的网络直播营销活动是指通过互联网站、应用程序、小程序等，以视频直播、音频直播、图文直播或多种直播相结合等形式推销商品或服务的商业活动”。并且指引还对直播营销平台、平台内经营者、直播间运营者、主播和主播服务机构作了界定。

不应签订“最低价协议”

指引明确规定：直播间运营者不应要求平台内经营者签订“最低价协议”或其他不合理排他性强制条款。

和晓科：很多人喜欢在网络直播间购物，是看中了这一渠道的价格低、赠品多，有些流量主播也凭借自己的人气，或明或暗地要求其营销的产品或者服务必须是“最低价”，或者要求签订排他性协议，这就可能涉嫌不正当竞争。为此指引明确规定：直播间运营者应当按照平台规则和合作

协议，依法对直播营销活动进行规范建设、内容审核以及违规处置。不应要求平台内经营者签订“最低价协议”或其他不合理排他性强制条款。主播直接和平台内经营者签订协议的，不应要求平台内经营者签订“最低价协议”或其他不合理排他性强制条款，并且依法履行纳税义务。

违法违规失德列入黑名单

指引明确应当“将严重违法违规主播和因违法失德造成恶劣社会影响的人员列入黑名单”。

李晓茂：去年5月25日起施行的《网络直播营销管理办法（试行）》已经明确，直播营销平台应当建立黑名单制度，将严重违法违规的直播营销人员及因违法失德造成恶劣社会影响的人员列入黑名单，并向有关主管部门报告。因此，本市制定的指引也对此作了规定：直播营销平台在直播营销活

动中，应当依法制定并公开网络直播营销管理规则，加强直播营销生态管理，依法履行平台管理责任。加强对主播账号注册审核管理，强化对主播及其他参与直播人员的管理，将严重违法违规主播和因违法失德造成恶劣社会影响的人员列入黑名单，及时公示黑名单供平台内经营者、直播间运营者、主播服务机构掌握。



资料图片

链接

温州公布网络直播营销典型违法案件

据《温州商报》报道，记者从浙江省温州市市场监管局获悉，自今年4月份以来，温州市市场监管部门已查处各类涉网络直播营销的案件41件，移送公安部门2件，案件涉及产品质量违法、价格违法、食品安全违法、侵犯知识产权、不正当竞争、广告违法、侵犯消费者权益等类型的网络直播违法行为。近日，该局向社会公布了10件涉及网络直播营销的违法典型案例，其中包括：今年5月4日，温州创胜贸易有

限公司工作人员在其直播间“同仁堂创胜专卖店”发布违法食品广告，广告内容包含有“北京同仁堂清有菌固体饮料……专门是解决我们肚子里幽什么菌的，如果我们家里有人幽什么菌这块有困扰的，主播建议你们看一下我们三号链接。想要控制体形的，还能解决湿气这块，还能起到吸油这块作用……”当事人提供发布上述广告内容的食品广告费用合计为887元。执法人员表示，当事人发布食品广告涉及疾病治疗功能，以及使

用医疗用语或者易使推销的商品与药品、医疗器械相混淆的用语，违反《广告法》相关规定，根据《广告法》第五十八条第一款第二项之规定，温州市鹿城区市场监督管理局决定责令当事人停止发布违法广告，处罚款1774元。望广大网络直播营销市场主体引以为戒，加强自律审查，依法合规从事网络直播营销活动。也希望社会各界加强监督，发现网络直播营销违法违规行为，及时向政务服务热线举报投诉。

商品服务“负面清单”

指引明确列出了10项“负面清单”，“依据法律法规的规定，不得以网络直播形式推销或者提供下列商品或服务”，其中包括处方药、烟草制品(含电子烟)、声称全部或者部分替代母乳的婴儿乳制品、饮料和其他食品等。

潘轶：指引明确对网络直播营销列出了10项“负面清单”，“依据法律法规的规定，不得以网络直播形式推销或者提供下列商品或服务”，其中

包括国家明令淘汰并停止销售的商品和失效、变质的商品，不符合强制性国家标准的商品或服务，损害国家利益和社会公共利益、违背公序良俗的商品或

服务，处方药、烟草制品(含电子烟)、声称全部或者部分替代母乳的婴儿乳制品、饮料和其他食品等禁止在大众传播媒介发布广告的商品或服务。

保障未成年人老年人合法权益

指引明确直播营销平台、平台内经营者、直播间运营者应当建立健全未成年人保护机制，应当保证涉老产品或服务的质量和安

和晓科：为了加强对未成年人、老年人这一特殊受众的保护，指引也作出了特别规定：直播营销平台、平台内经营者、直播间运营者应当建立健全未成年人保护机制，利用网络直播推销以不满十四周岁的未成年人为对象的商品或服务，不得劝诱其要求家长购买或者含有可能引发其模仿不安

全行为的内容，不得无依据随意冠以“婴幼儿专用”“儿童专用”等标识进行差别化宣传和高价销售，不得面向未成年人无底线营销含色情、暴力、不良诱导内容的商品或服务，不得含有炫富拜金、奢靡享乐等危害未成年人身心健康的信息。不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人。直播营销平台、平台内经营者、

直播间运营者应当保证涉老产品或服务的质量和安