

国外如何规范网红带货

随着社交媒体飞速发展，拥有大量粉丝的网红影响力也越来越大，从化妆品等日常消费品到基金等金融产品，他们的“只言片语”都可能影响粉丝的购买意愿。如果缺乏监管，一些网红的“不法”行为将会损害消费者的权益，甚至对经济秩序造成冲击。

12 月 12 日，上海市市场监管局发布修订版《上海市网络直播营销活动合规指引》。其中，禁止恶意营销条款明确，平台内经营者、直播间运营者、主播等不得借未成年人、患病或残障人士、孤寡老人等进行带货牟利，不得编造演绎虚假猎奇剧情进行欺诈销售，不得营造“卖惨”人设博取同情进行商品推广。近年来，相关部门重拳出击，对短视频、直播平台存在的擦边、低俗等乱象持续开展专项整治，取得积极效果。本期《域外之音》看看国外一些国家如何管理规范网红的带货行为。

“P图”宣传等同欺诈 可能会受到监禁和罚款

近些年，随着数字技术的进步，网红给自己的容貌或者所推广的产品上加一层“滤镜”越来越流行。多个国家就网红和名人的修图也专门制定了相关法律。

法国政府今年出台相关新法，从法律意义上定义“网红”职业及其行为，打击刻意误导和欺诈行为，在保护消费者权益的同时也对从业者的权益作出细致规定。法国由此成为针对“网红”商业活动率先制定较完整监管框架的国家之一。

DGCCRF（法国竞争、消费和反欺诈总局）在 2021 年就对 60 多名网红及其背后的公关公司展开过调查，并于今年 1 月底公布了调查报告。报告指出，每 10 名网红中就有 6 人未遵守广告或消费者权益保护的相关规定，其中就包括用美颜滤镜美化产品使用效果的虚假宣传行为。

据法国参议院经济事务委员会统计，法国约有 15 万名网红，不少网红利用自己的影响力带货，其推广内容五花八门，法国社会要求监管的呼声越来越高。今年 1 月，法国社会党和复兴党议员联合提交了一份规范网红商业行为的法案，该法案于 5 月底和 6 月初分别通过国民议会和参议院的投票表决。法案对网红商业行为设置了明确的“禁区”，如禁止网红推销医疗美容和医疗器械、禁止推广含尼古丁的产品，推广化妆品必须标明是否使用了滤镜，严格控制对酒精、保健品、金融产品的宣传等。违反相关法案规定的网红最高面临二年的监禁和 30 万欧元的罚款。

该法案实施三个月来，已经有多名网红遭到曝光和处罚，最近上榜的是在社交媒体上拥有 25 万粉丝的罗拉·马拉。据法国 BFM 电视台报道，马拉因违规发布隐性广告内容，被法国竞争、消费和反

欺诈总局（DGCCRF）曝光，并被责令“停止欺骗性营销行为”。

除了马拉，卡普辛·阿纳夫、安东尼·马特奥、朱利安·伯特等多名网红也因“不法行为”被 DGCCRF 点名。上月，一个名为普佩特·肯扎的网红还因推广一款在法国禁售的牙齿美白剂，被处以 5 万欧元的罚款。对此，法国网友大都表示支持并称，“也该查查他们的税单！”“要想屏蔽这些网红，只能远离社交媒体了。”不过迄今为止，Instagram 等社交媒体平台并未对这些网红账号采取措施。

德国政府官员表示，他们希望为广告商和社交媒体有影响力的人发布图像时，如果使用了美颜滤镜，应加以注明，以免误导消费者。德国 16 个州的大多数官员希望联邦政府提出立法，要求对使用美颜滤镜来增强人脸、皮肤或头发的图像和视频进行标记，限制范围包括广告商和网红。汉堡市一位官员说，数码工具不应成为判断美丑的标准。

早在 2021 年 7 月，挪威政府就已经通过了一项正式立法，要求互联网上活跃的名人和网红，在社交媒体发布的广告内容中，如果对身材、脸型或皮肤进行了修饰，哪怕是有滤镜，都必须打上政府部门指定的标签标记。如果没有标注，也不承认 P 图的话，将被处以罚款，极端情况下还可能面临被监禁的风险。若民众看到疑似有修图但未做出标示的广告，也可向挪威消费者署举报。

2022 年，这项法律得以进一步完善：所有广告，不管是照片还是视频，是线上还是线下，只要其中的人物经过修饰，都必须打上明显的标签。挪威消费者部部长 Trond Ronningen 说，他们对于如何正确贴标签给出了要求，并会对广告商和网红进行指导。



资料图片

打广告需公开透明 “软广告”将遭处罚

在德国数码行业协会的一项针对青少年的调查显示，德国青少年更喜欢网红，而不是演员或体育明星。

德国联邦最高法院曾在 2021 年 9 月份宣布，网红今后打广告必须公开标注。德国法院要求那些为产品或者服务做有偿推广的网红，必须对广告类帖子进行明确标注，“广告必须要公开透明，而且要和其他内容区分开。不能用软广告的形式来推销产品。”

其中，有两起案件引起德国网红行业的特别关注。来自负责监督《德国远程媒体法》和《德国广播电视条例》遵守情况的州媒体协会向 YouTube 网

红“飞翔的乌韦”发出警告。乌韦·许勒在有争议的视频中展示了健美运动员服用的食物补充剂，而许勒自己就是这家产品企业的业务经理。YouTube 删除视频后，起诉程序终止。许勒不必支付 10500 欧元罚款。现在他的几乎每一个视频下都标注有“广告”一词。

德国药妆连锁企业罗斯曼因为网红的植入广告行为而被起诉违反《反不正当竞争法》。位于策勒的下萨克森州最高法院裁决，该起案件中的广告缺乏足够和明显的标识。起诉方为德国社会竞争协会，该协会过去曾多次因为发出警告函而声名大噪，其中包括给网红福

蕾妮·弗罗斯特的警告函。拥有 53000 名粉丝的弗罗斯特一直被认为是为数不多的公开提倡广告标识义务和透明度的网红之一，在 Instagram 和博客上每摆拍一次要收取 2500 欧元的费用。

不只是德国，一些国家也对“赞助帖子”有越来越多的规范。意大利制定了关于编辑或营销内容的规则；在比利时，未明确标明商业性质的广告可能构成犯罪，因为它被视为具有误导性的商业行为；英国的相关法律明确了网红 KOL 和合作伙伴全面遵守消费者保护法，并受到英国广告实践委员会的监督。

对“金融网红”进行认证

近年来，全球发生多起加密货币网红卷入复杂的法律纠纷的案件。今年年初，美国多名网红因推销 FTX 加密货币遭到高达 10 亿美元的集体诉讼。AMF 负责人拉亚尼表示，金融市场需要更严格的监管措施，“投资建议必须遵守规则，且没有误导性。然而一些网红并没有意识到这一点。”

2022 年初，美国网红金·卡戴珊、拳王小弗洛伊德·梅威瑟和原 NBA 球员保罗·皮尔斯等名人因涉嫌引导投资者进入加密货币“暴涨暴跌”骗局被起诉。2022 年 10 月，卡戴珊被 SEC 指控在社交媒体上推广 EthereumMax 平台提供和出售的一种加密证券，且并未披露因推广所收到的 25

万美元报酬。卡戴珊当时同意就指控达成和解，并支付了 126 万美元的罚款与利息。2022 年 11 月，NBA 金州勇士队在加密货币交易所 FTX 崩盘后被用户起诉，多位 FTX 球星代言人被美国得克萨斯州监管机构调查。

法国有关机构也对金融领域博主采取“认证制”。9 月 7 日，法国金融市场管理局（AMF）和法国广告监管机构（ARPP）发布了“金融网红责任证书”的诸多新细节，以加强对金融领域博主的监管。要想获得这一证书，相关网红必须正确回答 25 道多项选择题中 75%以上的题目。目前，虽然“金融网红责任证书”还不是金融博主上线的必备条

件，但法国一些上规模的金融产品会优先选择与具有认证资质的网红合作，且发证机构还可以根据相关条款随时撤销证书，这在一定程度上起到了监督网红的作用。

近年来，法国年轻人越来越习惯从“金融网红”那里获取财务建议，在社交媒体上，一些博主向网友传授所谓“投资与交易技巧”，这引起法国金融监管部门的警惕。法国相关监管机构于 2021 年推出金融网红认证计划，并不断更新和完善。监管机构表示，认证的目的是帮助金融网红更好地引导粉丝，保护潜在的投资

者。（来源：新华社、北京青年报、国际金融报等）