

“未经同意直播我，算侵权吗？”

记者调查走访公共场所直播现状，专家建议：细化责任边界，保护消费者合法权益

□ 见习记者 陈姝楠

“你在餐厅直播经过顾客同意了吗？”面对记者的提问，服务员表示道歉，随即关闭了直播。这是近日发生在位于人民广场附近一家日式居酒屋的一幕。

近年来，随着网络生态的不断迭代，公共场所直播逐渐成为实体店商家引流揽客的一种方式。然而，对于无意入镜的消费者而言，合法权益如何得到保障？公共场所直播的法律边界在哪里？《中华人民共和国民法典》对公众的肖像权和隐私权作出明确规定，为此类案例提供了司法解释。

正值第五个民法典宣传月，记者对此展开深入调查采访。专家建议，针对此类侵权行为，应进一步降低维权门槛，细化责任边界，制定合规指引。

“他们没经过我同意，就播出去了！”

4月23日晚上6点多，记者来到黄浦区汉口路上的一家居酒屋。餐厅面积不大，所有位置均已客满。用餐结束后，记者来到餐厅门口左边的柜台处结账时，发现收银台上架着一部手机，正对着店内正在用餐的顾客。在支付账单时，记者在画面里发现了自己的脸。

“你在餐厅直播经过顾客的同意了吗？”面对记者的提问，服务员表示：“这是老板让我们在店里直播的，实在不好意思。”随即关闭直播。

在旁边等着结账的另一位顾客情绪显得激动，她告诉记者：“他们怎么能没经过我同意，就这样直接播出去了？”

商家见此情形，便提出用完优惠券可以将零头抹掉。对于商家提出的“补偿”操作，该顾客无奈地表示：“算了，也不想继续争执了。”

5月6日，记者再次来到这家居酒屋。在柜台右边的墙上，记者看到一块灰色的遮挡板下，有一盏疑似用于直播的打光灯在充电。餐厅负责人告诉记者：“餐厅直播是服务员个人行为，并非餐厅安排的行为。”

类似餐厅直播顾客用餐现象，并非个案。记者在静安嘉里中心走访时，看到二楼Mo&Co女装店里，商家正直播展示店内服装，而直播画面的斜对面就是试衣间。该店内一位正在挑选衣服的女士对此

表示担忧：“万一我在换衣服间隙被直播出去了，怎么办？”该女士接着说，“试衣间属于隐私场所，在试衣间旁边直播很容易侵犯个人隐私的。”

昨天下午，记者以直播间顾客到线下试装为由，来到Mo&Co门店。在与服务员交谈中，记者获悉，该门店已经连续数月每晚6点到10点在线上直播。“价格虽一样，直播间购买量明显多于线下门店。”据服务员透露，Mo&Co不仅在嘉里中心门店设立了直播间，还在其他门店同步开设了直播专区。

在记者随机采访的5名消费者中，多数表示对于商场内此类直播有所担忧或不认可。



在这家居酒屋柜台右边的墙上，记者看到一块灰色的遮挡板下，有一盏疑似用于直播的打光灯正在充电

陈姝楠 摄

公共场所直播，是否侵害消费者权益？

公共场所直播并非仅在上海出现，全国其他城市也屡见不鲜，甚至有消费者为此提起诉讼。记者注意到，去年，苏州市吴江区人民法院公布一起因肖像权引发的案件。一男子在自家火锅店开直播，顾客路过发现入镜后诉至法院。法院经审理认为，在未获得顾客同意的情况下，将其肖像暴露在直播中，构成了对其肖像权的侵犯。最终法院判决男子通过直播账号发布视频对顾客赔礼

道歉，同时判决向顾客支付精神损害抚慰金500元。

多名专家指出，在公共场所直播、拍短视频的行为，应以不侵害他人合法权益为首要条件，同时不能扰乱社会公共秩序、误导舆论。国浩律师(上海)事务所合伙人方诗龙律师认为，不同公共场所的公开程度也是不同的。“相较于街区、餐厅等公共场所，网络的公开程度是一种范围更广、受众更多，时间可能更久、伤害可能更大

的公开，两者的曝光程度是完全不同的，一定要区分看待。”

方诗龙还表示：“上述情形中，在餐厅、汤泉店等区域的公开，不能等同于在网络上的全部公开。《民法典》保护自然人的肖像、隐私及个人信息，不能未经同意就在网络上直播。”

上海社科院法学所教授彭辉补充道：“不同公开程度的公共场所所带来的影响是不一样的，对于权益人保护的方面也会有所区分。”

专家建议

细化责任边界，制定合规指引

近年来，随着自媒体时代的发展，场景经济正成为新的商业机遇。直播间在餐饮店、健身房、旅游景区、理发店等场合频繁出现。随之而来的公共场所直播侵权的案例不在少数。

然而，由于直播内容“转瞬即逝”，导致消费者举证困难。对于公共场合无意入镜的路人们，如何合法保障他们的权益成为亟需解决的问题。

彭辉建议从平台、商家、立法等多方进行合力，切实维护消费者的合法权益。就平台而言，彭辉提出首先应加大平台审查力度。“对于一些多次侵权的商家或者平台，可建议纳入信用惩戒。”其次，彭辉建议利用平台技术（如区块链技术）固定直播侵权证据，解决直播内容“转瞬即逝”导致的举证难题。

同时，他提出：“建议商家从技术角度对直播区域进行显著标识。”此外，他指出商家应明确除了敏感场所不能进

行直播外，一些涉及肖像权和隐私权的行为特写同样需要注意避免暴露个人的隐私，如车牌号码、消费账单等。

记者在走访和梳理资料时，发现不少消费者面对这种侵犯肖像权的行为时，往往止步于繁琐的维权程序。对此，彭辉建议平台简化消费者维权的程序。“降低维权门槛，建立‘一键举报’通道，以此方便消费者进行投诉或者维权。”

我国现行法律框架已经对网络直播、短视频内容作出了约束，也明确了网络直播服务的准入条件和监管要求，为行业规范化发展奠定了基础。“尽管当前法律对公共场所直播的规制已初步形成框架，但仍需进一步细化责任边界和技术标准，如明确禁止拍摄特定场景、制定合规指引及负面清单等。”彭辉建议道，“未来立法应兼顾商业创新与个体权益，通过‘法律+技术+行业自律’的多元路径，构建更清晰的直播伦理与责任体系。”

公共场所直播“边界”：应得到当事人“同意”

记者在走访中获悉，大部分人被直播入镜都是在不知情的情况下发生的。“随着人的面部及其他信息在不知情的情况下被曝光，可能会引来网友的‘凝视’，甚至为造谣提供信息依据，这也是越来越多的人介意‘被直播’的原因。”彭辉告诉记者。他认为，《民法典》的规定意味着在直播中不得随意拍摄和展示他人的面部特征和身份信息，除非得到

当事人的明确同意。

“明确得到消费者的‘同意’要求商家直播需要有边界感。”彭辉认为，判断商家是否履行告知义务，需看其是否在公共区域以显著方式设置“此处直播”等提示；其次是否取得权利人本人同意。“同意可通过明示（如书面授权）或默示（如顾客主动配合）实现。”

此外，彭辉认为商家取

得消费者的同意是否属于“有限的同意”也是值得考虑的问题。“顾客在明知镜头存在且未反对的情况下继续用餐，可能被视为‘有限同意’。这种情况下，消费者的权利也并非完全放弃，直播中应限制过度商业化和对个人隐私的过度暴露，尤其是对未成年人和不具备完全行为能力的人，需在合理范围内保护消费者的隐私权。”彭辉进一步解释道。