

■聚焦《直播电商监督管理办法》

记者7日从市场监管总局获悉,市场监管总局和国家网信办近日联合发布《直播电商监督管理办法》(下简称《办法》),将于2月1日起施行。

直播间运营者、直播营销人员不得虚假宣传

《办法》聚焦直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构四类主体,压实责任义务,划定行为红线,完善监管机制。

《办法》系统规定了直播电商平台经营者的责任义务,包括身份信息核验登记、信息报送、直播营销人员培训、直播间运营者分级分类管理、平台内违法行为处置、风险识别及处置、交易信息保存、消费者权益保护等方面。

《办法》明确划定了行为红线,直播间运营者、直播营销人员不得进行虚假宣传、不得进行商业诋毁、不得销售或者提供违法商品或者服务等。同时,明确了直播间运营者的义务,包括信息公示、核验实际经营者信息和直播营销人员身份信息、实时管理直播间互动内容、事前合规审核、实施明码标价等方面。

《办法》规定,直播营销人员服务机构应当建立健全内部管理制度,规范直播营销人员的招募、培训、使用、管理等,在与直播间运营者的商业合作以及直播选品中履行必要的核验义务。

《办法》提出,市场监管、网信部门建立健全两部门线索移交、信息共享、会商研判等工作机制,同时明确有关主体违法行为的管辖原则,对有关违法失信主体实施信用惩戒。

直播电商AI内容违规,直播间运营者要担责

市场监管总局网监司司长朱剑桥介绍,《办法》针对直播电商行业特点,强化监管手段,将流量管控纳入监管工具箱;将数字人主播等人工智能生成内容纳入监管,避免新技术成为生成或传播虚假信息的“挡箭牌”。

《办法》规定,在使用人工智能等技术生成的人物图像、视频从事直播电商活动时,直播间应持续向消费者提示该人物图像、视频由人工智能等技术生成。

此外,《办法》明确,在直播电商活动中,使用人工智能生成内容出现违法违规行为的,由管理或使用该内容的直播间运营者承担相应责任。

办法规定,市场监管部门、网信部门将直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构违法情况通报直播电商平台经营者的,直播电商平台经营者应当对相关主体及时采取警示、限制功能、限制流量、暂停直播、限期停播、关闭账号、禁止重新注册账号、列入黑名单等处置措施。

从源头规范直播电商经营行为

针对选品把关不严、广告定性模糊、商家失联等行业痛点,《办法》明确直播间运营者和MCN机构选品责任,细化商业广告认定情形,从源头规范直播电商经营行为。

《办法》明确了直播间运营者和MCN机构在直播选品和信息保存方面的责任。要求直播间运营者要核验实际销售商品、服务的经营者名称(姓名)、统一社会信用代码(身份证件号码)、实际经营地址、产品合格证明文件等信息,强化选品和营销用语审核,记录保存自直播结束之日起不少于三年;MCN机构提供选品服务需履行同等核验义务,记录保存自直播结束之日起不少于三年。

专家介绍,《办法》还细化了直播内容构成商业广告的具体情形,如:有影响力的网红等自然人推荐商品,或将直播带货内容录制剪辑成短视频切片后发布推销,以及其他符合商业广告特征的行为。

《办法》规定,市场监管部门发现通过登记地址无法联系直播间运营者或主播时,将通报平台,平台需在5个工作日内督促其更新真实信息。若直播间运营者、主播逾期未更新相关信息的,平台应当采取处置措施,以防范利用地址不实规避监管,保障交易安全。

加强跨部门协作,形成监管组合拳

专家介绍,直播电商中,许多行为既可能涉及网络交易行为监管,又涉及互联网内容监管。《直播电商监督管理办法》提出,建立市场监管部门和网信部门联动协作监管机制,创新违法违规主体流量监管手段,维护公平竞争的市场秩序。

新增流量管控,将数字人主播等人工智能生成内容纳入监管;对“仅退款”“二选一”“大数据杀熟”等行为进一步细化规范……市场监管总局和国家网信办近日联合发布《网络交易平台规则监督管理办法》《直播电商监督管理办法》。

这两部新规都关乎网络交易秩序,围绕压实平台责任、充分保障平台内经营者、消费者权益,提出了哪些新举措?在市场监管总局1月7日举行的新闻发布会上,市场监管总局有关司局负责人进行了解读。

网络交易平台交易新规严打网络乱象  
直播电商新规明确四类主体责任  
数字人主播将被纳入直播电商监管  
不得强制商家开通『仅退款』『运费险』

■聚焦《网络交易平台规则监督管理办法》

近日,市场监管总局和国家网信办联合发布《网络交易平台规则监督管理办法》,将于2月1日起施行。

聚焦突出问题,维护平台内商家自主权

专家指出,近年来平台经济持续快速发展,但平台经营者在制定和执行平台规则过程中,暴露出不少问题,需要进一步规范。

新公布的《网络交易平台规则监督管理办法》(下简称《办法》)在《中华人民共和国电子商务法》等法律法规的基础上,结合当前网络交易监管中面临的问题,对平台制定、修改和执行平台规则进行了细化和补充,与现行法律制度形成互补。

《办法》对社会关切的强制平台商户“仅退款”“运费险”等问题,作出禁止性规定。强化对平台经营者的责任约束,促进平台规则公正合理。

北京工商大学商法研究中心主任吕来明介绍,就“仅退款”“运费险”这个制度本身来说,是为了降低消费者维权的成本。但在实施过程中,出现了一些滥用情况,主要表现为“强制运费险”“强制仅退款”,甚至执行“仅退款”的过程中,根本不征求平台内经营者的意见。

《办法》明确,平台不得利用平台规则,强制平台内商家“仅退款”;不得强制平台内商家开通运费险等非必需的增值服务,增加成本;不得强制要求平台内商家参加推广、促销活动;不得强制平台内商家仅在特定平台开展经营活动。

《办法》禁止平台利用规则向平台内商家收取不合理费用,包括重复收费、只收费不服务或者少服务、转嫁应当由平台自身承担的费用等。

专家介绍,《办法》要求平台按照规则收取违约金或赔偿金的时候,要向商家说明计算依据和方法,不能收取过高的违约金或赔偿金。

此外,《办法》还规定,在消费者享有会员权益期间,平台不得通过单方面修改平台规则的方式,擅自收取额外费用或者减损会员权益。

规则要公开透明,避免“找不到、看不懂”

《网络交易平台规则监督管理办法》聚焦平台规则的公示、征求意见、申诉处理等环节,提升规则透明度,确保规则执行公平公正,保障平台内商家和消费者合法权益。

专家介绍,平台规则直接关系商家和消费者的权利义务,但在实践中存在“找不到、看不懂”的问题。平台应确保规则清晰易懂、便于查阅。

《办法》规定,平台经营者必须在平台首页显著位置,持续公示平台规则或链接,确保商家和消费者能够便利、完整地查看和下载。

整治恶意营销、网络水军,违规收集个人信息

针对网络交易中存在的恶意营销、网络水军、个人隐私泄露等问题,中央网信办网络综合治理局副局长、一级巡视员李云峰表示,网信部门持续加强网络生态治理,会同相关部门共同净化网络交易环境。

李云峰介绍,要强化营销售卖类信息内容管理。网信部门指导网络交易平台加强商品介绍、用户评论、搜索推荐、账号信息等重点环节管理,梳理违规商品清单,明确违规营销行为,严厉打击编造虚假场景人设、无底线带货营销等行为。

加大对恶意营销信息的处置力度。聚焦恶意虚假摆拍、散布虚假信息、违背公序良俗、违规引流营销等四类恶意营销突出问题,开展专项整治,督促指导相关平台明确审核和处置标准,畅通投诉举报渠道,完善标签标注功能,健全算法推荐和流量分配规则,优化营利权限管理,坚决遏制和处置恶意营销信息内容。

联合多部门建立网络水军长效治理机制,持续加大对网络水军打击力度,严肃查处网络水军有组织刷分控评、刷量增粉、刷单炒信等行为。

深入治理APP、智能终端、自动售卖、扫码点餐等常用服务和常见生活场景中存在的违法违规收集使用个人信息典型问题,公开通报存在违法违规问题的APP、SDK,对重点平台个人信息处理活动进行检查评估,及时发现处置违法违规收集使用个人信息行为。

据新华社、中新社、央视、上游新闻等