

全国政协委员、重庆静昇律师事务所主任律师彭静认为，对于直播带货这种新型销售模式既要肯定其存在的积极意义，也要发现问题，加强监管，引导这种销售模式良性发展。“目前，直播带货的专门法律规定缺乏。”彭静说，《反不正当竞争法》《广告法》《产品质量法》等法律法规中对直播带货的广告代言、宣传、产品质量、售后服务等均有分散规定，但这些法律并未直接规范直播带货行为，中国广告协会发布的《网络直播营销行为规范》属于行业规定，加大了实践中直播带货的规制难度。

同时，直播带货往往涉及主播、网络服务平台、生产商以及第三方推荐主体。其中，直播带货从业人员没有明确的准入门槛和职责定位，其可能同时承担经营者、广告代言人等多个身份。“直播带货纠纷发生后，消费者和监管机关难以确定具体责任主体，增加了维权和监管难度。”

“直播带货质量问题现象频现，甚至还存在无人售后或售后不力等问题。”彭静称，由于直播带货具有即时性和商品信息不充分性特点，消费者发现问题后难以联系主播或商家进行退换货，平台和职能部门难以及时发现、全面取证和有效监管。

彭静建议，根据网络直播产业的发展趋势、自身特点及立法现状，出台一部内容全面而兼顾各方诉求的专门性的网络直播行业的法律已迫在眉睫。同时还应尽快促成《网络交易监督管理办法》的通过，明确直播带货的经营标识制度、提供回看功能制度的落实。对直播带货节目分类分级，提高带货主播准入门槛，对推广销售特殊产品的主播设定资质条件，比如对食品类直播带货者应办理健康证、食品卫生许可证等。并引入信用评价机制，设立主播、直播平台、网络用户三方黑名单，加强对主播直播行为和互动内容的审核管理。“还有一点就是建立‘监督维权直通车制度’，加快平台处理投诉的效率。”彭静称，在此方面，我国可借鉴2016年3月15日中消协建立的“电商直通车平台”设置“监督维权直通车制度”，在带货直播间和直播带货活动中同步链接市场监管部门、消保组织、直播平台的维权渠道，由监管人员对直播活动实时监测，并高效受理处置消费者投诉，对直播运营人员进行约谈、指导或警告等。

