

近期，因“一碗拉面3元，15年不涨价”而爆红的山东“拉面哥”，竟成了不少人眼中的摇钱树。

不仅“拉面哥”商标被抢注，涉及教育娱乐、广告销售、方便食品等领域，还有大批自媒体运营者赶来临沂的小镇上蹭热度、“蹭流量”，“拉面哥”的摊位前常被数百个主播围堵直播。其中部分人的手段甚至突破法律法规边界，侵害“拉面哥”合法权益，严重影响其家人和村民的正常生活。

从“流浪大师”、理塘丁真到“拉面哥”，网红被围观被蹭流量并不少见。网红直播平台迅速蹿红背后，行业乱象也成为政策整顿的重点。目前网红直播带货火热发展的同时，由于法律监管不健全，直播带货中容易出现内容恶俗、虚假宣传等乱象，并暴露出在金融、税务监管等方面存在盲区。

在中消协的“典型案例”中，汪涵一场直播带货被曝“退款率超七成”；当红脱口秀演员李雪琴的一场“双11”直播中，311万观众只有不到11万真实存在；李佳琦直播间曾出现了“买完不让换”的霸王条款。

在今年两会上，“网红直播”的经济和社会影响引起代表委员们的关注，并呼吁通过法律手段，完善相关的金融税务监管制度，杜绝“网红经济”中偷税漏税的情况。

“在娱乐至死的互联网潮流下，产生了诸如‘儿童高额打赏’，‘经纪公司给自家主播刷榜’，‘诱导消费者跟风打赏’，‘直播网红偷税漏税’乱象，‘德不配位’的现象越来越常见，影响人们的价值观。”全国政协委员、中科院院士葛均波对第一财经记者表示。

“娱乐至死”大潮来袭

全国人大代表、江苏综艺集团董事长胥圣达也带来了建议，希望能够进一步规范网红经济的发展。他认为，网红主播推销夸大其辞，甚至推销虚假、伪劣产品，买了问题商品或假货，没人负责售后等等。

他援引数据称，中消协舆情分析结果显示，2020年“双11”前后25天，直播带货类的负面信息超过33万条。胥圣达写道，“记录生活，拍个段子，雅俗共赏，给你带来些笑声，如能带来思考更好，但这样的视频实在太少了，倒是低俗、恶俗表演随处可见。”

他认为，作为新经济的一种形态，网红经济发展要行稳致远，必须全社会齐抓共管。首先必须明确直播平台管理职责，对于一家独大平台存在的不正当竞争现象，国家职能部门正在出手管理。

“现在到了对直播带货问题严重的某些娱乐性视频、电子商务平台出手的时候了，必须抓紧明确界定平台管理职责，划清黄线与底线、红线，努力营造风清气爽的网络舆论与购物环境。” 咎圣达表示。

近年来，网络秀场直播、电商直播节目大量涌现，成为互联网经济中非常活跃的现象和网络视听节目建设管理工作需要重视的问题，包括汪涵、李佳琦、李雪琴等头部主播都曾遭遇中消协“点名”。

据今年2月公布的中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第47次《中国互联网络发展状况统计报告》，2020年我国网上零售额达11.76万亿元，同比增长10.9%。其中，直播带货起到的作用不容小觑。

另据《2019年淘宝直播生态发展趋势报告》数据，淘宝直播平台2018年月活用户同比增长100%，带货超千亿，同比增速近400%，且每月带货规模超100万的直播间超过400个，创造了一个千亿级的市场；资本方也逐渐认可网红本身的经济赋能价值。

税收制度亟待规范

此外，直播打赏也成为了目前各大互动直播平台最主要的盈利模式，据不完全统计，2019年度的直播打赏金额达到了200亿元，税务制度的规范迫在眉睫。

对此，全国政协委员、致公党上海市委专职副主委兼秘书长马进在一份《关于加强视频直播相关金融与税务监管》的提案中呼吁通过法律手段，限制未成年人的打赏行为。

他建议将“消费者通过直播平台兑换虚拟货币行为”定义为平台向消费者提供技术服务，国家税务总局应认定直播平台为消费者开具的充值购买的服务行为。

“用户通过平台充值兑换虚拟代币打赏主播，实质上是由平台为消费者提供直播打赏。” 马进对第一财经记者表示，“因此消费者通过直播平台兑换虚拟货币的行为应构成技术服务合同，打赏行为构成消费行为，其充值服务协议中的免责条款涉及侵权。”

目前大部分直播平台的母公司被认定为高新技术企业，通过融资进行上市的企业也

不占少数，但是其注册的子公司多半为小微企业，充分享受了相关税收扶持优惠政策。

为了防止相关企业利用高新技术企业和小微企业税收扶持政策从事偷税漏税，马进呼吁相关部门对于相关“网红主播”个人所得税申报进行监察，对有严重偷逃个人所得税的主播，要予以补缴税款和处罚。

他还建议国家税务总局强制要求直播平台将其进账平台在税务部门登记，同时要求平台和主播经纪人公司建立联合结算账户，所有最终支付给主播的打赏款项均需通过联合结算账户收支结算。

咎圣达补充道，平台利益驱动推波助澜，某些直播平台掌握着大量网红资源，经常组织头部网红PK活动，利用平台影响力大力炒作，主播也在忽悠粉丝强烈关注。某平台一次PK纪录，4分钟时间，最高的主播收到粉丝打赏的礼物价值达3067.3万元，平台对分，就是一笔不菲的数字。还有一次PK，粉丝就给主播打赏了10亿分，约合人民币1亿元，主播与平台各得5000万元。这种PK煽动性非常大，以致有些孩子偷偷拿着家长的钱打赏主播，数额几万元甚至十几万元的也有。

去年以来，国家已经关注到网络直播等新经济业态产生的新问题。为加强对网络秀场直播和电商直播的引导规范，强化导向和价值引领，营造行业健康生态，防范遏制低俗庸俗媚俗等不良风气滋生蔓延，国家广电总局于去年11月下发了《关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》(下称《通知》)。

《通知》明确，网络电商直播平台要对开设直播带货的商家和个人进行相关资质审查和实名认证，完整保存审查和认证记录，不得为无资质、无实名、冒名登记的商家或个人开通直播带货服务。平台须对相关信息的真实性定期进行复核，发现问题及时纠正。

《通知》还强调，对点击量高、成交量虚高、“打赏”金额大、业务类别容易出问题的直播间，要建立人机结合的重点监看审核机制，跟踪节目动态，分析舆情和原因，及时采取措施，防止导向偏差和问题。要对头部直播间、头部主播及账号、高流量或高成交的直播带货活动进行重点管理，加强合规性检查。换言之，薇娅等大流量的头部主播，将成为监管重点关注对象。

对于网红直播、电子商务等方面的问题，国家市场监督管理总局也已经发布《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》，明确了网络直播营销活动中的三大主体(网络平台、商品经营者、网络直播者)的责任，并在严格规范网络直播营销行为、依法查处网络直播营销违法行为等方面进行了规定，包括电商直播缴税问题也在被不断完善。

根据国家税务总局发布的一份《2020年电子商务税收数据分析应用升级完善和运行维护项目招标公告》，据项目采购需求介绍，在发挥好原有系统数据获取和分析的基础上，根据新的法律法规要求和电子商务发展的趋势，摸清电子商务平台基本情况，并根据税收征管特点进行合理分类，同时扩大原有电子商务税收数据采集、分析、应用范围，持续做好项目运维服务，为电子商务税收数据供给和分析应用稳定运行提供保障。

在不少市场人士看来，这意味着一个利用大数据采集、分析的电商税收征管系统即将建立。根据此前国家税务总局对十三届人大三次会议第8765号建议进行的答复，直播网红如何缴税已经被明确。

缺乏劣迹事件等级评估

考虑到线上消费者维权难度，咎圣达建议检察机关选择网红主播销售假货等严重侵害消费者权益的典型案例，直接向人民法院提起公益诉讼，人民法院要及时开庭审理，严格按照相关法律法规，严肃惩处不法行为，并采用新媒体等形式进行现场直播庭审，充分发挥反面典型的教育作用，打击恶意侵害网络消费者的合法权益，规范网红经济的持续健康发展。

葛均波对第一财经记者表示，目前我国仍然缺乏对公众人物劣迹事件的等级评估，建议建立类似“失信被执行人”的“劣迹公众人物”黑名单。他担心，青少年可能会在“泛娱乐快餐文化”中失去思考能力。

“随着社会的快速发展，我们逐渐陷入了泛娱乐的洪流中，大众尤其是青少年感受不到积累、沉淀以及思考的过程，会按照娱乐化的逻辑看待周边事物，难以形成独立的、深度的自我思考。”葛均波对第一财经记者表示。