

2024.4.10

星期三 甲辰年三月初二

今日8版 第8469期

全国数字出版转型示范单位

直播带货必须说清楚 “谁在带货”“带谁的货”

国新办9日举行国务院政策例行吹风会，介绍《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》有关情况。市场监管总局执法稽查局局长况旭在会上强调，直播带货必须说清楚“谁在带货”“带谁的货”，这也是营销的前提和底线。

况旭表示，直播带货创新了消费场景，丰富了消费供给，但由于“台前幕后”主体多，“人货场”链条长，“线上线下”管理难，消费者举证难，导致虚假营销、货不对板、退货困难等问题比较突出。近五年，直播电商市场规模增长10.5倍，同时，投诉举报的增幅高达47.1倍，明显高于传统电商，说明发展和规范还不平衡。

况旭介绍，《条例》对网络消费作了五个方面的规定，这些对直播带货同样适用。在此基础

上，针对直播的特性和突出问题，《条例》还作出了多方面的规范。

在强化信息披露方面，《条例》规定经营者通过网络、电视、电话、邮购等方式提供商品服务的，应当在其首页、视频画面、语音、商品目录等处以显著方式标明或者说明其真实名称和标记。由其他经营者实际提供商品服务的，还应当向消费者提供该经营者的名称、经营地址、联系方式等信息。直播带货必须说清楚“谁在带货”“带谁的货”，这也是营销的前提和底线。

在完善平台管理方面，《条例》规定，直播营销平台经营者应当建立健全消费者权益保护制度，明确消费争议解决机制。发

生消费争议的，直播平台经营者应当根据消费者的要求提供直播间运营者、直播营销人员相关信息，以及相关经营活动记录等必要的信息，“三无产品”往往是经营者名称、地址、联系方式都没有，平台应当严格落实身份核验和日常管理责任，在发生消费争议时，积极协助消费者维权，切实改善售后体验。

在规范营销行为方面，《条例》规定，直播间运营者、直播营销人员发布的直播内容构成商业广告的，应当依照《广告法》的有关规定履行广告发布者、广告经营者或者广告代言人的义务。《条例》通过将规范性文件《网络直播营销管理办法》中的相关内容上升为法定义务，明确了平台、直播间和主播“人人有责”。

据中新社



安徽试行中医6个病种按疗效价值付费

02·政务资讯

合肥第十三届运动会 揭开战幕

04·合肥新闻

夏天前想瘦 现在就开始这么吃

08·健康问诊

中央媒体看安徽 央媒聚焦安徽发展 新质生产力的探索

03·安徽新闻