



食药安全·法治守护

□ 本报记者 文丽娟

收到货后,葛悦傻眼了——在直播间“拼手速”抢到的这箱荔枝,个头小味平淡,有些壳已经发黄,发褐甚至有霉点,与他记忆里的“永兴荔枝王”截然不同。葛悦曾因为工作前往海南省海口市永兴镇多次,当地独特的火山土壤让荔枝颇负盛名,高品质的荔枝价格并不便宜。当听到主播在直播间卖力吆喝“大颗饱满”“全网最低价”“买了绝对不吃亏”时,葛悦心动了,支付89元买了3斤,没想到到手的荔枝品质这么差。与葛悦一样,在直播间购买食品后直呼“吃亏”的消费者不在少数。

近年来,直播带货行业犹如一辆飞驰电掣的列车,驶上了飞速发展的快车道。根据商务部中国国际电子商务中心研究院近日发布的《2021年中国直播电商产业研究报告》,2021年我国直播电商整体规模接近两万亿元。很多食品企业借助直播带货取得了不菲的销售成绩,有数据显示,消费者通过直播带货方式购买食品的比例达55.74%。

然而,《法治日报》记者近日采访发现,巨大的市场红利下,加上网络直播这种新型网络营销模式的发展,使个人经营食品的门槛降低,越来越多的人选择通过直播带货等渠道进行食品销售,小作坊贴牌产品、“三无”产品屡屡出现,夸大虚假宣传、诱导消费、安全隐患等成为消费者投诉的重点。

虚假宣传诱导消费 买家收货懊恼不已

“绝对新鲜”“几乎和鸡蛋大小差不多”……葛悦事后回想自己冲动下单的原因,和主播在镜头前拨开壳让观众感受荔枝肉的鲜嫩,又拿着鸡蛋在旁边对比大小有一定关系。直观的视觉冲击力,让葛悦相信店家卖的就是“永兴荔枝王”。后来他意识到,店家利用滤镜和机位借位制造了视觉假象。

记者随机采访了来自北京、天津的20位在直播间购买过食品的消费者,他们均提出,视频直播的现场性、互动性,让他们更直观地“感受”到美食的诱惑,从而下单。

“老铁们看啊,拉出的丝都是阿胶,都是满满的胶原蛋白。”一位主播在镜头前用开水融化阿胶固元糕后,用勺子舀了一勺,指着拉出的丝现场解说。有消费者在评论区立即跟进留言,“这个好,下单去”。

记者近日观看了10场关于阿胶固元糕的直播,发现像这样强调拉丝效果的主播并不少。记者从业内人士处得知,固元糕拉丝效果主要取决于麦芽糊精或麦芽糖浆,其含有丰富的糖,平时可以用来增加食品的黏稠度。

这些主播还通过一系列能治疗疾病等功效口号的宣传,给所销售产品披上保健食品甚至药品的外衣。比如有的主播声称“吃阿胶糕能够补气血,调养肝肾,晚上睡觉更踏实”,有的主播称“腰间盘,头发秃了,都可以治疗改善”,还有的主播称“两个月一个疗程,没有任何副作用”。

记者注意到,这几位主播销售的阿胶固元糕外包装并没有保健食品标识、批号或药品标识,仅为普通食品。而根据我国食品安全法、广告法及《食品广告发布暂行规定》等法律法规,普通食品不能宣传疾病预防治疗功效。

除了直观优势外,“便宜”是直播带货的另一个核心竞争力。“史无前例的活动价”“今天为了回馈老铁们,不赚钱了”等,几乎成为直播带货的统一话术。在强调高性价比的基础上,再通过“限量低价”“活动秒杀”等言语引导,诱导消费者下单。

葛悦多次在直播间冲动下单,就是因为“被主播的激情感染,再不马上抢就秒没了”,但第二天他却发现,直播间同一款产品的价格仍然是“史上最低价”,仍然是“秒杀”。

三无产品充斥市场 安全隐患不容忽视

一块块酥肉在沸腾的油锅里翻滚着,拥有10多万粉丝的主播手持镜头,展示工作人员现场烹饪的过程,还不时地用筷子夹起酥肉品尝,让观众感受酥肉的香脆;在另一个售卖煎饼的直播间,工作人员正在忙碌地烙饼,主播指着煎饼不停地解说,“纯粗粮制作”“不加一颗糖”,并饶有兴致地将整块煎饼拎起来用手指反复揉捏,让观众看看“到底软不软”。

如今,越来越多的预包装食品、散装食品、家庭作坊生产的食品进入直播间,越来越多的主播选择走进生产车间,让食品的加工过程直接呈现在镜头下,以突出新鲜、现发货的新鲜感。然而记者采访发现,这些一边生产一边销售的商家中,有不少缺乏食品生产许可证,为小作坊生产;有些商家在食品销售详情页面,对成分或者配料表、净含量、保质期等信息未予明示;有些商家甚至直接用塑料饭盒打包销售。

前不久,家住河南平顶山的许强在某直播平台购买了一箱手工辣条,可到货后发现,手工辣条的包装极其简陋,仅经过塑封就打包寄出,生产日期、保质期、生产地址、生产厂家等信息均没有。许强咨询当地监管部门后得知,该产品为预包装食品,商家的包装方式违反了食品安全法相关规定,随后他选择投诉商家并请求赔偿。

根据食品安全法,预包装食品的包装上应当有标签,标签应当标明名称、规格、净含量、生产日期;成分或者配料表;生产者的名称、地

『三无』食品充斥直播间 安全隐患成消费者投诉重点

主播卖力吆喝让多少人冲动下单

址、联系方式;保质期;产品标准代号;贮存条件;所使用的食品添加剂在国家标准中的通用名称;生产许可证编号等事项。

值得注意的是,记者采访发现,有些走进直播间的商家即使有生产许可证,其售卖的食品安全性也不乐观。

在一个实时点赞量超过1万的直播间,主播正在售卖当下流行的酸辣无骨鸡爪,“9.9元200克,包邮”。当记者咨询其是否有生产许可证、经营许可证时,对方回复“有”并向记者展示。可在视频左下角实时滚动的留言板,有消费者评论称,其收到的鸡爪有一股腥味,怀疑商家将烂掉的鸡爪切掉后再出售。

“如果直播带货食品存在‘三无’产品、虚假宣传,甚至主播挂羊头卖狗肉等问题,根据消费者权益保护法、产品质量法、电子商务法等法律规定,食品的生产者、销售者、电子商务经营者应承担产品和服务质量责任。因此,直播带货中的产品生产者、销售者、网络直播平台以及进行带货直播的主播,都应承担相应的连带赔偿责任或补充赔偿责任。”北京市金台律师事务所主任皮剑龙说。

多管齐下加强监管 保障流通环节安全

食品安全无小事,近年来,为了更好地规范食品直播带货,有关部门一直在努力扎紧安全篱笆。在治理方面,从2020年7月开始,全国检察机关开展了为期三年的“公益诉讼守护美好生活”专项监督活动,重点监督“网红代言”“直播带货”等网络销售新业态涉及食品安全的漏洞。

在治理方面,针对网络直播出现的问题,从平台备案许可到主播实名制认证,从建立直播内容审核制度到履行内容日志信息留存要求,从建立信用等级管理体系到黑名单管理制度,一系列监管与规范、自律与他律的制度在不断完善。

2022年3月,最高人民法院发布《关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定(一)》,对网络消费合同权利义务、责任主体认定、直播营销主体责任、外卖餐饮服务责任等方面作出规定;当月,国家税务总局、市场监管总局等部门联合制定《关于进一步规范网络直播营销行为促进行业健康发展的意见》,对虚假宣传、诱导消费者、违规引流等乱象作出相应原则性规定。

面对密集出台的法规政策,为何还有诸多主播和直播间运营者铤而走险,乱象频出?

多位接受记者采访的专家分析指出,一方面,网络食品销售平台供应商和投诉管理仍然不够完善,除了少数大型网络食品交易第三方平台外,越来越多的自媒体公众号加入网络食品销售行列,而这类渠道往往较难配备食品安全管理专职机构和专业人员,供应商准入以文件审核为主,现场审核难以开展或流于形式,对经营者违法行为制止和报告、违规经营者黑名单退出和公示、食品安全自查、食品安全投诉举报处理等要求执行不力。

另一方面,由于食品网门槛较低,自制自售食品质量安全保障措施不足,生产日期和保质期标注随意,对普通食品进行虚假或夸大功能宣传的现象频发,个体分散性和信息不对称导致政府监管和消费者索赔难度较大。

“违法食品直播带货具有点多、面广、频发等特点,经营主体具有多样、链条、混同等特点,经营行为具有感性、价廉等卖点,消费者具有众多、冲动、力薄等弱点,电子证据具有发现、固定、取证等难点,而消费维权则有意识、举证、能力等痛点,多方因素综合导致食品直播带货乱象难治。”中国互联网络协会法治工作委员会副秘书长胡钢说。

受访专家提出,要解决由新型网络营销方式所带来的食品健康安全问题,首先应该做的就是规范这种新型营销方式,即网络直播带货;其次要加强网络食品经营平台和个人的准入审核、备案,强化网络第三方平台对入网食品安全的主体责任,增加对网上食品经营者的网络巡查力度与产品抽检频率,促进传统食品经营与网络食品经营整合协调发展。

皮剑龙建议,进一步完善法律法规,明确直播平台的内容管理、人员管理、消费者保护等义务和责任,在发生产品质量问题时,未尽到相关义务的直播平台,承担连带或补充赔偿责任;提高准入标准,完善诚信评价机制;完善内容审核机制,规范自身平台支付和订单跟踪系统,约束商家建立完备的售后机制。

从治理层面来说,皮剑龙认为,要充分发挥市场监管部门的作用,对广告、商品和服务质量、售后服务以及其他侵犯消费者权益的行为进行监管;对消费者反映的售后问题、侵权行为及时依法查处。

“建议协调多部门全方位实施综合治理。”胡钢说,强化网信、公安、市场监管等部门的沟通协调,综合运用行政指导、行政约谈等柔性措施和行政调查、行政处罚等刚性措施,标本兼治;发挥行业协会作用,适时出台行业自律规范和行业标准;压实平台企业责任,引导督促平台企业率先垂范;发挥消协力量,实施公益诉讼治理。

浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任盘和林则从消费者层面提出建议:疏通消费者投诉渠道,减少消费者因网络食品销售者信息举证复杂导致的举报、索赔困难,鼓励消费者及时对产品质量和安全性提出质疑,及时发现食品安全风险。

“不管多么新潮的销售途径和方法,都不能降低对食品安全的重视。直播带货不能在食品安全上打折扣,只有守住法治底线才能长远发展。”盘和林说。

(文中葛悦、许强均为化名) 漫画/李晓军



当众打屁股 用洗脚水洗头 往身上浇凉水 长沙多部门亮剑户外直播乱象

□ 本报记者 阮占江 帅标

当众打屁股、用洗脚水洗头、往身上浇凉水……在湖南长沙人头攒动的街头,聚集着大量主播,他们中一些人以这样的表演来博取流量,吸引粉丝打赏。

近年来,长沙成为自带流量的“网红城市”,吸引了全国各地主播陆续到长沙的城市地标开展户外直播。这些主播大部分以分享美食、打卡美景、展示才艺等为主。

然而,《法治日报》记者走访了解到,也有一些主播存在低俗、粗俗表演,“PK”博人眼球等不文明行为,这些行为既有违公序良俗,污染网络空间,对青少年造成不良影响,也影响了居民生活,破坏了城市环境。

重拳出击 全面整治直播乱象

随着短视频平台快速发展,户外直播的热度居高不下,随之而来的“搭讪式”直播、“骚扰式”直播也频频发生。

早前,有一名女主播因直播PK失败,被当众用拖鞋打屁股,后来越玩越大,直接泼洗脚水。很多网友纷纷表示,这不仅扰民还有损城市形象。

“这种以低俗、粗俗表演博取眼球换流量的不文明直播,背离社会主义核心价值观,‘卖惨’‘低俗’等行为引发丑闻文化仿效,破坏网络生态,污染网络环境,盲目崇拜金钱、流量,影响社会风气,误导普通民众尤其是青少年。”长沙市委网信办有关负责人介绍说。

据群众反映,网红直播选址多为公园、广场、黄兴路步行街以及湘江边上,人群量大,很容易影响到他人。有的直播内容低俗,声音还特别大,对周边住户造成了不小的影响。

一位当地群众告诉记者:“有时候逛街莫名其妙被人举个麦着脸采访,让人很反感。”

为此,从去年开始,长沙市委网信办、天心区委网信办、天心区城管执法大队、坡子街街道和坡子街派出所迅速开展联合处置。经查,两名涉案网络主播在湘江风光带文津渡段做出各种低俗动作并录制、传播,画面不堪入目,让人“大跌眼镜”。

部门联动 建常态化监管机制

3月24日,接群众举报,有网络主播涉嫌开展低俗直播,天心区委网信办、天心区城管执法大队、坡子街街道和坡子街派出所迅速开展联合处置。经查,两名涉案网络主播在湘江风光带文津渡段做出各种低俗动作并录制、传播,画面不堪入目,让人“大跌眼镜”。

天心区委网信办将该线索提交相关短视频平台,平台方当日即对两名主播的8个账号作出永久封禁处理。

据长沙市委网信办主任周海毅介绍,针对低俗网络直播的新问题、新动向,长沙市高度重视,迅速部署开展全面摸底调查,建立并完善网络主播账号等信息管理台账;联合公安、网信、城管、文化执法等部门开展执法行动,对低俗直播行为进行劝导、制止、处置;建立公安、城管、文化执法等部门常态化巡查制度,构建低俗直播常态化监管机制。

记者采访了解到,此次整治行动与前期整治最大的不同在于:一是平台主体责任压得更实,监管力度更大;二是底数摸得更清,通过线上线下相结合方式,建立了更为完善、丰富的台账,做到精准监管;三是区域联动、部门联动更紧密,多方合力更强,防止跨区流窜逃避监管。

此次整治行动已取得一定成效:对134个

重点账号进行了人工回查处理,永久封禁12个涉及低俗PK直播且影响十分恶劣的账号;对15个存在低俗直播行为的典型违规账号封禁30天;警示教育有违规倾向的主播31位。

目前,已有多个短视频平台发布“打击低俗和不良价值观内容和账号的公告”,从严制定精细化审核标准;发挥平台公会组织作用,教育引导一批低俗主播转型发展。

提高门槛 完善平台审核机制

据了解,目前一些网络平台存在监管漏洞。一方面,相关管理规定关于低俗、恶俗、粗俗等内容缺乏明确定义和判断标准,加上一些主播“打擦边球”,平台监管存在一定的难度。另一方面,用户充值一购买虚拟礼物打赏主播一平台从中抽成,形成了盈利闭环,部分平台出于占领市场、获得更多经济效益等考虑,对低俗直播的人工+技术审核不到位,直播内容审核机制不完善,直播平台门槛低,对主播的身份没有进行严格审核。

湖南师范大学教授黄捷建议,加强对网络平台的治理,特别是要完善监管措施,建立网络直播实名制及信息共享“黑名单”体系;提高直播门槛,从源头阻止直播内容的低俗化。监管部门之间应加强联动,不定期开展网络安全专项巡查,扩大对违法行为的打击范围,把限流封号落到实处,让平台不敢触碰红线。

周海毅建议国家有关部委加强工作联动,完善工作机制,细化网络直播领域违法行为处罚标准;在全国全国范围内开展专项整治,强力打击低俗网络直播等违法违规行为。面向全社会公布举报方式,加强社会监督。组织常态化监测监控,对于履行主体责任不力的各大网络平台加强监管和处置。

树牢总体国家安全观 感悟新时代国家安全成就 为迎接党的二十大胜利召开 营造良好氛围 "4·15"全民国家安全教育日 全国普及法律常识办公室 2022年4月