

# 中央网信办整治网络直播领域虚假和低俗乱象

为督促网络直播平台落实主体责任,强化网络直播行业管理,推动网络直播行业健康有序发展,近日,中央网信办专门印发通知,在全国范围内部署开展为期1个月的“清朗·网络直播领域虚假和低俗乱象整治”专项行动。本次专项行动围绕网络直播领域虚假和低俗乱象,重点整治五类突出问题。

一是编造虚假场景人设,无底线带货营销。编造虚假“扶贫”“助农”“患病”等场景,通过“扮穷”“卖惨”诱导网民购买低质伪劣商品。利用未成年人、残障人士、孤寡老人等形象吸引

引流。摆拍编造虚假社会热点,浪费公共资源。

二是“伪科普”“伪知识”混淆视听。冒充金融、教育、医疗卫生、司法等领域专业人员,借提供所谓“专业服务”带货卖课,开展不当营销。打着“情感咨询”“婚恋军师”等名义歪曲婚姻观念。

三是传播“软色情”信息。直播过程中衣着暴露,刻意展示带有性暗示或

性挑逗的动作,言语挑逗,发布“软色情”“擦边”“泛黄”内容,严重破坏直播生态。通过在直播中展示二维码、在评论区发布联系方式或网址链接等形式违规引流,传播违法和不良信息。

四是扰乱社会秩序,侵犯他人权益。直播互动中污言秽语、拉踩引战、互相挑衅、攻击谩骂,刻意营造冲突对抗氛围,刺激打赏。追逐、拦截、骚扰他人直播搭讪,扰乱公共秩序。使用侮辱

性、暴力性、低俗无底线的惩罚方式博眼球、赚流量,违背社会公序良俗,诱导高额打赏。

五是欺骗消费者,销售假冒伪劣商品。炮制虚假粉丝量、浏览量、点赞量和交易量等数据,制造抢单爆款假象。过度渲染商品“功效”,夸大食品、保健用品功能,误导坑害消费者。打着“特供”等旗号销售仿冒假冒商品。

中央网信办有关负责同志强调,

各地网信部门要充分认识专项行动重要意义,周密组织部署,全面排查整治,扎实推进落实。通过开展专项行动,督促指导属地网站平台,一是加强网络直播规范管理。强化专业资质认证管理,在金融、教育、医疗卫生、司法等需要较高专业水平的领域,要加强对主播资质核验,并在显著位置展示其服务资质、职业资格、专业背景等认证材料名称,加注所属领域标签,并

对无认证资质、假冒专业人士身份开展直播的账号依法依规依约从严处置。二是强化用户行为规范。依法依规依约引导规范网络直播用户文明互动、理性表达。加强评论环节管理,从严处置直播互动环节污言秽语、攻击谩骂等不良行为。引导用户合理消费,避免非理性打赏。三是优化推荐机制。加强算法推荐和流量分配等环节管理,优化流量分配机制。加大优质直播、优质内容流量扶持力度,提升主流价值引领,坚决制止“流量向善”和“劣币驱逐良币”的问题,推动网络直播行业健康有序发展。(北京日报)

## 直播间“古董捡漏”骗局盯上老年人

# 警惕直播拍卖“老套路”换“新马甲”

9999元的圆明园马首、3999元的清朝官窑瓷器、2999元的纪念“金币”……最近,一些售价动辄数千上万元却没有任何鉴定证明的“文玩古董”,成了不少直播间中老年消费者的“心头好”。在直播间内一句句“投入几千,赚得千万”“高价回收拍卖”的诱导下,一些消费者抱着“捡漏”的心理疯狂拍下所谓的“稀世藏品”,却不知已深陷骗局。

### 直播间里“古董”是“捡漏”还是骗局?

自打今年3月发现父亲沉迷“文玩古董”直播购物以来,夏女士至今仍为之苦恼。纪念“金币”、刻章、玉石、邮票……到目前为止,夏女士的父亲已经在各类“文玩古董”直播上花费了30万元。

在夏女士父亲关注的“文玩古董”直播间里,主播们用一个个离奇的故事拴住观众的心。“主播编造故事,说他们的老人在境外遇难,底下的人分为两派。为了不让坏人把这些藏品拿走,让粉丝们拍下,并承诺日后会高价回收。”夏女士不能理解,这些听上去完全离谱的故事,为什么父亲就会深信不疑。

成都的张女士也为父亲身陷“文玩”陷阱而头痛。张女士的父亲今年5月在某平台直播间花9999元买下所谓“圆明园的马首雕像”。“我们都知道真正的马

首是国宝,由国家收藏。但是我父亲却总觉得是自己捡漏,以后可以拍卖出大价钱。”张女士说。

记者蹲守一些直播间发现,瓷器、玉石、织品等都是这些直播间的“珍品宝贝”,价格便宜的几十上百元,贵的数万元。这些“古董”有的直接标价售卖,有的采用直播拍卖的形式,或500元或1000元的加价。不少消费者为此“激情消费”,甚至不惜向亲人借钱或贷款购买。

在一间“文玩古董”直播间内,记者发现主播在屏幕前放了一张写有“此物为备用链接,以实物为准”的纸条,同时有工作人员在直播间刷屏“直播间宝贝保真保老”。直播过程中,主播时而展示所谓粉丝手写的感谢信,时而拿出声称是粉丝送的锦旗,近200名粉丝在主播的带动下,不停地刷着“相信你们”“愿意”等留言。

在主播们的洗脑下,一些中老年观众陷入其中,相信自己所购是价值千万元的“奇珍异宝”。但在张女士看来,这些“一眼假”的假古董制作粗劣,没有任何鉴定说明。“哪怕他们以仿制品的名义出售,我都觉得可以接受,但他们偏偏要让老人们误以为是‘真品’。”

### 小心“古董直播”里藏“猫腻”

随着近几年直播消费的普及,古董、文玩等文物艺术品也越来越多地进

入直播间。由于文物艺术品大多属于非标品,对买卖双方都提出较高的专业要求,加之行业快速发展,导致文物艺术品直播售卖乱象丛生。

记者发现,很多线上直播拍卖无门槛或门槛较低,部分店铺资质不全。记者蹲守多个售卖“古董”的直播间发现,多数直播间资质不全,一些店铺在没有文物拍卖许可资质的情况下,公然在直播间内进行拍卖,将一件件商品拍出高价。

中国拍卖行业协会副会长兼秘书长贺慧介绍,如果商家想要在线上拍卖文物艺术品,除营业执照外,还需取得商务主管部门颁发的拍卖经营批准证书和文物部门颁发的文物拍卖许可证。“同时在拍卖前,文物拍卖标的须经文物行政部门审核批准方可上拍。拍卖会前,拍卖企业还应开展至少2天的公开预展。”

除了缺乏资质证照,一些直播间还涉嫌虚假宣传。据张女士描述,她父亲常看的两位主播分别自称是某博物馆馆长和某知名拍卖机构员工,还经常发布与多个“官方”平台的合作项目。但经过仔细核验,张女士发现这些所谓的“官方”平台均为虚构。其父亲在直播间内实际购买的藏品和销售链接里的内容也完全不符。

“这些主播直播经验都很丰富,他

们不会亲口承诺‘古董’的真伪,担心说得具体会被封号。但他们会编出各种离奇的故事或者展示一些资料,甚至安排员工伪装成‘托儿’在直播间里发送虚假留言,就是为了让买家误以为这些假古董是真藏品,诱导其下单。”张女士说,“他们还会‘体贴’地帮你想好出路,只要你拍下产品,就答应会高价回收,或是承诺帮你把藏品拍卖出大价钱,其实根本不会兑现。”

当怀疑父亲被骗时,张女士立刻向平台举报了相关直播间,很快直播间就被封禁。“但没过多久,我父亲又开始在其他直播间里继续买‘古董’,一看才发现居然还是原来的主播。这些主播告诉粉丝们,他们原先的直播间被封是因为遭到同行嫉妒举报。主播随后又开设多个新账号,通过其他平台联系原先的粉丝,再通过新账号售卖。”张女士说。

显而易见,这和此前在直播间编造苦情戏骗老人买所谓“神药”的营销策略如出一辙。“几百元就能买到稀世珍品”这种口号怎么看都“一眼假”,但这类直播正是利用了老年群体辨识能力弱的特点,并用“高回报率”的幌子来蛊惑他们消费。由于直播间擅长用各种模糊用语、谐音词打“擦边球”,甚至逃避审查,消费者举报和维权也极其困难。

(综合)

## 延伸阅读

近日,记者通过淘宝平台了解到,淘宝网变更后的《淘宝网酒行业管理规范》(以下简称《淘宝网酒行业规范》)目前已正式实施。从变更内容来看,《淘宝网酒行业规范》主要新增发布未经准入商品和出售假冒商品场景的违规处罚措施。此外,抖音电商运营团队也修订了《抖音电商商家“0元入驻”试运营规范》(以下简称《抖音“0元入驻”规范》),酒类相关类目不支持参与“0元入驻”试运营。

业内人士表示,直播形式的兴起让不少投机分子入局,在直播间以名酒代理为名,实则兜售假冒伪劣酒类产品。随着平台规则不断完善以及提高准入门槛,酒类直播行业也开启“良币驱逐劣币”模式。直播电商行业最初的野蛮生长时代已过,取而代之的则是更加激烈的内部竞争与优化整合。

### 平台出手严控

淘宝网调整后的《淘宝网酒行业规范》显示,在国产白酒类目,发布未经准入商品或可能存在重大交易风险、社会风险、监管或诉讼风险、舆情风险等情况时,除依据相关措施外,淘宝网还将视情节严重程度,追加扣除违约金等部分或全部措施。针对出售假冒商品的卖家,除依据相关措施外,淘宝网还将视情节严重程度,追加提升保证金额度、扣除违约金、管控支付宝账户、监管店铺等部分或全部措施。

对于调整《淘宝网酒行业规范》,淘宝平台表示,主要是为了更好地提高淘宝网酒行业卖家的服务质量,保障酒类商品品质,提升消费者的服务保障和体验。

从抖音平台的《抖音“0元入驻”规范》来看,酒类相关类目不支持参与“0元入驻”试运营,涉及白酒、果酒、露酒、传统黄酒、米酒、啤酒等诸多类目。

值得注意的是,酒类商家想要入驻抖音电商,企业店保证金额度为15万元。从“0元入驻”到“15万元保证金”,抖音电商提高了酒类商家入局的门槛。抖音电商表示,《抖音“0元入驻”规范》的调整,是为了保护消费者权益,规范商家经营行为。

中国消费品营销专家肖竹青表示,从市场来看,目前整个直播电商在抖音、天猫、快手上有广泛的消费认知,拥有一定规模的订单数和成交金额。在这种大环境下,电商平台强化监管力度,一方面是为了维护平台信誉,另一方面是保护消费者权益,为广大消费者的切身利益和良好的消费体验负责。

### 假酒问题频出

直播渠道的兴起,给酒类市场销售渠道打开了新思路,酒类直播渠道迎来快速发展。云酒视界发布的《抖音平台酒类行业报告(6月)》显示,6月,抖音平台酒水销售额占平台总销售额的1.14%,环比5月有较大提升。在直播板块,抖音平台6月酒类行业商品交易总额占平台比例达1.28%,直播场次超过9.9万场,带货视频数量超过11.3万个。

随着消费习惯的转变,越来越多的消费者会通过电商平台以及直播渠道购买酒类产品,这也使得部分投机分子趁虚而入,通过售卖假酒,以次充好等牟取暴利。在百度搜索“直播假酒”等关键词可以发现,消费者通过直播购买到假酒的案件屡见不鲜。

记者此前在直播平台注意到,个别酒类直播间为吸引流量,会通过“超低价”“买酒送名酒”等方式让消费者进入直播间。然而当消费者在抢购所谓“超低价”的名优白酒产品时,却始终无法拍到。

除了通过“低价”等方式吸引消费者进入直播间外,还有主播会通过模糊产地、品牌等方式,让消费者误以为自己低价购买到名优白酒。记者在快手平台注意到,有主播所卖酒类产品名为“原茅台特制酒”,箱子上的LOGO远看与茅台LOGO极为相似。记者在评论区发现,有部分消费者表示“全是托”,甚至有消费者直言:“已向有关部门投诉。”

香颂资本执行董事沈萌表示,如果直播间出现明显低于市场价格的白酒产品,消费者需要有所警惕,除非直播商家通过可信渠道进货,或是通过赔本售卖名优白酒来获取流量,否则所谓的“低价”名优白酒,基本名不副实。

北京酒类流通行业协会秘书长程方松进一步表示,电商平台酒类发展势头良好,保证金上涨,从理论上可以提高准入门槛,加强平台监管。但具体还要看平台的监管措施,是否有利于保护消费者的合法权益,是否有利于保护规范经营商户的合法权益。

(北京商报)

## 声音

# 9999元下单马首? 平台要对“古董直播”尽责

“家人们,十年来这件藏品巡展到哪,某知名导演就跑到哪里。再看这件,几任某官某博物院院长连续数年登门求取,想放在展馆C位,我们一直没答应……”你在刷视频时,有没有误入过这样的直播间?趁着珠宝文玩直播的火热行情,部分账号正在以“高价回收或参与拍卖”的说辞诱导中老年人疯狂下单。

近日,有媒体报道了这样一个案例:一位网友发帖称,她父亲在某直播间花9999元下单了圆明园十二生肖兽首铜像之一的马首。这类在网络直播间用各种话术包装假古董,精准收割中老年人的骗局屡见不鲜。还有老人入坑时间长达7年、下单次数超400次,为此花费几十万元甚至借钱下单的也不在少数。

直播间公然叫卖圆明园兽首,

在很多人看来是非常低劣的骗局,可就是这些“一眼假”的话术,也能从部分中老年人口袋中骗出大量的钱财,实在令人遗憾。这些受骗的中老年人固然有自身的局限性,可对他们太过苛责也不合适。毕竟,没有人愿意受骗,一个人的认知水平,是由成长背景、受教育水平、人生阅历等综合因素决定的。到了中老年阶段,多数人的认知模式已经固化,如果存在一些认知缺陷或盲区,而又被骗子精准捕捉到,那就很难逃脱。这就是有些中老年人明明已经被骗,依然不肯承认,于女想帮忙维权也大为受限的原因。

但即便这些中老年人有自身的问题,也绝不意味着他们活该被骗,最该谴责的依然是处心积虑图他们钱财的骗子。而避免中老年人上当受骗,最责无旁贷的,则是开通网络直

播间的这些平台。

看看直播间那些主播的话术,诸如“家族内订”“重建博物馆没有钱财,实在令人遗憾。这些受骗的中老年人固然有自身的局限性,可对他们太过苛责也不合适。毕竟,没有人愿意受骗,一个人的认知水平,是由成长背景、受教育水平、人生阅历等综合因素决定的。到了中老年阶段,多数人的认知模式已经固化,如果存在一些认知缺陷或盲区,而又被骗子精准捕捉到,那就很难逃脱。这就是有些中老年人明明已经被骗,依然不肯承认,于女想帮忙维权也大为受限的原因。”

当然,要说平台完全没管,可能也不客观。比如这些直播间通常会在左上角注明“虚构剧情”“剧情演绎”等字眼。可是,一来观看这些直播的中老年人未必会注意到;二来主播们编故事和卖货的行为往往“无缝连接”,那些注明就变得毫无意义,难道卖假货也算是“剧情演绎”吗?对这可能涉及诈骗的直播,显然不能因为标了“虚构剧情”之类的字眼,就免于打击。

客观来说,在各方压力之下,有些平台这几年确实也对类似直播间售卖古董的行为加强了整治,但远远不够。比如,某些直播间不停使用矩阵号、分身小号,就是在不断和平台博弈。对这类卖货主播,完全以提高准入门槛,加强资质审核,建立黑名单制度。只要有过类似劣迹的主播,可以通过人脸识别等技术进行跟踪,避免其换个账号继续复出。

总的来看,直播间假古董泛滥坑老,可以算是网络社交普及之后伴生的负面效应,让骗子更易触达以中老年人为代表的易受骗人群。解铃还须系铃人,要避免“技术帮助作恶”的状况,平台责无旁贷,应尽快健全管理制度,把漏洞堵上。

(澎湃新闻)

## 强监管让“古董骗局”无处遁形

## 专家观点

记者发现,我国各地公安部门近期查办多起网络直播售卖假古董案件。前不久,沈阳和平县公安局就打掉一个利用网络直播实施诈骗的犯罪团伙。据悉,该团伙通过设计演绎在海外收购“古董”的虚假剧情,直播诈骗圈钱,非法获利达28万余元。

不少受访者表示,文物艺术品直播售卖之所以能成为一些人谋取不当利益的灰色空间,一方面是产业发展速度快,相关行业标准和监管制度还没跟上;另一方面也存在监管部门和平台对其关注不够,消费者对其了解不足等原因。

因此,在中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江看来,平台方需更积极主动介入文物艺术品拍

直播的监管。“根据《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》等法律法规,直播中实际销售的货品与买家买到货物不符、商家资质展示不全等问题,已属于侵犯消费者权益的违法违规行为。”陈音江说,“若平台方能够对经营者的资质加大审核力度,并对平台内的经营行为加强管理,其实可以很大程度上避免这些问题的发生。”

今年4月,国家市场监督管理总局、商务部、国家文物局联合发布了《关于促进网络拍卖规范健康发展的指导意见》,对如何规范网络拍卖市场秩序,促进拍卖行业高质量发展给出了明确的行业指导。其中不仅要求加强网络拍卖平台自治和行业自律,同时也指出需加强

网络拍卖活动的监管执法。

中国拍卖行业协会副会长兼秘书长贺慧建议,为了让网络拍卖行业健康发展,一方面相关主管部门、监管部门要加大执法力度,切实保护消费者合法权益;另一方面还需通过制定文物艺术品网络拍卖标准等,细化网络拍卖流程及相关服务要求,规范各方行为。

一位拍卖行业的从业者表示,目前我国在网络拍卖方面的相关标准还不完善,导致监管部门执法时和消费者维权时往往缺少有效依据。这也是目前文物艺术品直播拍卖乱象频发的原因之一。

同时,业内人士也呼吁,应为消费者普及文物艺术品拍卖的专业知识。“我们希望消费者参与网络直播文物艺

术品的买卖活动是出于真正的喜爱,要谨慎对待“捡漏”的心理。”上海国拍副总裁裴鑫说,“文物艺术品拍卖市场的行情复杂,并非只涨不跌,想要通过参与拍卖‘捡漏’获利,就极易落入不法分子的‘陷阱’。”裴鑫告诉记者,正规的拍卖机构不会在拍卖成交前收取委托方任何费用,同时建议消费者在下单前尽可能在专业人士的陪同下到线下预展看看实物,“哪怕把相关拍品的照片请当地专业机构人士帮忙鉴定一下,都可能避开很多坑”。

此外,加强对中老年群体的陪伴和关爱,也能帮助长者树立防骗意识。上海科技助老服务中心主任吴含章认为,一些老年人很容易被主播或网红的言语迷惑,难以识别网络诈骗的话术和套路。应该帮助老年人建立防骗意识,并且要加强社会公益力量和新闻宣传对老年人的科普教育。

(经参)

# 酒类直播进入「整改期」

高门槛 强处罚

### 北京市丰台区市场监管局之窗

北京市丰台区市场监管局集中开展校园周边联合执法检查

为保障儿童消费市场安全,北京市丰台区市场监管局全面履行职能,严查儿童化妆品、玩具、食品、药品、医疗器械违法行为,落实校园周边禁烟工作,全力守护儿童健康成长。执法人员来到位于长辛店街道的一所小学周边开展检查。按照前期走访摸排的经营主体情况,结合涉及儿童的消费投诉举报风险信息,执法人员分为两个工作小组,分别对小超市、小餐饮店、冷饮店、文具店、药店等经营主体开展执法检查。执法人员重点检查了经营主体证照情况,是否存在儿童玩具中隐藏未备案儿童化妆品的情形,是否存在将成人化妆品作为儿童化妆品的情形,销售烟酒情况、食品标签标识、食品贮存、药械专区、从业人员健康证明、进货查验制度等,并收集儿童和学生用品缺陷线索。结合夏季气候特点及青少年消费习惯,执法人员对奶制品、散装糕点等重点检查,指导食品经营商户完善食品安全风险管控清单,加密库存食品自查频次,及时清理变质过期产品,留存进货凭证材料和销售记录,确保所售食品渠道正规,安全可控,坚决消除各类食品安全风险隐患。执法人员向经营者发放了“不向未成年人销售烟草制品及电子烟”提示牌,并宣讲《北京市控制吸烟条例》等有关法律法规规定,要求经营者履行主体责任,不向未成年人出售烟草制品、电子烟及酒类。同时重点检查了儿童玩具、学生用品等,要求经营者严格执行进货查验制度,不得销售“三无”产品,对“水晶泥”儿童玩具要履行重点提示义务,重点提示该产品“不可食用”“不适合3岁及3岁以下儿童使用”应在成人监护下使用。此次联合检查未发现重大违法违规情况,对部分存在问题的商户,执法人员进行现场纠正,指导整改到位,并要求经营者履行主体责任,牢固树立保护未成年人意识并全面开展自查,以实际行动守护未成年人健康成长的良好环境。

(郝煜)