

# 网络直播中的不正当竞争行为及其法律规制研究

——以直播带货虚假宣传为视角

吕松蔚

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年3月31日; 录用日期: 2024年4月23日; 发布日期: 2024年5月31日

## 摘要

随着互联网技术的快速发展, 网络直播作为一种新兴的营销方式迅速崛起, 尤其在直播带货领域展现出巨大的商业潜力。然而, 伴随着行业的迅猛发展, 不正当竞争行为也日益凸显, 其中虚假宣传问题尤为突出。本文旨在分析网络直播中的不正当竞争行为, 特别是直播带货的虚假宣传问题, 并探讨现有的法律规制措施及其不足, 提出加强法律规制的建议, 以期在网络直播市场的健康发展提供法律支持。

## 关键词

电商网络直播, 不正当竞争, 虚假宣传, 法律规制

# Research on Unfair Competition in Network Live Broadcasting and Its Legal Regulation

—From the Perspective of False Propaganda in Live Streaming with Goods

Songwei Lv

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 31<sup>st</sup>, 2024; accepted: Apr. 23<sup>rd</sup>, 2024; published: May 31<sup>st</sup>, 2024

## Abstract

With the rapid development of internet technology, network live broadcasting has emerged as a novel marketing method, showing tremendous commercial potential, especially in the field of live

streaming sales. However, with the industry's rapid growth, unfair competition practices have become increasingly prominent, with the issue of false advertising being particularly significant. This paper aims to analyze the unfair competition behaviors in network live broadcasting, focusing on the problem of false advertising in live streaming sales. It also discusses the existing legal regulatory measures and their deficiencies, and proposes suggestions for strengthening legal regulation, in hopes of providing legal support for the healthy development of the network live broadcasting market.

## Keywords

E-Commerce Online Live Broadcasting, Unfair Competition, False Advertising, Legal Regulation

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

网络直播带货作为一种新兴的电商模式，已经在全球范围内迅速崛起，尤其在中国，它不仅改变了人们的娱乐消费模式，更成为了电子商务领域的重要力量。根据中国互联网络信息中心(CNNIC)的报告，到2023年，中国网络直播用户规模已达数亿，其中直播带货用户占据了很大一部分[1]。然而，这种迅猛的发展也伴随着一系列法律问题和挑战，如虚假宣传、知识产权侵权和消费者权益受损等，这些问题严重影响了市场的公平竞争和消费者的合法权益。

针对网络直播带货中的不正当竞争行为，李婷婷认为研究专注于直播带货中的虚假宣传问题，认为现行法律对于网络直播中的不正当竞争行为规制不足，需要进一步完善，探讨了其法律界定、对消费者权益的影响，并提出了通过法律手段进行有效规制的方法[2]。

在消费者权益保护方面，占仕强则提出了通过提高行业自律和增强消费者法律意识来促进网络直播带货市场的规范化和健康发展[3]。

知识产权保护问题同样受到关注。杨阳在其研究中聚焦于直播带货中可能出现的知识产权侵权行为，并提出了相应的法律保护措施[4]。这些研究突显了在网络直播带货中加强知识产权保护的重要性。

监管体系建设也是学者们讨论的焦点。赵宇飞分析了现行监管体系的不足，并提出了完善监管机制和提高监管效率的建议[5]。周洁的研究则强调了建立健全法律规范和提高直播行业自律的重要性[6]。

综合来看，现有研究为我们提供了网络直播带货法律问题的全面视角。学者们普遍认为，虽然现行法律对网络直播带货中的问题提供了一定的规制，但仍需进一步完善和加强[7]。特别是在消费者权益保护、知识产权保护和监管体系建设方面，需要更多的研究和实践探索，以应对这一新兴互联网业态带来的挑战。

## 2. 网络直播中的不正当竞争行为

### 2.1. 不正当竞争行为概述

不正当竞争行为是指在商业活动中，经营者通过违反商业道德或法律规定的手段，损害其他经营者的合法权益，扰乱市场秩序，获取不正当利益的行为。在网络直播领域，不正当竞争行为呈现出新的特点和形式[8]。

例如，一位直播主播在推销一款化妆品时，声称该产品含有珍贵的天然成分，并展示了经过修饰的前后对比照片来证明其美白效果[9]。然而，消费者在购买使用后却发现，产品并未达到宣传中的效果，部分消费者甚至出现了皮肤过敏反应。这一案例表明，虚假宣传不仅误导了消费者对产品效果的期望，还可能对消费者的健康造成潜在风险。

虚假宣传的影响不仅限于个别消费者，它还可能破坏整个市场的公平竞争环境。诚信的商家可能因为不愿意参与虚假宣传而失去市场份额，而不道德的商家则可能通过误导消费者获得不正当的竞争优势。这种不公平的竞争行为最终可能导致消费者对整个直播带货市场失去信心。

因此，为了保护消费者权益和维护市场秩序，必须通过法律规制和技术手段来打击虚假宣传等不正当竞争行为，确保消费者能够在一个公平、透明的市场环境中做出明智的购买决策。

## 2.2. 直播带货中的虚假宣传问题

虚假宣传的表现形式多样，如使用夸张的语言描述商品效果，或者通过虚构的用户评价和体验来证明商品的优越性。此外，一些主播为了吸引观众和提高销量，可能会采取虚假打折、限时抢购等手段，诱导消费者冲动购买。这些行为不仅损害了消费者的知情权和选择权，也破坏了市场的公平竞争环境[10]。

直播带货模式的兴起为消费者提供了便捷的购物体验，但同时也成为虚假宣传的温床。虚假宣传不仅损害了消费者权益，也破坏了市场的公平竞争环境。

例如，主播在推销一款健康食品时，夸大其具有治疗多种疾病的药用价值，而实际上该产品并无医疗效果[11]。该行为误导了消费者，导致他们对产品效果产生不切实际的期望，并在购买后感到失望甚至愤怒。这不仅损害了消费者的信任，也可能导致消费者对整个健康食品市场产生怀疑。

## 2.3. 不正当竞争行为的影响分析

不正当竞争行为对网络直播市场的健康发展产生了负面影响。首先，它损害了消费者的利益，消费者可能因为虚假信息而购买到不符合预期的商品，导致消费体验下降，甚至产生经济损失。

其次，不正当竞争行为破坏了市场秩序，使得诚信经营的商家难以获得公平的市场机会，影响了整个行业的信誉和形象。

此外，不正当竞争行为还可能导致知识产权的侵犯，如未经授权使用他人的商标或专利，这不仅侵犯了权利人的合法权益，也影响了创新的积极性和持续性。长期来看，不正当竞争行为如果不加以有效规制，将导致市场信任机制的瓦解，影响网络直播行业的可持续发展[12]。

综上所述，不正当竞争行为对网络直播市场的影响是多方面的，需要通过法律规制、行业自律和消费者教育等综合措施来共同应对。

## 3. 现有法律规制措施

### 3.1. 相关法律法规概述

为了规范网络直播带货市场秩序，保护消费者权益，中国陆续出台了一系列法律法规。《中华人民共和国反不正当竞争法》是规制不正当竞争行为的基础性法律，它明确规定了禁止虚假宣传等不正当竞争行为，并设定了相应的法律责任。

此外，《中华人民共和国消费者权益保护法》也对网络直播带货中的消费者权益保护做出了规定，强调了消费者知情权和选择权的重要性。《中华人民共和国电子商务法》则针对电子商务活动提出了一系列规范要求，包括对网络直播带货平台的责任界定、商品信息的真实性要求等[13]。

在知识产权保护方面，《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国专利法》和《中华人民共和国

著作权法》等法律为网络直播带货中的知识产权侵权行为提供了法律依据和保护措施。同时，为了加强对网络直播带货的监管，《互联网直播服务管理规定》等规范性文件也对直播服务提供者的行为进行了规范。

然而，在执行过程中也存在难点。例如，占仕强的研究指出，由于网络直播带货的实时性和互动性，监管部门往往难以实时监控大量的直播内容，对于直播中的不正当竞争行为难以及时发现和制止。此外，网络直播带货的匿名性和跨地域性也给法律的执行带来了挑战。一些不正当竞争行为的主体可能通过隐藏真实身份或利用地域差异来逃避法律责任。

这些挑战表明，尽管《反不正当竞争法》等法律法规为网络直播带货中的不正当竞争行为提供了法律框架，但在实际执行中仍需加强监管力度和提高执行效率。

### 3.2. 法律规制的实施现状

尽管中国已经建立了较为完善的法律法规体系来规制网络直播带货中的不正当竞争行为，但在实际执行中仍面临一些挑战<sup>[14]</sup>。一方面，网络直播带货的实时性和互动性使得监管难度加大，监管部门往往难以及时获取和处理违法行为。另一方面，由于网络直播带货的参与主体众多，包括直播平台、主播、商家和消费者等，各方的法律意识和责任认识不一，导致法律法规的执行效果受到影响<sup>[15]</sup>。

此外，网络直播带货的跨地区性和跨境性也给法律规制带来了挑战。一些网络直播带货平台和商家可能利用地域差异和法律管辖的不确定性来逃避法律责任。而且，消费者在面对复杂的法律程序和高昂的维权成本时，往往选择放弃维权，这也降低了法律规制的实际效果。

《反不正当竞争法》等法律法规为网络直播带货提供了明确的法律框架，但在实施过程中，监管体系面临着多方面的挑战。

### 3.3. 法律规制存在的问题

在网络直播带货的法律规制实践中，尽管相关法律法规已经建立，但在执行过程中仍然面临着多重挑战和问题。以下是对这些问题的详细分析：

#### 3.3.1. 法律适用难度

随着网络直播带货的快速发展，不正当竞争行为的法律适用难度问题日益凸显。现行的《反不正当竞争法》虽然对虚假宣传等行为有所规制，但在面对网络直播带货中出现的新型不正当竞争行为时，法律界定尚不明确，导致法律适用难度增加。例如，直播带货中可能利用算法推荐系统进行隐蔽的虚假宣传，这种技术手段的使用使得传统的法律规制难以适应新的挑战。

网络直播带货的实时性和互动性特点，使得监管部门难以实时监控大量的直播内容，对于直播中的不正当竞争行为难以及时发现和制止。此外，网络直播带货的匿名性和跨地域性也给法律的执行带来了挑战。一些不正当竞争行为的主体可能通过隐藏真实身份或利用地域差异来逃避法律责任。

这些问题的存在，不仅使得消费者权益保护面临风险，也对市场秩序构成了威胁。诚信的商家可能因为不愿意参与虚假宣传而失去市场份额，而不道德的商家则可能通过误导消费者获得不正当的竞争优势。这种不公平的竞争行为最终可能导致消费者对整个直播带货市场失去信心。

#### 3.3.2. 监管手段落后

网络直播带货迅猛发展的背景下，监管手段的落后已成为亟待解决的问题。现行监管体系在应对网络直播带货中的不正当竞争行为时，面临着诸多挑战。首先，网络直播的实时性和互动性使得监管部门难以实时监控大量的直播内容，这导致对直播中的不正当竞争行为难以及时发现和制止。监管部门往往缺乏有效的技术手段来跟踪和分析直播内容，从而无法快速响应并处理违规行为。



其次，网络直播带货的匿名性和跨地域性增加了监管的复杂性。一些主播和商家可能利用虚拟身份或地域差异来隐藏其真实身份，从而逃避监管和法律责任。这种匿名性和跨地域性使得监管部门难以追踪和定位不正当竞争行为的源头，增加了执法的难度。

最后，监管部门在技术和人力资源方面可能存在不足。面对日益增长的网络直播带货活动，监管部门可能缺乏足够的专业人员和先进的技术设备来支持监管工作。这导致监管效率低下，难以满足市场监管的需求。

### 3.3.3. 法律意识不足

网络直播带货的参与者，尤其是主播和小型商家，普遍存在法律意识不足的问题。这一现象在很大程度上加剧了网络直播带货中的不正当竞争行为。由于缺乏必要的法律教育和培训，许多主播和商家可能在不知情的情况下违反了相关的法律法规，如未经授权使用他人的商标或版权作品进行直播带货，或者在直播过程中进行虚假宣传和夸大产品效果等行为。

法律意识的不足不仅会导致主播和商家面临法律风险，还会对消费者权益造成损害。消费者可能因为虚假宣传而购买到不符合预期的商品，从而影响其消费体验和信任度。此外，这种行为还可能破坏市场的公平竞争环境，使得诚信经营的商家处于不利地位。

### 3.3.4. 执法力度不够

面对网络直播带货中的不正当竞争行为，执法力度不足已成为制约有效监管的关键因素。由于网络直播带货活动的庞大数量和快速增长，执法部门往往面临资源和能力的限制。执法人员数量不足，技术手段落后，这些因素共同导致了对违法行为的查处力度不够，难以形成有效的威慑力。

首先，执法人员的专业培训和知识更新是提升执法力度的基础。执法人员需要对网络直播带货的特点、相关法律法规以及新兴技术有深入的了解和掌握，才能准确识别和处理不正当竞争行为。然而，目前执法人员在这方面的培训和知识更新可能还不够充分。

其次，执法部门在技术和设备上的投入也直接影响执法效率。网络直播带货的实时性和互动性要求执法部门能够利用先进的技术手段，如大数据分析、人工智能等，来监控和分析直播内容，及时发现和制止违法行为。但目前，执法部门在这方面的技术投入可能还不足以满足监管需求。

此外，执法部门在处理跨地区网络直播带货案件时，还可能面临地域管辖和协调合作的问题。不同地区的法律执行标准和程序可能存在差异，这给统一执法带来了难度。

### 3.3.5. 消费者维权困难

在网络直播带货的背景下，消费者维权困难成为一个突出的问题。由于直播带货的特殊性，消费者在发现不正当竞争行为时，往往面临多重障碍。首先，直播带货的实时性和短暂性使得消费者难以保存充分的证据，这对于后续的投诉和维权活动构成了障碍。直播结束后，相关证据可能迅速消失，使得消费者难以提供足够的证明来支持其维权主张。

其次，消费者可能因为缺乏法律知识和信息渠道，不知道如何进行投诉和维权。网络直播带货涉及的法律问题相对复杂，普通消费者可能不熟悉相关的法律法规，也不清楚如何通过合法途径来维护自己的权益。此外，即使消费者提出了投诉，由于法律程序复杂、维权成本高昂，以及证据难以收集等问题，消费者的合法权益往往难以得到及时有效的保护。

再者，网络直播带货的跨地域性也增加了消费者维权的难度。消费者和商家可能分布在不同的地区，甚至不同的国家，这使得消费者在寻求法律援助和进行维权时面临更多的困难和挑战。不同地区的法律法规差异、消费者保护水平不一致等问题，都可能影响消费者维权的效率和结果。

最后，网络直播带货中的信息不对称也是一个重要因素。消费者在购买决策时，往往依赖于主播的推荐和描述，而主播可能出于利益驱动，提供不准确或夸大的信息。消费者在购买后发现问题，却难以找到有效的解决途径，这种信息不对称加剧了消费者的维权困难。

### 3.3.6. 法律执行的不一致性

法律执行的不一致性是网络直播带货领域面临的一个挑战。由于网络直播带货涉及多个监管部门，如工商、市场监管、版权局等，不同部门在法律执行上可能存在差异，这可能导致监管漏洞和不一致性。例如，对于同一不正当竞争行为，不同地区的执法标准和处罚力度可能不同，甚至在同一地区内，不同执法人员对法律的理解和执行也可能有所差异。

这种不一致性可能会导致市场主体在法律面前产生困惑，不清楚哪些行为是被允许的，哪些是被禁止的。同时，这也为不正当竞争行为提供了可乘之机，一些违法者可能会利用监管的不一致性来逃避法律责任。长期而言，法律执行的不一致性会损害法律的权威性和公信力，影响市场秩序的正常运行，降低消费者对市场的信心，最终对网络直播带货市场的健康发展造成不利影响。因此，确保法律执行的一致性是提高监管效率和维护市场秩序的关键。

### 3.3.7. 跨境直播带货的法律挑战

跨境直播带货作为一种新兴的电子商务模式，带来了一系列复杂的法律挑战。随着网络直播带货的国际化发展，不同国家的法律法规差异、知识产权保护标准不一致等问题日益凸显。例如，某国对广告宣传的真实性要求可能比另一国更为严格，这就要求直播带货的主播和商家必须了解并遵守目标市场的法律要求，否则可能面临法律风险。

此外，跨境直播带货涉及的税收、海关、进出口管制等问题也增加了法律规制的复杂性。不同国家对于商品的分类、税率、检疫标准等可能存在显著差异，这对于直播带货平台和商家而言，意味着需要投入更多的资源来确保合规。

再者，跨境直播带货中的消费者权益保护问题也更加复杂。消费者在跨国购买商品时，可能会面临语言障碍、售后服务不便、维权难度加大等问题。这些因素不仅影响了消费者的购物体验，也增加了监管的难度。

因此，跨境直播带货的法律挑战需要国际社会共同关注和解决。只有通过加强国际合作，推动法律法规的国际协调和统一，才能有效应对这些挑战，保护消费者权益，促进直播带货市场的健康发展。

针对上述问题，需要从完善法律法规、加强监管和执法力度、提高市场主体法律意识、优化消费者维权机制等多个方面入手，以确保网络直播带货市场的健康发展。

## 4. 加强法律规制的建议

### 4.1. 完善相关法律法规

为了应对网络直播带货中出现的新型不正当竞争行为，首先需要对现有的法律法规进行修订和完善。这包括但不限于《反不正当竞争法》《消费者权益保护法》《电子商务法》等，以确保法律能够覆盖网络直播带货的各个方面。

首先，应当明确界定网络直播带货中的不正当竞争行为，包括虚假宣传、商业诋毁、侵犯商业秘密等，并设定相应的法律责任。

其次，应当加强对消费者权益的保护，明确规定消费者在网络直播带货中的权益，如退货退款、赔偿损失等。

最后，针对网络直播带货的跨境性，应当加强国际合作，推动国际法律法规的统一和协调，以便更

好地处理跨境直播带货中的法律问题。同时，应当增加对知识产权的保护力度，明确规定对商标、专利、著作权等知识产权的保护措施，以及侵权后的法律责任。

## 4.2. 强化监管和执法力度

提升网络直播带货市场主体的法律意识对于维护公平竞争环境和保护消费者权益至关重要。为此，需要从多个层面开展全面的法律教育和培训工作。

首先，针对主播和商家，可以通过网络直播、社交媒体等平台，开展法律法规的宣传教育。通过分享法律案例、举办在线法律讲座，增强他们对相关法律法规的理解，明确自身在直播带货过程中的法律责任和义务。同时，鼓励直播平台加强内部管理，如设立严格的入驻门槛、完善信用评价体系，引导商家和主播遵守规则，诚信经营。

其次，对于消费者，应通过教育提高他们的法律意识和维权能力。通过消费者教育，帮助他们识别潜在的不正当竞争行为，了解如何在遇到问题时寻求法律帮助，维护自身合法权益。

此外，建议开展定制化的法律教育和培训项目，针对不同市场主体的特点，提供包括《反不正当竞争法》《消费者权益保护法》《电子商务法》等在内的法律法规教育。通过案例分析、模拟直播场景训练等方式，提高市场主体的实际操作能力和法律应对能力。同时，采用线上和线下相结合的培训方式，定期进行法律知识测试，确保教育效果。通过与专业法律机构合作，提供持续的法律咨询服务，帮助市场主体及时了解法律动态，适应法律环境的变化。

通过这些措施，可以有效提升网络直播带货市场主体的法律意识，促进行业的自我规范和健康发展。

## 4.3. 提高市场主体法律意识

提高网络直播带货市场主体的法律意识是确保行业健康发展的关键。为此，需要对主播、商家和平台等进行全面的法律教育和培训。通过线上直播、社交媒体和线下研讨会等多种形式，普及《反不正当竞争法》《消费者权益保护法》和《电子商务法》等相关法律法规知识，强化市场主体对合法经营的认识[16]。

直播平台应加强内部管理，制定严格的入驻标准和信用评价体系，确保商家和主播遵守规则。同时，平台应提供实时的法律指导和支持，帮助主播和商家理解并执行法律规定。

针对消费者，加强法律教育同样重要。通过消费者教育活动，提高他们对不正当竞争行为的识别能力和维权知识。教育内容应包括如何识别虚假宣传、如何提出投诉和获取法律援助等实用信息。

此外，建议开展针对性的法律培训项目，如商品描述的真实性、消费者权益保护、知识产权尊重等，通过案例分析、角色扮演和模拟直播场景等方式，提高市场主体的实际操作能力。同时，应定期组织法律知识测试，确保教育成效。

通过与法律服务机构的合作，为市场主体提供持续的法律更新和咨询服务，帮助他们及时适应法律环境的变化。这些综合措施将有效提升整个网络直播带货市场的法律意识，促进行业自律，保护消费者权益，推动市场的公平竞争和可持续发展。

## 4.4. 促进行业自律和消费者权益保护

为保护消费者权益并促进网络直播带货行业的自律，建议成立由平台、主播、商家和消费者代表组成的行业自律组织。该组织负责制定行业规范，确保直播内容真实性、商品质量、消费者服务等符合法律和最佳实践。

组织需建立监督机制，定期进行合规检查，及时处理消费者投诉，并对违规行为进行调查。第三方

评估机构的引入可提高监督的客观性。同时，组织应提供便捷的投诉渠道和法律援助，降低消费者维权成本，提高维权效率，并设立消费者权益保护基金以提供经济支持。

此外，建立公正透明的惩戒机制，对违规者实施警告、罚款等处罚，确保行业公平竞争，维护消费者和合规成员的权益。这些措施将增强行业信誉，促进健康可持续发展。

#### 4.5. 优化消费者维权机制

在网络直播带货领域，消费者维权的困难是一个亟需解决的问题。为了改善这一现状，首先需要简化维权流程，通过设立专门的消费者维权平台，提供一站式服务，包括投诉受理、法律咨询和纠纷调解等，使消费者能够更加便捷地维护自己的权益。同时，降低维权成本是另一个关键点，政府和相关部门可以提供法律援助和资金支持，减轻消费者的经济负担，鼓励他们积极维权。

加强法律宣传教育也至关重要，通过多种渠道普及消费者权益保护知识，提高消费者的法律意识和自我保护能力。此外，建立快速反应机制，确保监管部门对消费者投诉的迅速响应和处理，可以有效增强消费者对法律维权的信心。提供专业法律支持，鼓励法律服务机构为消费者提供专业的法律服务，尤其是在诉讼方面给予必要的帮助。

最后，强化平台责任是保障消费者权益的重要措施。要求网络直播带货平台加强对主播和商家的监管，建立健全的消费者权益保护机制，并在侵权行为发生时提供必要的协助和赔偿。通过这些措施的实施，可以显著提升消费者的维权效率和满意度，为网络直播带货市场的健康发展提供坚实的基础。

#### 4.6. 确保法律执行一致性

针对网络直播带货中法律执行不一致性的问题，关键在于加强不同监管部门之间的协调合作，确保法律执行的统一性和有效性。首先，可以通过建立跨部门联合执法机制，促进工商、市场监管、版权局等监管部门之间的信息共享和资源整合。通过定期召开协调会议和建立联合执法团队，形成统一的法律适用标准和执法程序。

其次，应当对执法人员进行专业培训，提高他们对网络直播带货相关法律法规的认识和理解，确保执法行为的准确性和一致性。此外，制定明确的执法指南和操作手册，为执法人员提供具体的执法指导，有助于减少执法过程中的主观判断和随意性。

最后，通过引入第三方评估和监督，如专业法律机构和社会监督，可以进一步提高法律执行的透明度和公正性。通过这些措施，可以有效地解决法律执行不一致性的问题，为网络直播带货市场的规范化和健康发展提供坚实的法律保障。

#### 4.7. 强化跨境直播带货法律规制

针对跨境直播带货的法律挑战，关键在于建立和完善适应国际市场的法律规制体系。首先，应加强国内法律法规与国际标准的对接，确保直播带货活动在遵守国内法律的同时，也符合目标市场国家的法律要求。这需要相关部门及时更新法规，考虑到国际贸易的特点和需求。

其次，应推动国际合作，通过参与国际贸易组织和论坛，与其他国家共同探讨和解决跨境直播带货中的法律问题，如知识产权保护、消费者权益保护等<sup>[16]</sup>。通过国际合作，可以促进法律法规的国际协调和统一。

同时，需要培养专业的法律服务团队，为直播带货企业提供专业的法律咨询和支持，帮助他们在不同国家的法律环境中合规经营，降低法律风险。

通过这些措施，可以有效地解决跨境直播带货中的法律挑战，促进直播带货市场的健康发展，同时保护消费者和企业的合法权益。



## 5. 结论

本研究针对网络直播带货中的不正当竞争行为及其法律规制进行了深入分析，特别关注了直播带货中的虚假宣传问题。通过探讨现有法律规制措施及其实施现状，本文揭示了网络直播带货市场在法律适用、监管手段、法律意识、执法力度等方面存在的不足，并提出了相应的改进建议。

本研究的理论贡献在于，它为理解和解决网络直播带货中的不正当竞争行为问题提供了一个多维度的分析框架。通过分析，我们认识到，尽管现行法律法规为网络直播带货中的问题提供了一定的规制，但在快速变化的互联网环境下，这些规制措施仍需进一步完善和加强。实践贡献方面，本文提出的建议有助于政策制定者和监管机构更有效地保护消费者权益，维护市场秩序，促进电子商务的健康发展。

未来研究可以在以下几个方向上进行探索：

**监管技术的创新：**随着信息技术的快速发展，未来的研究可以探讨如何利用新兴技术，例如区块链、人工智能和大数据分析，来提高监管的透明度和效率。

**国际合作机制的建立：**鉴于网络直播带货的跨境特性，未来研究可以着重于探索如何在国际层面上建立有效的监管合作机制。这包括制定国际标准、共享监管最佳实践，以及建立跨国执法合作平台。

**法律意识的提升：**未来的研究可以探讨如何通过教育和培训提高网络直播带货市场主体的法律意识。

**消费者权益保护的创新途径：**研究可以进一步探讨如何通过法律援助、消费者教育和权益保护基金等方式，降低消费者的维权成本，提高维权效率。

通过上述研究方向的深入探讨，未来的研究将为网络直播带货市场的健康发展提供更加全面和深入的理论支持和实践指导。

## 参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心发布第 52 次《中国互联网络发展状况统计报告》[J]. 国家图书馆学刊, 2023, 32(5): 13.
- [2] 李婷婷. 直播带货中的虚假宣传及其法律规制[J]. 商业经济研究, 2022(5): 72-74.
- [3] 占仕强. 网络直播带货中不正当竞争行为规制研究[J]. 黑龙江生态工程职业学院学报, 2021, 34(5): 79-82.
- [4] 徐逸杰. 电商直播带货现状及发展优化研究[J]. 商场现代化, 2024(8): 22-24.
- [5] 赵宇飞. 网络直播带货监管问题研究[J]. 中国市场, 2021(32): 25-28.
- [6] 周洁. 网络直播营销的法律问题及对策研究[J]. 电子商务, 2021(8): 84-87.
- [7] 马丽. 网络直播带货的法律风险与监管对策[J]. 现代商贸工业, 2021, 42(10): 8-10.
- [8] 朱婉婉. 网络直播中不正当竞争行为的法律规制[J]. 牡丹江大学学报, 2019, 28(9): 16-18, 67.
- [9] 张丽华. 网络直播带货中的广告法律问题研究[J]. 广告大观(理论版), 2021(3): 45-48.
- [10] 丁国峰, 蒋淼. 我国网络直播带货虚假宣传的法律规制——兼评《禁止网络不正当竞争行为规定(公开征求意见稿)》[J]. 中国流通经济, 2022, 36(8): 29-39.
- [11] 常茹萍. 直播带货中不正当竞争行为的法律规制[J]. 山西省政法管理干部学院学报, 2023, 36(2): 54-57.
- [12] 肖顺武. 网络游戏直播中不正当竞争行为的竞争法规制[J]. 法商研究, 2017, 34(5): 36-45.
- [13] 黄苡榕. 直播带货中的消费者权益保护及法律规制[J]. 海南金融, 2021(5): 39-45.
- [14] 蔡竣. 网络直播中不正当竞争行为法律规制研究[D]: [硕士学位论文]. 绵阳: 西南科技大学, 2019.
- [15] 吴晓波. 网络直播带货的法律规制研究[J]. 法律适用, 2021(4): 85-89.
- [16] 国际刑警组织. 跨国犯罪合作框架[EB/OL]. <https://www.interpol.int/Crimes/Crimes/Transnational-crime-合作框架>, 2024-01-05.