

为直播电商筑牢诚信之基

朱巍

随着直播电商的日益发展壮大，信用应该成为行业的准入门槛。只有进一步规范和明确直播电商中“人、货、场”等之间的权责关系，才能促进直播电商健康发展，让大众真正享受到互联网带来的红利

直播带货作为互联网新经济业态，已经成长为我国电子商务市场最大增长点之一。尤其是2020年以来，许多行业生产和消费受到新冠肺炎疫情影响，直播电商因其特殊优势呈现爆发式增长。与此同时，直播电商更高的流量吸引力与流量变现能力也带来一些问题，如虚假宣传、不退不换、假冒伪劣，等等。这些行为及其背后的诚实信用缺失，成为影响行业健康长远发展的重要因素，亟待规范和引导。

习近平总书记强调：“对突出的诚信缺失问题，既要抓紧建立覆盖全社会的征信系统，又要完善守法诚信褒奖机制和违法失信惩戒机制，使人不敢失信、不能失信。”不久前，《直播电子商务平台管理与服务规范》向社会公开征求意见。征求意见稿提出“对直播营销人员服务机构、主播以及商家等建立信用评价体系，信用评价信息宜在平台进行公示”，从而引导和促进电子商务平台经营者依法履行主体责任，营造良好的电子商务消费环境。

近年来，国家相关部门对直播行业陆续出台了一系列规范，对维护消费者权益、规范直播电商市场发挥了重要作用。在此基础上，征求意见稿拟建立信用评价体系，有利于为直播电商筑牢诚信之基。

随着直播电商的日益发展壮大，信用应该成为行业的准入门槛。一些电商主播拥有大量粉丝，所谓的“收割”流量、“赚快钱”等行为时有发生。将信用与直播权限相结合，是相关制度设计的一个出发点。征求意见稿针对互联网虚拟性特点，明确提出直播主体“不应是曾在虚假广告中作推荐、证明受到行政处罚且未满三年的自然人、法人或者其他组织”。这将对直播电商行业中存在夸大宣传和虚假宣传等问题的相关主体起到极大震慑作用。

信用的公开和共享是诚信联合惩戒机制的基础，主播、商家和直播服务机构的失信行为既要让社会大众看到，也要通过信用共享机制被各个平台看到。一方面，应让消费者的口碑和评价成为直播行业的指针。另一方面，有必要建立联合惩戒机制。对直播平台来说，应结合主播的信用等级，提供与之相适应的监管等级和权限，确保消费者的正当评价权利并纳入直播评价系统，同时在技术上确保信用等级和消费评价公开透明。

直播电商的健康发展，有助于培育壮大新型消费。只有进一步规范和明确直播电商中“人、货、场”等之间的权责关系，才能促进直播电商健康发展，让大众真正享受到互联网带来的红利。