四、“618”期间消费维权舆情应对建议：

　　线上舆情的消弭与纾解，取决于线下“实情”的疏导与处置。为有效消除“618”消费维权舆情的负向影响，并避免其周期性再现，中国消费者协会提出以下建议：

　　一是通过释法赋权、依法监管以及制定行业规范等途径推动和约束直播带货行为进入法治轨道。

　　直播带货平台多、主体多、方式多、涉及商品或服务种类多，一定程度上还需要通过相关机构释法赋权明确权利义务主体和监管维权路径依据，让执法主体“长牙齿”、有利器。通过落实法律责任令相关各方 “各司其职”，助推直播带货行为提速步入法治轨道。

　　同时，相关组织尝试依法建立直播带货服务规范的做法值得鼓励，发挥社会治理、行业自律的积极作用，推动统一直播带货的程序和操作，完善直播带货评价体系，切实划清规则边界，有助于切实保障消费者合法权益。

　　二是创新网络消费维权机制，通过建立网络促销消费[投诉](http://tousu.sina.com.cn/)公示制度、晒“红黑榜”倒逼企业规范行为，自觉诚信。

　　建立完善网络促销活动中直播带货、促销价格、红包优惠等行为的诚信评价机制，补齐网络购物消费维权社会共治不足的短板，将审慎核实后的粉丝评价、举报、监管部门的调查处罚信息等记入评价系统，将违法情节严重、污点信息较多的平台、商家、网红等拉入“黑名单”，把规则意识强、消费者客观评价好的网络平台拉进“红榜单”，通过市场监管与消费维权相结合的方式，充分保障消费者的知情权、选择权、公平交易权等合法权益。

　　三是加快推进消费者个人信息保护立法进程与开展形式多样的宣传、教育、引导活动并重，从而实现对消费者保护个人信息意识的“高唤醒”。

　　通过完善立法明确个人消费数据信息属性及合法使用的边界，切实加大对消费者个人信息的保护力度。既要有个人消费信息保护的相关机制和具体举措，又要通过开展形式多样的宣传、教育、引导活动，营造依法保护个人信息的浓厚氛围，通过对消费者保护个人信息意识的“高唤醒”，引导每一位消费者当好个人信息的第一“守门人”。

　　四是建议加强对电商平台的培训引导与广泛监督，对违法违规行为、霸王条款、奇葩规则等坚持露头就打。

　　一方面，通过行政指导、法律法规培训、典型案例警示等途径提升不同电商主体对相关法律法规的知晓度，使其“知规则、明边界”。另一方面，通过平时与特定时间节点相结合、网民投诉与执法监督相结合等形式多样的网络促销“监控哨”，实现对各种网络消费场景的全面监督监控，对违法违规行为、霸王条款、奇葩规则等坚持露头就打，避免养痈成患。

　　五是呼吁电商平台真诚正视消费者追求品质的新需求、新动向，切实同步提升行业综合服务能力与服务水平，切实保障消费者品质消费的良好体验。

　　“618”节节攀升的数据背后，是上下游、产供销、大中小企业的协同复工达产，是国内消费市场巨大潜力的释放，同时也更应该是电商平台渠道、身段“下沉”与消费者个性化、细分化的品质消费需求“提升”的充分互动。电商平台需要真诚正视消费者追求品质的新需求、新动向，切实同步提升行业综合服务能力与服务水平，为供需两侧共同助推经济加速恢复循环的生动实践助力添彩。