

无标识产品被主播吹嘘“药到病除”

网购“三品一械”产品易遭遇虚假宣传

“痛风并有结晶结石的，在我这里不用拉小刀，不用去医院，只要用药粉熏蒸、排汗药浴就能够把身体中的结石给排出来”“痛风的完美克星，简简单单3天就能尿酸正常，早晚一次，消肿迅速，降酸、溶石、消肿一箭三雕，酸说降就降，石头说没就没”……

痛风、结石……在直播间内，患者身体上的病理不适在主播口中都是“药到病除”的小问题，而这个“药”，正是直播间主播的带货商品。

《法治日报》记者近日观看多场此类直播发现，一些自称“医生”“中医”“××专家”的主播，在直播间大肆宣传推广具有保健功能、医疗功能的产品，其中一些并不直接在直播间内售卖，而是引导消费者添加主播的私人社交账号交易。记者查看多款对方推荐的产品，发现都没有药品相关标识。

受访专家指出，上述情况是典型的直播带货虚假宣传问题，这一问题在“三品一械”（药品、医疗器械、保健食品和特殊医学用途配方食品）领域格外突出。应尽快完善“三品一械”直播带货相关法规制度，明确主播在直播间宣传推荐“三品一械”及相关食品行为的法律属性，细化有关违法行为的界定和处罚标准，规范“三品一械”直播带货行为。

直播行为缺乏监管 相关广告应做审查

近日，北京市市场监管局发布了8起涉虚假宣传等违法行为的典型案例。其中一起案例为，北京新颜兴医疗美容医院有限公司在直播营销过程中虚假商业宣传。

经查，这家公司在此前的直播过程中对“薇旌美胶原蛋白”“新肤源胶原蛋白”产品进行宣传时，多次声称该产品“很多明星都在使用”“杨××、王××、杨××，所有的明星颜值回春都是因为打了薇旌美”等内容。

这家公司还在部分直播话术中，称“半岛超声炮作为国货之光，是目前国内唯一拿到NMPA（国家药品监督管理局）认证的超声治疗仪”。

经监管部门核实，这家公司无法提供证据证明杨××、王××等明星使用直播同款产品；同时，也无法提供证据证明“半岛超声炮是目前国内唯一拿到NMPA认证的超声治疗仪”，认定构成对其商品作虚假或引人误解的商业宣传的违法行为，依法对其作出罚款20万元的行政处罚。

北京市市场监管局认为，这家公司在直播过程中对产品或服务作夸大或虚假的宣传，诱导或误导消费者下单，侵害了消费者的合法权益。

在直播过程中对“三品一械”进行夸大或虚假宣传的现象并不少见。

《“三品一械”直播带货消费调查报告》（以下简称《消费调查报告》）显示，受访者通过网络直播渠道购买“三品一械”产品最担心和遇到最多的都是虚假夸大宣传问题。在被问及通过网络直播渠道购买“三品一械”产品会担心哪些问题时，50.98%的受访者表示担心虚假夸大宣传问题，占比最高。在被问及遇到哪些问题时，48.96%的受访者表示遇到过虚假夸大宣传问题，同样占比最高。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江介绍，根据广告法、《互联网广告管理办法》等规定，“三品一械”广告应当在发布前由广告审查机关对广告内容进行审查；未经审查，不得发布。

陈音江发现，在直播间，主播宣传推荐“三品一械”产品行为并未纳入有效监管，导致各种“三品一械”网络直播虚假宣传、违规广告代言等侵权问题时有发生，不仅损害了消费者合法权益，也扰乱了网络市场交易秩序。



图片来源于网络。

健全主播培训体系 建立实时监测机制

《消费调查报告》显示，“三品一械”直播带货在快速发展的同时，主播在直播间宣传“三品一械”功效以及宣传普通食品具有保健、治疗功效等问题仍然比较突出。

从本次调查结果来看，近八成受访者认为主播在直播间介绍“三品一械”产品会起到广告宣传效果，超八成受访者认为网红明星主播会起到广告代言作用。

对此，《消费调查报告》建议，有关商家、MCN机构和主播要严格遵守有关法律法规和规章制度，不得通过虚假夸大“三品一械”或普通食品功效等方式，欺骗误导消费者；不得以介绍健康、养生知识等形式违规发布或者变相发布“三品一械”广告。

陈音江认为，可以设立专门的“三品一械”主播培训体系，要求主播在开播前完成相关法律法规、产品知识、职业道德等方面的培训，确保主播在直播过程中能够准确传递产品信息，避免误导消费者。同时，根据主播的直播行为、消费者反馈等信息，建立主播信用评分体系，以此激励主播自觉遵守规定。

北京嘉维律师事务所执行主任葛友山认为，主播应履行全面、真实、准确的说明义务。比如，主播在直播销售中需承担起提供翔实、真实和准确信息责任；应对“三品一械”产品的批准文号、功效、适用人群、禁忌证等信息进行详细披露并确保信息的真实性；还应明确自己的推广身份，说明自己的作用仅限于宣传和推荐，防止消费者对主播的角色产生误解等。

除了规范直播带货的主播行为之外，《消费调查报告》还呼吁平台承担更多责任：除了要入驻的“三品一械”商家进行严格的资质审核确保商家具备合法经营资格之外，还要对商家的宣传内容加强审核和管控。采用人工智能等技术手段对“三品一械”直播内容进行初步审核，过滤掉明显的违法违规内容；同时设置人工复审环节，对疑似违规内容做进一步审核，确保审核的全面性和准确性。

“建立实时监测机制，对‘三品一械’直播过程进行全程监控，一旦发现违规行为立即采取应急措施，畅通消费者维权渠道，确保消费者投诉问题及时得到妥善解决。”《消费调查报告》称。

“平台层面，需实施严格的主播入驻审核与持续监管策略。”葛友山说，直播带货平台应当积极履行入驻登记核验义务，依法对直播间运营者提供的身份、联系方式、行政许可等信息进行登记，积极采取技术措施进行核验。还应当建立对主播严重违法违规行为处理结果的公示机制。

完善相关法律规定 细化违法行为标准

在陈音江看来，还应当根据相关法律规定完善“三品一械”直播带货广告制度，进一步明确主播在直播间宣传推荐“三品一械”及相关食品行为的法律属性，细化有关违法行为的界定和处罚标准，将直播间里的“三品一械”宣传纳入有效监管，营造良好网络消费环境，维护消费者合法权益。

陈音江认为，相关监管部门应该加大对“三品一械”直播带货行为监管和执法力度，尤其是对直播间里的主播宣传推荐行为加大监管力度，依法查处各种违法违规或损害消费者权益的行为，并及时向社会公开曝光典型案例，形成有力震慑。同时建立健全跨部门协作机制，加强相关部门之间的信息共享和联合执法，形成监管合力。

葛友山认为，根治直播带货虚假宣传问题需要多措并举。首要措施在于加快完善监管体系。面对《互联网直播服务管理规定》等在实践中局限性，迫切需要出台更为详细的补充细则和操作指南，针对“三品一械”直播带货的特殊性，明确监管的范围、标准和流程，以便更好地适应和引导直播带货市场的健康发展。

在葛友山看来，还可以利用人工智能、大数据等现代信息技术，构建智能化的监管平台，实现对直播内容的实时监控和自动识别。这样的技术手段可以有效提升监管效率，及时发现并处置违规行为。此外，应建立信用监管体系，例如通过“黑名单”制度，对屡次违规的直播主体进行记录和限制，防止其通过变更身份逃避监管。

“考虑到直播带货的即时性和互动性，传统的监管方式需要创新。例如，可以采取随机抽检与定点检查相结合的方式，对直播带货的广告宣传进行监管。同时，鼓励直播平台发挥其在内容监控和交易数据管理方面的优势，与监管部门共同维护市场秩序，确保消费者权益不受侵害。”葛友山说。

来源：法治日报