

# 无标识产品被主播吹嘘能“药到病除”

## 网购“三品一械”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里的结石给排出来”“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、结晶……在直播间内,患者身体上的病理性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。

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列。其中一起案列为,北京新颜医疗美容医院有限公司在直播营销过程中进行虚假商业宣传。

经查,这家公司在此前的直播过程中对“薇旖美胶原蛋白”“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××、扬×,这些明星颜值回春都是因为打了薇旖美”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。

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。

### 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》等在实际中的局限性,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

### 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。

北京嘉淮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、真实和准确信息的责任;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;还应明确指出自己的推广身份,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、联系方式等信息进行登记,积极采取技术措施进行核验;还应建立对主播严重违法违规行为处理结果的公示机制。