

盗用他人直播内容销售劣质商品 维权存在困难

## “孪生”直播间为何屡禁不止

直播间内,一名女主播拎着衣架,向观众细致地介绍2025年春季的新款长袖T恤。她在直播间侧身或背身而立,展示不同角度的着装效果,同时不停走动展示T恤的细节。而在同一时间段,该平台还有许多“孪生”直播间——相同的主播、同样的发型和首饰,直播间背景布置得也一模一样。但仔细看可以发现,主播面容模糊,神情呆板,讲解声音也对不上嘴型。上述第一家直播间商家告诉记者,所谓的“孪生”直播间其实是盗播了其店铺的直播内容,并用AI换了主播的脸。

近日,记者观看多场直播发现,短视频平台和社交平台上存在大量盗播现象,不少直播间被盗播后售卖山寨货,消费者买到问题商品后往往会找被盗播商家维权。“这种情况不仅发现难且维权成本高,跨平台举报要提供很多材料才能证明对方是盗播,有时候举报还不成功。”被盗播的商家对此苦不堪言。受访专家表示,盗播和以此售卖山寨货的现象屡禁不止,暴露出相关平台存在诸多漏洞,而治理需要监管部门、行业协会、平台明确各方主体责任,形成合力。



### 现象

#### 盗播形式多样

“我们是多种面料进行混纺,所以衣服的抗皱性、稳定性好。它的性价比高,各种裤装裙装都可以搭配。”某平台一直播间,主播从多个方面对所穿的衬衫进行讲解。她举起右手指了指上方,提醒观众认准“××定制”。依照主播的提示,可以看到直播页面左上角的账号昵称正是她口中的店铺名称。

没过一会,记者刷到了另外一家店铺——相同的场景、相同的主播,用相同的声线介绍同一件上衣。而直播间有些嘈杂,有画外音卖力地喊着“欢迎××进入直播间”。对比后发现,该直播间的商品链接和前面的店铺不一致。

记者找到前面的店铺客服询问,对方表示商家目前在平台只有一个账号、一家店铺,记者后来看到的直播内容均属于盗播。

记者注意到,一旦用户在售卖某件服装的直播间中停留过,一些平台就会自动推送更多销售相同服装的直播间。仅观看两个小时直播,记者就刷到有着同一体型和穿搭配饰、但主播被AI换脸的四个不同的直播间,而且直播间售卖的同伴短袖均来自不同的店铺,并且价格不一。比如原主播直播间售卖的59.9元一件短袖,到了其他的直播间分别成了39.9元、49.9元和69.9元。

记者在其中一个涉嫌盗播的直播间留言:“刚刚在其他直播间看到了一样的内容,这位主播是AI换脸吗?”

随即,页面显示:“你已经被踢出直播间,将无法再进入该主播直播间。”同时记者该账号被拉黑。而记者通过另一个账号在该直播间看到,商家强调:“我们是主播在播哦。”

在某第三方消费者投诉平台,记者以“盗播”为关键词进行检索,截至目前有超过3000条相关投诉。调查中,也有不少消费者向记者表示,自己看直播后买到了货不对板的商品,才意识到该直播间可能盗播了其他品牌直播的内容。

### 调查

#### 维权存在困难

去年12月,某电商运营团队在公示的《“内容作弊:盗播”违规细则》中罗列了盗播类型:或是直播间播放他人直播录像素材的音/视频;或是直播中将他人直播录像,作为主要直播画面/背景,小窗有人物或者商品出境的大小窗类;或是编辑他人直播内容后使用的,如未经授权,截用他人直播片段循环播放,盗用他人直播画面并用AI替换人脸或者其他信息等,都属于平台的违规行为。

尽管电商平台对盗播有着明确规定,但被盗播者想要维权却并不容易。

一位业内人士透露,盗播的操作并不复杂。运营人员在电脑端或者手机端使用软件录制目标直播间的内容,然后用相关剪辑软件对视频内容进行剪辑,接着通过直播伴侣、OBS等软件搭建直播间,并将录好的视频放在自己直播间开播,就能够通过中控平台添加直播间商品、回复网友弹幕信息。

“2024年下半年开始,盗播开始频繁上演。”在上海工作的某服装品牌负责人刘先生告诉记者,盗播往往是跨平台操作,被侵权方维权成本较高,“维权的时候也要跨平台去举报,提供很多材料才能证明我们是原创、是先进直播的,有时候还举报不成功”。

“然而盗播的成本却很低。”刘先生说,“他们(盗播者)只需用录屏软件直接录我们的直播,然后注册账号就可以了,有时候同时有好几个账号在直播,就算被封了,换个号就能卷土重来。”

在调查中,还有商家向记者反映,消费者收到盗播直播间的劣质产品会先找到自己,虽然自己耗费大量时间和精力在向消费者解释和举报,但还是防止不了这种现象。

“实际上,如何辨别是否为盗播,对消费者来说并不困难,希望以后消费者遇到盗播行为及时举报。”刘先生表示,是否为盗播主要看主播会不会和用户互动,“像我们卖服装的主播,会很关注弹幕和评论区,让看一下后面就转身看一下后面,问尺码等问题主播也会及时关注并回复”。

### 观点

#### 强化平台责任

北京市京都律师事务所律师常莎认为,盗播带货存在诸多法律问题。盗播带货行为本身涉嫌侵犯相关主播的肖像权。未经著作权人允许,盗录、盗播其直播视频,涉嫌侵犯视频著作权人的著作权。盗播带货可能使主播的流量由原直播间流向盗版直播间,导致用户黏性降低、流量下降,严重影响其商业价值,该行为构成不正当竞争。如果盗播带货直播间所售产品为山寨货,还涉嫌侵犯消费者的知情权和选择权,并对消费者构成欺诈。

“盗播往往呈现‘A平台引流、B平台交易、C平台传播’的链条化特征,但各平台用户行为数据互不共享,难以追踪完整的侵权链条,导致盗播产业链打而不死。”常莎说。

在受访专家看来,主播在镜头前使出浑身解数辛苦带货,“李鬼”们不劳而获,将他人带货的直播视频和图文资料直接搬运,当成引流带货的幌子吸引消费者,不仅破坏了市场诚信和法律底线,还破坏了健康的直播行业生态。对盗播带货乱象亟须依法整治。

中国人民大学法学院副教授黄尹旭认为,目前直播带货还有漏洞需要填补,如一些平台实名认证流于形式,未严格执行实名认证制度,盗播者利用技术手段如镜像翻转和画中画遮挡来规避AI识别,使得侵权者可以通过购买手机号或虚拟身份轻易注册账号。盗播行为极易侵犯他人知识产权、肖像权、商业秘密等合法权益,但被盗播者想要维权往往比较困难,在诉讼等环节需要承担较重的举证负担,花费较多时间和精力。对此应当完善规则,为相关权利人主张权利创造条件。

“要想解决盗播打而不死之态,亟须借助科技手段完善平台监管,短期内可通过高效率‘事前预防+事后追责’等方式专项打击遏制势头,强化平台责任,以‘实名认证+人脸识别’的方式促使主播关联信用体系。”黄尹旭说,长期来看,可依赖技术迭代完善平台监管,采用内容加密与追踪方式,结合动态数字水印(如用户ID绑定)、区块链存证技术,实现盗播内容溯源。

“有关平台和部门应进一步完善直播带货规则,明确盗播带货行为的法律责任,监管部门也应加强查处盗播带货行为,及时处理被盗播者和消费者的投诉举报。对于盗播带货行为,被盗播者同样要积极拿起法律武器维权,及时向相关部门和平台提供线索。”常莎说。

来源:法治日报

