

直播平台的“打赏”功能是近年来兴起的一种互动方式,观众可以通过直接给主播打赏礼物或者金钱,来表达对主播的喜爱和支持。然而,一些平台上的“打赏”功能却存在隐患,比如有的单笔可充值百万,以及不设立上限和提醒。平台将充值金额设置过高的同时不限制“打赏”额度,这种做法是否合理合规呢?专家表示,从保护消费者权益的角度看,过高的“打赏”额度可能诱导部分用户过度消费,尤其对于未成年人和缺乏自制力的成年人来说,容易导致非理性消费行为,建议给直播平台打赏限额,抵制超额打赏。

单笔可充值百万 打赏没上限无提醒

专家建议,给直播平台打赏限额,抵制超额打赏

大额打赏主播 平台没有提醒

短短4个月里,家住辽宁省沈阳市的张明(化名)在某直播平台上“打赏”了一名女主播20余万元。

张明经常登录直播平台观看短视频。前段时间,他被某直播平台的一名女主播所吸引,之后多次进入该直播间给这名女主播刷小额礼物(送花、金币等)。随后,女主播留意到张明,多次用言语暗示他为其刷更多的礼物。

“她在直播间说,给她刷‘糖果飞船’等高价礼物,就能与她私聊。在我给她发私信后,她多次诱导我刷礼物,说可以加她的社交账号进一步发展。”张明告诉记者,“在我持续给她刷了十几万元礼物后,我们互相加了社交账号,还确立了‘恋爱关系’。”

张明发给记者的聊天截图显示,这名女主播一直使用假名联系他,多次表达“共度余生”“不离不

弃,相伴到老”等内容。

之后的一个月,张明在女主播的暗示和要求下陆续在某平台充值。“她要求我通过购买礼物给她‘打赏’,帮助她完成每月‘任务额’以及和其他主播‘PK’的任务,前前后后一共‘打赏’了20余万元。”

让张明没想到的是,当他向这名女主播提出与其他男粉丝保持距离时,被她拒绝,还以不理解她为由提出分手。“分手”后,张明多次要求她退还刷礼物的“打赏”费用,同样被拒绝。

当下,在短视频平台,粉丝“打赏”主播已经成为常态。记者近日打开某短视频平台的直播区,看到不少主播正在“户外直播”。某网红主播的直播间已经涌入10万+的观

众,在直播界面下方一直有礼物送出。

记者在排行榜看到,前几名的“在榜大哥”出手阔绰,有的小礼物一送就是上千个。在许多观众疯狂“打赏”的同时,不乏质疑的声音出现在评论区,“你们钱真多,一出手就是上千元,平台也不限制‘打赏’额度吗?”

单次可充百万 打赏没有限额

为了规范直播“打赏”行为,2020年11月发布的《国家广播电视总局关于加强网络秀场直播和电商直播管理的通知》要求,平台应对用户每次、每日、每月最高“打赏”金额进行限制。在用户每日或每月累计“打赏”达到限额一半时,平台应有消费提醒,经短信验证等方式确认后,才能进行下一步消费,达到“打赏”每日或每月限额,应暂停相关用户的“打赏”功能。平台不得采取鼓励用户非理性“打赏”的运营策略。

既然主管部门对直播

“打赏”作出了限制性规定,为何实践中还不时发生大额“打赏”行为呢?

在某短视频平台,记者随机进入一直播间,界面右下角分别为“购物车”“礼物”和“扩展选项”,在“扩展选项”中有“直播消费助手”选项,该功能默认关闭,需要手动开启。

不仅如此,该功能下的“日消费金额”也需要用户手动设置,有“智能提醒”“1000元”“2000元”“5000元”“10000元”和“20000元”6档。据了解,该“智能提醒”是根据用户在平台直播消费情况自动

生成的相应数值。

在该功能下方还有“消费限额”选项,默认不限额。用户想要更改设置则需经过短信验证,随后系统会自动开启消费限额保护。不过弹窗提醒“该功能仅针对直播‘打赏’消费;受限于技术等客观因素,‘打赏’限额生效可能存在延迟,平台不因此承担违约责任”。

值得注意的是,在该界面右上角的说明中,平台特别提到“本服务仅针对直播‘打赏’消费”。不过,记者并未找到该平台对用户单次及一定时间段

内“打赏”数额的限定。

记者调查还发现,与上述短视频平台设置充值限额相比,一些直播平台甚至没有设置充值限额。

在某直播平台,确认充值前,用户需要勾选三款协议,但其中并未涉及充值限额、消费提醒等规定。

记者就此向平台客服询问。“T259”客服告诉记者,网银单笔限额充值是100万元,单笔充值不超过限额就可以进行充值。目前平台没有直播充值限额和每日消费提醒,可以随时进行充值消费的操作。

识别异常打赏 设置最高额度

那么,平台将充值金额设置过高的同时不限制“打赏”额度,这种做法是否合理合规呢?

在北京盈科(上海)律师事务所互联网法律事务部主任、高级合伙人谢连杰看来,从保护消费者权益的角度看,过高的“打赏”额度可能诱导部分用户过度消费,尤其对于未成年人和缺乏自制力的成年人来说,容易导致非理性消费行为。

中央财经大学法学院教授朱晓峰认为,平台这样设置,其实是规避《通知》相关规定,既不合理,也不合规。平台事实上未履行其承担的对“打赏”进行限制的义务,构成行政违法。

受访专家认为,当务之急是落实国家相关规定。

朱晓峰说,《通知》规定平台有义务对“打赏”金额进行限制,但并未明确最高“打赏”金额标准,从而给平台规避限制“打赏”金额义务提供了操作空间。因此,须使规则更加具体、明确,具有可操作性。同时应明确平台违法的后果,使行政主管部门制定的政策得以切实执行,发挥规范平台“打赏”的效果。此外,相关行政主管部门要积极探索利用大数据、人工智能等新技术,对大额“打赏”频繁出现的平台,建立人机结合的重点监管审核机制,及时采取应对措施。

“《通知》中未规定罚则,相关部门有必要统一设置最高额度以及引入罚则或者明确规定,相应的违法行为适用行政处罚法的法律责任。”朱晓峰说。

泰和泰(重庆)律师事务所高级合伙人朱杰认为,

应该根据用户的消费能力和需求设置合理的“打赏”额度。

朱杰建议,根据《通知》的规定,网络秀场直播平台要对网络主播和“打赏”用户实行实名制管理,未实名制注册的用户不能“打赏”,未成年用户也不能“打赏”。这一政策的落实需要平台加强用户身份认证和实名注册的管理,确保用户的真实身份信息,并对未成年用户进行限制。同时,平台还应对用户的“打赏”行为进行监管,限制“打赏”金额,并设置消费提醒功能,确保用户的消费行为合理和可控。

谢连杰说,制度建设上,除了严格落实“打赏”金额限制和消费提醒机制外,还需要建立完善的未成年人保护机制,如实行严格的实名制注册和人脸识别验证,避免未成年人冒用他人账号进行大额“打赏”。在法律法规方面,比如依据民法典等相关法律,对因主播诱导或其他原因导致的无效或可撤销“打赏”行为,消费者有权请求返还财产。通过立法建立健全退费机制,对于误操作或非理性消费的用户,提供合理的退费途径。在教育引导上,加强对主播的职业道德教育,强调公平公正、绿色健康的直播文化,坚决抵制故意煽动、诱惑用户进行超额“打赏”的行为。在技术控制上,可以利用先进的算法和技术手段,实施精准有效的风控措施,包括但不限于快速识别异常“打赏”行为、触发阈值自动暂停“打赏”功能等。



唐昊漫画