



将数字人主播等纳入直播电商监管、细化规范“仅退款”等行为……

两部新规出台 剑指网络交易秩序

◆ 新增流量管控,将数字人主播等人工智能生成内容纳入监管;对“仅退款”“二选一”“大数据杀熟”等行为进一步细化规范……市场监管总局和国家网信办近日联合发布《网络交易平台规则监督管理办法》《直播电商监督管理办法》。这两部新规都关乎网络交易秩序,围绕压实平台责任、充分保障平台内经营者、消费者权益,提出了哪些新举措?在市场监管总局1月7日举行的新闻发布会上,市场监管总局有关司局负责人进行了解读。

P11



1月6日,家长带着小朋友在地里捉虫换萝卜。受访者供图

从砍甘蔗到捉虫换萝卜

眉山小伙用游戏玩转田间经济

童鹏飞

◆ 不到两个月,眉山青神小伙童鹏飞火了两次。这次,导航APP上甚至有了由他网名命名的地标:眉山甘蔗哥小东江。

◆ 2025年11月10日,眉山市青神县真人版砍甘蔗游戏火爆,只用了18天,童鹏飞的45.3亩甘蔗便“一售而空”。2026年1月1日,甘蔗地“主人”童鹏飞开启了“捉虫换萝卜”的新游戏,元旦假期吸引了数千人,网友为其取名为“真人版保卫萝卜”。

| P03

四部门联合发文 明确开展春秋游等推进职工文体工作举措

基层工会每年最多可开展四次春秋游活动,职工可通过工会获得电影券、文旅消费券等支持……近日,全国总工会、文化和旅游部、国家电影局、国家体育总局联合印发《关于深入推迷新时代职工文体工作高质量发展 扩大职工文体消费的意见》,围绕系统推进职工文体工作、扩大职工文体消费作出部署,进一步满足广大职工日益增长的精神文化需求。

意见提出八项重点任务,明确到2030年,基本建成覆盖广泛、层级清晰、特色鲜明的职工文体活动体系,打造具有全国影响力的职工文体品牌项目,形成健康文明、昂扬向上、全员参与的职工文化。

在优化职工文体消费环境方面,意见提出鼓励提高工会经费中文体活动支出比例,推动用人单位就文体活动和带薪年休假开展集体协商,扩大职工疗休养规模,鼓励基层工会每年最多可开展四次春秋游活动。鼓励各级工会联合文旅、电影、体育等部门,推出职工专属文旅优惠产品与服务,支持购买景区年票,发放文旅消费券、电影券,举办主旋律电影展映活动,办好“惠工院线”。

据新华社

直播电商新规发布,筑起风险隔离墙

封面评论

□蒋璟璟

市场监管总局、国家网信办近日联合发布《直播电商监督管理办法》,在落实平台主体责任的同时,进一步明确了直播间运营者、主播和MCN机构等主体的法律责任。
(中新社)

与传统平台电商“生而为商”不同,直播电商的发迹,起初主要依托于社交、短视频等平台,在“流量带货”的商业路径走通之后,才有了电商的属性。而这也决定了直播电商的成分更复杂、利益关系更盘根错节。以往监管电子商务的一般性法规,不足以高

效适配这一新事物,这才有了专门的管理办法。

新近发布的《直播电商监督管理办法》,最大的成果,就是对直播电商这一复合、杂糅的庞然大物,进行了穿透式的拆解。其聚焦直播电商平台经营者、直播间运营者、直播营销人员、直播营销人员服务机构四类主体,并划定了各自的责任……理论上,各自守土尽责,就能避免环环失守、风险传导。

一直以来,直播电商状况频出,其“虚假宣传”“粗制滥造”“数据造假”“高退货率”等等问题,一再引发热议。究其原因,就在于其产业链中“层层糊弄”“责任转移”的畸形结构。从以往很多案例看,杂牌厂商找MCN卖货,MCN让主

播带货,主播让粉丝买货,这里面,每个环节都急于锁定自己的那份利益,而宁愿放任风险向下传递。新规的施行,正是着眼于在这几个主体间筑起防火墙,避免坏商品、坏生意“带病通关”。

传统的平台电商,“玩家”数量相对较少,利益结构也简单,基本能做到规矩经营。与之相较,直播电商还在发展的初级阶段,主播们频频“一代新人换旧人”,各种杂牌、白牌产品惯常“打一枪换一个地方”,直播间里选品也是无所不包、瞬息万变。缺乏“停留与记忆”,直播电商就难言积累与改进——告别草莽与蛮荒,让长期主义主导行业未来,用新规重新定义游戏规则,正是绝佳契机。

川美包饺子大赛
“卷”成艺术展

P07

天府新视界
最美的盛唐彩雕
什么样?

P13