

乡村振兴背景下农产品直播带货的法律保障

卢星华

(新疆科技学院, 新疆 库尔勒 841000)

【摘要】农产品直播带货凭借诸多优势促进了乡村发展。根据不同类型对农产品直播带货类型进行区分,可将其划分为自主直播带货和他主直播带货,公益性直播带货和营利性直播带货,还有群众直播带货、明星直播带货和官员直播带货,平台自营型直播带货和平台非自营型直播带货。对农产品直播带货进行法律分析,发现公益性直播带货规制不足、直播带货统一采用强监管模式、农产品质量问题无法得到保证、消费者维权困难等诸多问题。需要完善相应公益广告法律法规,并对不同类型农产品直播带货从弱监管到强监管模式分类监管,保障农产品质量,并建立快捷纠纷解决渠道,来完善农产品直播带货的法律保障。

【关键词】农业发展;农产品直播带货;农产品质量;消费者权益保护

【中图分类号】F304

【文献标识码】A

【文章编号】1671-7252(2021)05-0039-06

2020年我国实现了全面脱贫,巩固脱贫成果并促进乡村振兴是现代农业发展方向。随着互联网的兴起和电子商务的发展,农村电子商务成为促进农业现代化的重要方式。在疫情期间,以直播带货为主的新型电商模式发展迅猛,数字农产品电商增加超50%^[1]。为了促进农产品销售,农民、明星、官员齐上阵,帮助解决由于疫情所导致的农产品滞销问题。后疫情时代,如何发挥农产品直播带货在乡村振兴当中的积极作用,是现阶段需要解决的迫切问题。通过法律制度的完善,可促进农产品直播带货的规范化、标准化、长效化和制度化,有效提高农产品直播带货在乡村振兴当中的积极

作用。

一、农产品直播带货的基本类型

不同法律关系中主体不同,所引起的法律效果也不同。通过对农产品直播带货进行类型化区分,可明确不同类型所产生的法律关系。

(一)自主直播带货和他主直播带货

根据农产品直播带货的主导者来划分,可分为自主直播带货和他主直播带货。自主直播带货是由农产品生产者自行销售的一种直播带货模式。自主直播带货有两种模式。模式一:农产品生产者(主播)+直播平台+农产品购买者。模式二:农产品经营者(主播)+直播平台+农

【基金项目】新疆科技学院校级科研基金项目(2021-KYZD01)

【收稿日期】2021-05-16

【作者简介】卢星华(1992—),男,四川遂宁人,新疆科技学院公共基础部助教,硕士。研究方向:法理学、民法学。

产品购买者。两者法律关系的主体不同,所产生的法律效果必然不同。模式一中农产品生产者可能有两种主体,一是农民个人或其家庭作为生产者;二是农业生产企业作为生产者。两者在直播平台上自行推销并售卖农产品的行为都要受《中华人民共和国消费者权益保护法》(以下简称《消费者权益保护法》)的规制,法律关系主体的权利和义务在《消费者权益保护法》中有所体现。但是有一个例外,即农产品购买者如果是经营者,便不受《消费者权益保护法》规制。模式二中农产品经营者也有两种主体,一种是从事农业贸易的个人,另一种是从事农业贸易的企业。同上,只有当农产品购买者为消费者时,才受《消费者权益保护法》的约束。他主直播带货指的是由农产品生产者或经营者委托他人进行直播,包括委托直播企业、网红或者明星等进行宣传。在他主直播当中,多了一个主体,导致法律关系更加复杂。总体而言,因他主直播带货成本更高,农民个人作为生产者或经营者,很难开展他主直播带货。

(二) 公益性直播带货和营利性直播带货

根据直播带货是否具有营利性,可分为公益性直播带货和营利性直播带货,这两者往往存在于他主直播当中。在新冠肺炎疫情期间,为了帮助农民销售滞销的农产品,很多明星或官员免费在直播平台上进行直播带货^[2],便是公益性直播。但只有在互利共赢的情况下,直播带货才会常态化发展,因此公益性直播带货往往是少数。直播带货在法律属性上可归属为广告行为,因而也受《中华人民共和国广告法》(以下简称《广告法》)的约束。但我国《广告法》当中并未有直接规定公益性直播带货的内容,无论是公益性还是营利性直播带货,都受《广告法》的规制。我国在 2018 年《全国人民代表大会财政经济委员会关于第十三届全国人民代表大会第一次会议主席团交付审议的代表提出的议案审议结果的报告》(以下简称《报告》)中明确表示要制定公益广告促进法。现阶段我国公益广告的规制有 2016 年颁布《公益广告促

进和管理暂行办法》(以下简称《办法》),但是其中不涉及直播带货的内容。因而,无论是公益性还是营利性直播带货,并未区分对待,主播权利和义务均是一体化规范,这不利于公益性直播带货的发展。

(三) 群众直播带货、明星直播带货和官员直播带货

根据主播身份的不同,可分为群众直播带货、明星(包括网红和知名人士)直播带货和官员直播带货等类型。群众直播带货农产品在自主直播带货和营利性直播带货中广泛存在。不论是公益性直播带货还是营利性直播带货,都有明星的身影。官员直播带货更多的是公益性直播带货。在直播效果上,明星优于官员,官员优于群众。在当前粉丝经济和流量变现的互联网浪潮下,明星直播具有无可比拟的优势。但是明星带货会增加营销成本,只有大企业才有能力聘请明星代言。由于身份的特殊性,官员直播带货会面临一定的舆论压力和社会风险,甚至有可能引发一定法律风险^[3],因而官员直播带货不能成为常态化的带货方式。

(四) 平台自营型和非自营型直播带货

现阶段,我国农产品直播带货的主要模式为平台非自营型直播带货,即较大的直播平台企业并不自行生产、经营和参与农产品的宣传和销售。随着互联网的发展,平台自营型农产品直播带货可能会成为重要的农产品销售形式。小规模农产品销售往往受多方面的限制,而平台自营型农产品直播可整合互联网资源,发挥自身优势,在生产、销售、物流和售后多方面整合,并发展壮大。“现阶段传统的物流模式很难适应电子商务的发展,在构建自营产品的同时打造整合性的物流平台,主导整个供应链以提高流通效率降低成本。”^[4]平台非自营型直播带货,受《中华人民共和国电子商务法》(以下简称《电子商务法》)的规制。根据《电子商务法》第 10 条的规定,个人销售自产农副产品、家庭手工业产品,是不需要进行市场主体登记的。对于农民或者家庭作为生产者的自主直播带货而言,放宽了规制,

有利于农产品电子商务的发展。但是无论是企业还是个人作为经营者，都要受到《电子商务法》的严格规制。

二、农产品直播带货的主要特点及优势

相对于传统电商而言，农产品直播带货具有即时性、交互性、直观性和广泛性等特点，农产品直播带货具有广阔的发展前景，可以为乡村经济、乡村文化、乡村生态等多方面提供助力。

（一）即时性：传递农村现状

直播带货不仅可以即时将农产品的现状传输给观众，使得观众在第一时间了解到农产品生产现状，还可以通过特色农产品，传递乡村文化，促进乡村发展。特色农产品往往承载着不同地域的风土人情，具有浓郁的地方文化特色，农产品直播带货可促进乡土文化的传播，例如直播带货高原的特产，可将藏羌文化传播开来^[5]。地方政府可以组织农产品文化节，提高农产品的销量，促进当地经济发展。因而，“农产品+地方特色文化”是农产品直播带货的重要内容。

（二）交互性：增强城乡互动

交互性也是直播带货的典型特点，通过主播与观众的互动，可以丰富观众的购物体验。我国自改革开放以来，经济发展迅速，城市化突飞猛进，大量农村人口涌入城市，成为城市人口。城市新市民可通过直播电商与农村再度联结。新农村建设使得农村成为了生态宜居的美丽家园^[6]，直播带货便于城市居民了解现今农村发展现状，促进了城市和农村之间的互动和交流。农村发展是减少我国地区发展不平衡的首要目标，只有不断缩小城市和农村之间的发展差距，才能实现我国农业现代化。

（三）直观性：了解农业生产

农业生产具有周期性、季节性、地域性等特点，直播带货可将农产品生产过程展示给观众，消费者可更加直观地了解农产品的状况，尤其是绿色农产品的生产过程，从而消除消费者对于产品质量的疑虑，提高农产品的可信度。此外，直

播带货模式还可为观众提供在线选货、装货、运货的服务，从农产品的选择、包装和运输方面进行全程把控，能有效满足不同顾客的需求。

（四）广泛性：促进农民增收

乡村振兴的首要目的便是增加农民收入，缩小城乡收入差距。我国大量贫困人口在农村地区，要实现农业现代化，首要解决的问题便是农村发展问题，加强农村电子商务的发展可促进农村发展^[7]。农产品直播带货能减少时空局限性，增加销售渠道，减少农产品滞销，优质农产品还可卖出较高价格，从而增加农民收入。

三、农产品直播带货法律保障存在的问题

通过对农产品直播带货的类型进行分析，明晰其法律关系，结合农产品直播带货的特点，梳理现阶段我国农产品直播带货法律保障存在的现实问题。

（一）农产品直播带货立法保障不足

我国农产品直播带货所受规制的法律不仅包括《消费者权益保护法》《广告法》《电子商务法》，还包括《中华人民共和国农产品质量安全法》（以下简称《农产品质量安全法》）。

现有法律基本上能解决农产品直播带货所产生的纠纷，但对现实生活的复杂性考虑不足。通过对农产品直播带货进行类型化区分发现，无论是明星还是官员都能参与到公益性直播带货中。作为特殊群体，官员直播带货的主要特点是：东少西多，贫县多富县少^[8]。官员表现出的良好执政形象，受到广大人民群众的支持，能帮助西部地区贫困县脱贫，具有良好的社会效益。而农产品直播带货的主播同样受《广告法》的约束，《广告法》第56条第2款规定：“关系消费者生命健康的商品或者服务的虚假广告，造成消费者损害的，其广告经营者、广告发布者、广告代言人应当与广告主承担连带责任。”此条规定意味着广告代言人负有无过错责任，此举是为了约束广告发布者和代言人，但同时也明确带货主播需承担相应的法律责任。而《办法》当中并没有从公益广告

的角度支持官员和明星开展公益直播的依据。因而,在立法层面上,需要对现有的法律进行改进,加强对农产品公益直播带货的法律保障。

(二) 农产品直播带货未分类化监管

政府监管是保证农产品质量安全、防范农产品纠纷的重要途径。如《消费者权益保护法》第四章规定了国家对消费者合法权益的保护;《广告法》第四章规定了国家机关的监督管理职责;《电子商务法》中规定了电子商务经营者所要受到的监管职责。

直播带货兴起后,发生诸多问题,如虚假宣传、假冒伪劣产品、流量造假、消费者维权困难等。为应对所产生问题,加强监管,国家网信办、公安部、商务部、文化和旅游部、国家税务总局、国家市场监督管理总局、国家广播电视总局七部门联合发布《网络直播营销管理办法(试行)》(以下简称《管理办法》),《管理办法》自 2021 年 5 月 25 日开始施行。自此,我国直播带货进入强监管模式,但《管理办法》并未对农产品直播带货进行分类化管理。根据上文所述,若农产品生产者是农民个人或者家庭,农产品产量小、规模小、质量不一,不会导致严重的负面社会效果,且《电子商务法》中规定,个人或家庭自产农产品,不需要对这类平台经营者进行市场主体登记。放宽对此类农产品直播带货的监管和管理,有利于增加农民收入。由此可见,网络直播监管未类型化区分不同情况,“一刀切”的强监管模式不适合现阶段农产品直播带货的实际情况,应当给予不同类型市场经济主体适当空间,才能尊重私主体权利,促进社会发展。

(三) 农产品直播带货存在质量瑕疵

根据第三次农业普查数据,我国农业经营户共 20 743 万户,其中规模经营户为 398 万户。可见,我国农业生产仍然以小农经营为主,还未形成大规模农业生产模式。2020 年我国农产品例行监测合格率为 97.8%,这说明即便是小农经营,我国农产品质量安全仍呈现出良好态势。但农产品质量合格并非意味着质量优良,这是

现阶段农产品质量存在的突出问题。

随着我国经济增长,人们对于优质农产品的需求呈上升趋势。农产品质量问题成为直播带货发展的障碍。其根本原因在于我国农业没有形成标准化、规模化、专业化、集约化生产模式。直播带货虽然扩大了农产品销售市场,但“小农户”和“大市场”的矛盾仍旧难以调和。未规模化生产的农业模式对于营利性直播带货缺乏需求,导致农产品直播带货陷入停滞。农产品质量瑕疵另一个原因在于物流方面,尤其是一些生鲜农产品极易变质和腐烂^[9]。小农户经营模式无法建立自己的配送体系,缺乏对大规模冷链物流服务的需求,第三方物流也会因为成本问题不提供相应服务。农产品在销售环节出现质量问题,不仅对消费者造成困扰,还导致农产品直播带货信誉度下降,影响其长远发展。可见,质量瑕疵问题是阻碍农产品直播带货的根本问题,也是农业发展最终要解决的问题。

(四) 农产品直播带货纠纷难以解决

农产品直播带货纠纷产生的原因是农产品质量问题。在农产品质量标准不一、仓储不合格导致产品变质、物流导致产品质量下降、小农户解决问题的能力不强等都是农产品直播带货纠纷难以解决的根本原因。

直播带货中的农产品大多是初级农产品,受我国《农产品质量安全法》的规制。但我国《农产品质量安全法》未将个人和家庭生产的农产品纳入规制范围,而现阶段大多数直播带货的农产品都是小农户生产农产品。首先,小农户所生产农产品质量参差不齐,消费者对所购农产品并不满意,损害了农产品直播带货的长远发展。其次,农产品销售过程中,需要进行存储,但我国农村地区存储设施较差,农产品在存储过程中变质,也会导致质量问题。再次,直播带货的农产品有很大部分是生鲜农产品,极易在运输过程中,受到挤压、碰撞而腐烂,进而发生纠纷。最后,小农户本身的抗风险能力就弱,直播带货产生较大的纠纷时,小农户往往难以承受。

四、完善农产品直播带货法律保障的建议

（一）完善公益类直播带货的相关立法

加强公益类农产品直播带货的立法支持，最直接的方式便是将农产品公益直播带货纳入公益广告中，减轻主播的连带责任。根据我国《广告法》，若产品导致消费者健康安全受到损害，广告代言人要承担连带责任。目前的连带责任过分加重了在公益直播当中主播作为代言人的法律责任。在《公益广告法》中，应当增加“只有当主播在代言过程中明知或者应知所代言的农产品会对消费者产生健康安全时，仍进行代言的，承担连带责任”或类似条款。农产品在公益宣传过程当中，并非由于主播原因导致的虚假宣传，不应让主播承担过重的法律责任。

（二）促进农产品直播带货分类监管

直播带货引发诸多社会问题。我国相关部门发布《管理办法》，加强农产品直播带货的监管毋庸置疑。但未区分情况执法，会浪费执法资源，甚至影响农产品直播带货的良性发展。自发布《管理办法》后，我国直播带货进入强监管模式。强监管模式能有效督促平台加强管理，保护消费者的合法权益。但根据上文分析，小农户作为主播的带货模式适合弱监管模式。《电子商务法》中对于小农户的监管就比较宽松，若仍然对此种带货模式加强监管，反而不利于农产品直播带货的发展。此外，明星和官员作为特殊群体开展公益性直播带货，很大程度上是为了促进乡村振兴，具有很强的公益属性。对于此类直播带货加强监管，设置行政上的许可障碍，反而会挫伤其公益性直播带货的积极性。总体上而言，农产品直播带货的监管应当采用由弱至强的渐进式监管模式，即小农户直播带货—公益性直播带货—营利性直播带货中从弱到强进行监管。官员作为特殊群体参与的农产品直播带货，应由相应的第三方监督管理机构来进行监管和审查。由此，分类监管才可有效防范农产品直播带货的相关问题。

（三）统一和标准化农产品的产品质量

标准化生产是农产品质量提升的根本解决之道，现阶段，我国小农户为主的生产模式为规模化和标准化的农业生产设置了天然障碍。统一和标准化农产品质量需要多方主体的努力，政府、企业、农户都需为农产品质量提升作出自身贡献。随着我国相关土地法律的修改，农地“三权分置”的建立，为大规模的土地流转奠定了基础。政府应当引导相关企业进入农业市场，进行农产品的生产、经营和销售。企业在进入农业市场后，要严格根据相关法律法规，发展有机农业、绿色农业、生态农业，不断提高农产品质量，建立优质农产品品牌，推广并宣传特色农产品，扩大高质量农产品在市场当中的份额。农户作为农产品生产的第一环节，应当在源头上把控农产品质量，在直播带货过程中，对农产品品质按照标准进行分类宣传、包装、销售，不可因为短期利益而销售低劣产品。如此，通过系统化改进，才能促进农产品直播带货良性发展。

（四）统筹各部门建立纠纷解决快捷通道

应建立农产品直播带货快捷纠纷解决通道，帮助消费者妥善解决纠纷。为此，需要第三方平台、政府和法院的多方努力。网络直播平台作为促进交易的平台机构，需要针对农产品特点建立解决机制，但现阶段《电子商务法》并未强制性规定电子商务平台需要建立在线纠纷解决机制，因此需要直播平台基于行业自律意识建立相应的纠纷解决机制。要根据不同农产品类型可能会导致的纠纷进行细分，生鲜类农产品与非生鲜类农产品的纠纷解决方式不一致，生鲜类农产品不适用于《消费者权益保护法》的7天无理由退货，直播平台在销售过程中应当保留实时证据，便于在纠纷发生后的磋商、和解和调解，从而保护消费者合法权益。第三方平台纠纷解决效率取决于平台的自我要求，因而不能保证能妥善、合理解决纠纷。当地政府应当为农产品纠纷解决建立绿色通道，利用农业部门、畜牧部门、工商部门、司法部门等多方主体优势，并通过网络建立在线纠纷解决机制，

帮助消费者便利高效地解决纠纷。而法院作为纠纷解决的最终主体,也要降低诉讼成本、精简诉讼流程,建立电子诉讼模式,为消费者提供具有强制执行力的终局性裁决。可见,只有通过多方努力,才能保证农产品直播带货的良性发展。

【参考文献】

- [1] 张哲晰.农产品“直播带货”如何行稳致远[N].中国城乡金融报,2020-08-05(B03).
- [2] 咎梦莹,王征兵.农产品电商直播:电商扶贫新模式[J].农业经济问题,2020(11):77-86.
- [3] 周作斌,李宁.领导干部“直播带货”的法律责任风险考量[J].领导科学,2020(19):13-15.
- [4] 黄志宏,周高鹏.网络时代背景下电子商务企业

的营销创新策略探讨[J].商业经济研究,2017(10):53-55.

[5] 车文斌,廖俸.直播带货高原特产,藏羌文化火网络 专访四川省理县县委副书记、县长王世伟[J].当代县域经济,2020(08):8-11.

[6] 本报评论员.建设新时代美丽乡村[N].人民日报,2018-12-29(01).

[7] 汪欢欢.城乡融合视阈下我国农村经济发展的战略走向及其实现[J].农业经济,2019(12):6-8.

[8] 李华胤,张海超.积极官员:基层官员直播带货的群体政治影像[J/OL].(2021-04-06)[2021-05-02].<https://kns.cnki.net/kcms/detail/42.1704.C.20210406.1527.001.html>.

[9] 陈镜羽,黄辉.我国生鲜农产品电子商务冷链物流现状与发展研究[J].科技管理研究,2015,35(06):179-183.

(责任编辑 任卫娜)

Legal Protection for Agricultural Products Live Streaming Under the Background of Rural Revitalization

LU Xing-hua

(Xinjiang University of Science and Technology, Korla Xinjiang 841000, China)

Abstract: With many advantages, agricultural products live streaming has promoted rural development. The classification of agricultural products live streaming can be divided into independent live streaming and others' live streaming, public service live streaming and profitable live streaming, mass live streaming, celebrity live streaming and officials live streaming, platform self-operated live streaming and platform non-self-operated live streaming. A legal analysis of agricultural products live streaming reveals that there are many problems such as insufficient regulation of public service live streaming, unified strong supervision model for live streaming, inability to ensure the quality of agricultural products, difficulty in protecting consumer rights, and so on. Therefore, it is necessary to perfect corresponding public service advertisement laws and regulations, classify different types of agricultural products live streaming from weak to strong supervision model, ensure the quality of agricultural products, and establish a fast dispute resolution channel, so as to perfect the legal protection of agricultural products live streaming.

Keywords: agricultural development; agricultural products live streaming; agricultural product quality; consumer rights protection