

法治视野下我国农村电商发展的挑战与应对策略研究

张忠诚

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年3月26日; 录用日期: 2024年4月12日; 发布日期: 2024年5月31日

摘要

农村电商是现代经济发展的一种新形势, 是带动农民增收的有效抓手, 是促进农村消费、满足人民对美好生活向往的有力支撑。但是, 在农村电商发展过程中, 逐渐显露出一些法律问题。如农产品质量不合格损害消费者权益, 农村电商平台监管缺失, 农村电商中的消费者难以维权。并且这些法律问题逐渐成为农村电商发展的桎梏, 制约着农村经济的发展。因此, 必须加强顶层设计间的协调统一, 建立健全产品质量监管体系, 严把质量关, 明确平台责任, 健全维权途径, 为农村电商的持续发展提供法律保障。

关键词

数字经济, 农村电商, 法治保障

Research on the Challenges and Countermeasures of Rural E-Commerce Development in China from the Perspective of Rule of Law

Zhongcheng Zhang

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 26th, 2024; accepted: Apr. 12th, 2024; published: May 31st, 2024

Abstract

Rural e-commerce is a new situation of modern economic development, an effective starting point

to drive farmers to increase income, and a strong support to promote rural consumption and meet people's yearning for a better life. However, in the process of the development of rural e-commerce, some legal problems have gradually emerged, and these legal problems have gradually become the shackles of the development of rural e-commerce, restricting the development of rural economy. Therefore, it is necessary to strengthen the coordination and unification between the top-level design, establish and improve the product quality supervision system, strictly control the quality, clarify the platform responsibility, and improve the way to protect the rights, so as to provide legal protection for the sustainable development of rural e-commerce.

Keywords

Digital Economy, Rural E-Commerce, Legal Protection

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 我国农村电商发展的现状及意义

1.1. 我国农村电商发展的现状

当前,随着数字经济时代来临,使得广大农村地区的电子商务得以快速发展,主要表现在:农村电子商务规模不断扩大。农村地区借助数字经济的优势通过电子商务平台实现农产品的生产、销售。据商务部统计,我国2023年全年农村和农产品网络零售额分别达到2.49万亿元和5900亿元,同时,农村地区的网店数量和网民数量急剧上升,交易额较往年逐年攀升,农村地区的电子商务发展态势良好。农村地区由于具有较大的市场规模,许多电商平台开始把目标转向农村市场和农产品,试图加大投资打造农产品品牌化。尽管如此,就我国的市场规模而言,农村还具有较大的潜力等待发掘。

当然,农村电商发展的快速发展,离不开顶层设计,离不开政策扶持。例如:我国在2017年将农村电商产业发展规划纳入中央一号文件,同时提出了:大力支持地方规范发展农村电商产业园[1]。2020年出台《数字农业农村发展规划(2019~2025年)》等多项文件,2021年农规发[2021]3号文件指出深入发展农村电子商务,加强电商主体培育和电商人才培养[2]。2024年,出台了《商务部等9部门关于推动农村电商高质量发展的实施意见》。以上文件为发展农村电商、创新商业模式、转变经济发展方式、带动农民增收起到了重要作用。

1.2. 农村电商发展的意义

农村电商具有电子商务优势也具有中国农村的特色,是二者的融合。因此,其意义主要表现在以下四个方面:一是降低了农产品的流通成本,提高市场竞争力[3]。电子商务本身具有流通快、成本低的特点,在农村地区的适用,有利于缩短原本农产品复杂的流通环节,保证了农产品的新鲜度和时效性,进一步扩大了农产品的市场竞争力;二是增加了农民收入,进一步缩小了城乡之间的贫富差距。农村地区,往往在基础设施上比较差,因此,农村地区的农产品往往是自产自销与某一小片下去,进而制约农产品的外销,使得农村收入上难以增收,而电子商务的融入打破这一限制,实现农民的收入上升;三是增加就业机会,农村电商的发展,会催生许多岗位,如平台经营、后勤、直播带货等,为解决就业发挥了重要作用;四是推动了产业结构的优化和升级。在前文中曾说许多电商平台看准了农村广大的市场规模,

投资打造农产品的品牌化，进而催生农村地区农产品的结构优化和升级。

2. 法治视野下农村电商发展困境

2.1. 农产品质量不合格损害消费者权益

农村电商在推动农民增收、经济发展发挥了重要作用，但与此同时，对于农产品的质量危机逐渐显现。如市场上出现了大量的三无产品、伪劣假冒产品等，引发了农产品质量危机进而危害到消费者人身健康，如浙江广东韶关“硫磺椒”，¹江西“毒粉条”²以及央视曝光的剧毒“假腐竹”³等，导致了电商消费者对于农产品出现了“信任危机”。消费者之所以青睐农产品，不单单是价格上的因素，还在于其农场平新鲜、健康、绿色。如果在质量上农村电商的农产品不达标甚至损害了人身健康安全，那么农村电商反而会带来许多社会矛盾。但究其原因还在于农产品生产过程中，一味的“逐利”，通过以次充好，以假充真的方式来降低成本，提高利润[4]。同时，加上电商平台或者相关检测机构技术缺乏导致在检测上无法进行准确对不合格农场平准确性，使平台和有关机关部门消费过程中处于劣势，无法有效区分和把握质量问题。

2.2. 农村电商平台监管缺失

农村电商由于结合了网络的“虚拟性”特征，使得不同于线下的实体店监管模式。实体店由于具有相对的稳定性，易于在实践中进行实质性的审查。但是，随着线上模式的建立和运营，市场监管部门需要对线上和线下进行监管，加大了其工作量和难度，加之网络的虚拟性特征，更使得难以全面的监管。同时，农村电商群体的不断扩大，入驻商家资质审核，信誉不一，农产品种类多样，致使监管部门无法投入相匹配的无人力、物力，加剧实质性审查的难度。当前，我国农村电商销售常见的形式是直播带货，但由于直播带货具有的时效性特点，使得相关管理部门以及平台对于直播内容难以监管[5]。同时，我国当前的监管缺乏完整体系对其予以规制。因而，面对农村电商这一新兴经济发展方式，立法、执法层面未与时俱进，极其容易出现监管缺位的现象。

2.3. 农村电商中的消费者难以维权

基于农村电商中存在的因产品质量问题导致损害消费者权益的消费纠纷，对于维护权益维护仍然具有相当大的难度。尽管我国《消费者权益保护法》规定了消费者享有多种维权的渠道和方式，但是实践中，普遍基于两种：一是和商家协商沟通解决，然而这种方式必须是在双方自愿的前提下，但纠纷发生往往是在对抗的矛盾之下，通过协商一般难以解决；二是在协商不成的基础上出国诉讼的方式解决。然而，实践中由于标的额太小或者诉讼多耗费的时间、物质成本太高，多数消费者对于侵权的事实都不了了之。同时，由于农村电商中的交易往往以电子数据的方式呈现，如果不加以保存，容易丢失或者别删除，甚至是篡改，在消费者法律意识淡薄的情况下一旦发生纠纷，没有保留证据就难以维权成功。基于以上原因，使得农村电商中乱象丛生，主张不法经营风气，不利于农村电商的发展。

3. 法治视野下我国农村电商发展应对策略

3.1. 积极推动有关农村电商法律之间的协调统一

有的学者认为要积极推动有关农村电商的专门立法[6]，对于这个建议我持怀疑的态度。原因在于，立法要考虑成本的问题，而不仅仅只是一句口号而已。因而，笔者认为不如探索如何协调相关法律之间

¹广东新闻，《今日一线》，2023年3月18日。

²江西发布，2023年7月20日，https://author.baidu.com/home?from=bjh_article&app_id=1684507703628810。

³特大制售有毒腐竹案告破制售地点涉及七省，新华网。

的衔接问题。在我国现行的立法中，民法典、电子商务法、公司法、网络安全法、消费者权益保护法、食品安全法、产品质量法等法律，都有涉及了农村电商相关的电子商务、网络购物、经营者、消费者等立法规定[7]，因此，对于相关问题的解决是可以找到法律依据，也是有法可依的。但是，由于农村电商是互联网时代的新兴产物，与传统的交易模式大有不同，涉及的主体有经营者、消费者、电商平台、物流行业、第三方支付等主体。因此，农村电商法律关系具有多层次、复杂化等特点。农村电商发展，需要主体之间的协调配合，在协调上出现问题，都会影响农村电商的良性发展。

3.2. 建立健全产品质量监管体系，严把质量关

由于农产品质量牵涉生产、加工、储存、运输等环节，也牵涉多个管理部门，其安全问题关系着民生问题以及社会的和谐稳定，所以对农村的电商产品的质量问题的不容忽视。结合具体情况，笔者认为，对于农村电商汇总出现的产品质量问题以及监管缺失问题，可以从以下几个方面进行：第一，要实现农产品追根溯源，实现责任倒查机制。这其中需要多部门配合，平台积极落实好信息留存，实现从哪儿来，去往何处，清晰可查，这样不仅仅有利于监管，还能实时查看质量动态，层级负责；第二，有关部门和单位要统一好质量认定标准[8]，不能出现标准太严，打击电商积极性，也不能毫无标准或者标准不统一。同时，要善于开发利用新技术，以技术手段保障农村电商农产品的质量安全，推动农村电商农产品在品质上信得过，进而重新夺回消费者的信赖。第三，加强农产品质量安全的执法监督[9]。这就需要提升执法人员的水平，创新新的方式并于新技术来对产品的质量安全进行检测以及监督抽。同时，也要对违法行为进行严格惩治，切实保障食用农产品的消费安全。

3.3. 明确平台责任，健全维权途径

首先，对于消费者权利的救济，可以先从电商平台方入手，从源头上防止纠纷的发生。电商平台作为电商销售者与消费者之间的枢纽，是电商交易完成过程中的主体。根据我国《消费者权益保护法》和《电子商务法》规定的电商销售者负有资质审查义务和对消费者的安全保障义务[10]。如果平台没有尽到审查义务，未能保障消费者权益的，应当承担相应责任。但是没有对于电商平台哪些属于“没尽到审查义务”的情形没有标准，因而在实践中往往会出现平台推诿责任，消费者维权难以实现。因此，笔者认为可以进一步明确平台责任，如可以把哪些属于“没尽到审查义务”的情形作一个例举或者把举证责任倒置给电商平台使其“自证清白”，因为，电商平台和消费者比较具有强大的优势地位，对于证据的搜寻较消费者而言更为简单，这样更有利于消费者维权。

其次，由于消费者在实践中维权出现电商平台置之不理的局面或者便走司法救济途径也诉讼成本、举证难等问题致使传统的消费纠纷救济途径，已经无法有效适应融合网络虚拟性的电商平台。因而，结合实践中的具体情况可以从以下几点探索新的纠纷解决途径，健全消费者维权机制。一是建立专门农村电商纠纷解决机构，加强法律援助和咨询服务；第二，电商平台积极搭建在线纠纷解决平台，实现快速、便捷化受理以及解决。该平台的功能，不仅仅在于表达诉求，还应提供申诉和提交相关证据的功能；第三，加强电商销售的法律素质养成，建立基本法律价值观。这需要各地政府要加强农村电商相关法律法规的普法力度，做好对乡村电商产品销售者的普法工作，明确在经营过程中的法律权利以及法定义务，以免侵害他人产品的知识产权及消费者的合法权益。同时树立起具备运用法律进行维权的基本能力。

4. 结语

数字经济时代的来临助推乡村振兴战略的提出和实施，使得广大农村地区的电商具有了较大的潜力[11]，同时，也为推动农村经济发展做出较为突出的贡献。本文在法治角度分析当下农村电商发展存在的

法律问题，并根据具体时间情况从三个方面对问题提出了应对策略，目的是为了进一步打破制约农村电商发展的桎梏，为农村电商的高质量发展提供有力的法律保障。

参考文献

- [1] 林锦静. 数字乡村建设视域下乡村电商高质量发展的法律规制[J]. 陕西行政学院学报, 2024, 38(1): 43-47.
<https://doi.org/10.13411/j.cnki.sxsx.2024.01.008>
- [2] 国务院公报. 农业农村部 发展改革委 财政部 商务部 文化和旅游部 人民银行 银保监会 林草局 乡村振兴局 供销社关于推动脱贫地区特色产业可持续发展的指导意见[EB/OL].
https://www.gov.cn/gongbao/content/2021/content_5616175.htm, 2024-06-04.
- [3] 高毓嵘. 促进农产品加工业发展的财税政策研究[J]. 海峡科技与产业, 2023, 36(5): 42-44.
- [4] 周净. 买家电别让低价迷了眼[N]. 消费日报, 2010-09-24(A05).
- [5] 陈加斌. 关于网络直播带货的监管问题探究[J]. 北方经贸, 2024(1): 98-100.
- [6] 孙瑞. 电商平台中网络直播营销的法律规制及完善[J]. 青岛远洋船员职业学院学报, 2023, 44(2): 11-15+22.
- [7] 林锦静. 数字乡村建设视域下乡村电商高质量发展的法律规制[J]. 陕西行政学院学报, 2024, 38(1): 43-47.
<https://doi.org/10.13411/j.cnki.sxsx.2024.01.008>
- [8] 时小依. 中国跨境电商发展的问题及对策研究[J]. 现代商贸工业, 2017(15): 73-74.
<https://doi.org/10.19311/j.cnki.1672-3198.2017.15.031>
- [9] 王兵, 陶忠良, 朱莹. 关于发展农村电商的对策与建议[J]. 浙江农业科学, 2016, 57(6): 967-969.
<https://doi.org/10.16178/j.issn.0528-9017.20160650>
- [10] 林锦静. 数字乡村建设视域下乡村电商高质量发展的法律规制[J]. 陕西行政学院学报, 2024, 38(1): 43-47.
<https://doi.org/10.13411/j.cnki.sxsx.2024.01.008>
- [11] 周容西. 农村电商物流“最后一公里”满意度及影响因素研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 西南财经大学, 2022.
<https://doi.org/10.27412/d.cnki.gxncu.2022.000802>