

未成年人网络直播充值打赏法律问题研究

安一欣

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年3月18日; 录用日期: 2024年3月28日; 发布日期: 2024年5月22日

摘要

网络直播是互联网经济发展的重要赛道, 同时也频频发生未成年人高额充值打赏的乱象。从行为法律性质看, 充值行为属于未成年人与直播平台签订的买卖合同; 打赏行为是未成年人对主播个人的赠与。认定行为的法律效力首先应从账号信息、打赏情况及互动风格等方面对交易方做形式判断, 若无法判断是未成年人则依据《电子商务法》第48条推定合同有效, 若有相反证据则由未成年人一方依据《民法典》第145条举证行为方不具有相应民事行为能力。行为被认定无效或撤销后应各自返还财产, 并根据过错承担损害赔偿责任。

关键词

网络直播, 未成年人, 充值打赏

Research on Legal Issues Related to Online Live Streaming of Minors to Recharge and Reward

Yixin An

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 18th, 2024; accepted: Mar. 28th, 2024; published: May 22nd, 2024

Abstract

Online live streaming is an important track for the development of the Internet economy, and at the same time, there are frequent chaos of minors recharging and rewarding with high amounts. From the perspective of the legal nature of the act, the top-up behavior belongs to the sales contract signed between the minor and the live broadcast platform; tipping is a gift from a minor to an

anchor. The legal effect of the determination of the act should first be judged from the account information, tipping situation, and interactive style. If it cannot be judged that the party is a minor, the contract is presumed to be valid in accordance with Article 48 of the *E-Commerce Law*, and if there is evidence to the contrary, the minor party shall provide evidence in accordance with Article 145 of the *Civil Code* that the party does not have the corresponding capacity for civil conduct. After the act is found to be invalid or revoked, the property shall be returned to each of them and the liability for damages shall be borne according to the fault.

Keywords

Online Live Streaming, Minors, Recharge and Reward

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. 引言

在数字经济的时代浪潮下，互联网成为当下众多信息资源的集散地与传播区，而网络直播以其及时、趣味、便捷等优势正在虚拟经济的赛道上一路高歌猛进。据相关统计，截至 2022 年 12 月，我国网络直播用户规模达 7.51 亿，较 2021 年 12 月增长 4728 万，占网民整体的 70.3%；主播账号累计开通超 1.5 亿个，活跃账号约 9500 万个，超 10 亿内容创作者账号、近 2000 亿元市场营收。¹在市场交易中，网络直播充值打赏过程中一方获得了金钱等物质激励，另一方满足了自身精神娱乐的需求，从表面看来是直播内容提供者与消费者之间的你情我愿。但是在实际中未成年人参与网络直播充值打赏的案例层出不穷，将父母血汗钱、重大疾病的医药费等任意挥霍^[1]，在听闻这些令人震惊的案例后也不禁让我们思考，在网络经济高速发展的背景下，有必要从未成年人角度出发，探讨其充值打赏行为的法律效力及后果。

2. 网络直播充值打赏行为的法律性质

所谓网络直播也即互联网直播，是指基于互联网，以视频、音频、图文等形式向公众持续发布实时信息的活动。²而网络直播充值打赏行为则是包括“充值”和“打赏”两个行为的统称，“充值”是指在互联网经济模式下，直播平台注册用户向直播平台购买虚拟代币的行为，代币包括但不限于“金币”“飞机”“游艇”等形式，而“打赏”则是直播平台注册用户向网络主播给予虚拟代币的行为。

当下最为普遍的网络直播模式是：网络主播基于网络公司提供的网络直播平台(简称为“直播间”)，通过在直播间唱歌、跳舞、表演等形式来吸引网络直播观众(简称为“观众”)，依靠观众在直播间刷“飞机”“游艇”等代币的打赏行为而获得直播收入。其实网络直播类似于我国古代街头表演的盈利模式，只是将现实中的表演融入到互联网的平台上，而主要区别在于“充值打赏”观众的不确定性，具体包括身份的不确定性和个别行为效力的不确定性。

2.1. 充值行为的法律性质

充值行为具体表现为用户支付价款购买仅能在该直播平台使用的虚拟代币的交易方式。这些看得见

¹ 中国演出行业协会网络表演(直播)分会、南方都市报、南都大数据研究院：《中国网络表演(直播与短视频)行业发展报告(20222023)》，第 11 页。

² 中国网信网：《互联网直播服务管理规定》，https://www.cac.gov.cn/2016-11/04/c_1119847629.htm，最后访问时间：2024 年 3 月 9 日。

摸不着的虚拟代币实质上只是一种特效形式，属于虚拟财产的一种。目前，虚拟财产还没有明确的定义，但我们使用的游戏账号，网络虚拟物品等都可被称作虚拟财产，自然也包括购买的直播代币。尽管在理论上虚拟财产的法律属性存在“物权说”“债权说”“知识产权说”“独立产权说”的争论。《民法典》出台后，将虚拟财产处在无法可依的边缘拉回了法律保护的范畴中，给予了高度重视，加强了对网络交易的保护。笔者倾向于将虚拟财产认定为物权，“网络虚拟财产是客观存在于网络空间的特定信息载体，网络运营商和网络用户可以依据网络服务协议和技术手段对网络虚拟财产进行保管、使用、交易，符合一般社会观念的特定性”[2]。互联网并非只是人类构建的虚拟世界，其也是现实生活中的投射，虚拟财产虽然无法触摸但也具备在特定情况下可以充当货币的交换价值与使用价值，直播平台注册用户支付不同的价款购买不同等级的虚拟财产，就是看重其所具有的交换价值与使用价值，以期在观看直播过程中使用出去。《民法典》第 595 条规定买卖合同是出卖人转移标的物的所有权于买受人，买受人支付价款的合同。因此网络直播中的“充值”行为应当适用买卖合同的法律规范[3]。

2.2. 打赏行为的法律性质

相较于充值行为的法律性质，打赏行为则稍显复杂，在理论界主要存在两种观点：有学者认为打赏行为是对主播服务的对价，另外一部分学者认为打赏行为应当是赠与。通过对相关学者观点的分析，双方各自观点分歧主要集中在观众对主播表演的打赏是否构成“对价”。下文分别对两种观点进行阐释。

2.2.1. 服务合同关系

所谓服务合同，相关学者研究认为是全部或部分以劳务为债务内容的合同，又被称为提供劳务的合同[4]。服务合同与赠与合同最为关键的区别是提供服务的一方与接受服务一方之间存在支付对价的关系。赞同打赏行为是劳务对价的学者们认为主播提供的表演属于劳务，观众收看这种表演意味着接受此种劳务，这也就意味着主播因此对观众形成了一种债权，而消除这种债权的方式就是通过观众的打赏加以清偿。反过来看，当给观众打赏给主播后便也产生了前者对后者的债权，消除这一债权的方式是主播提供相应的表演。并且持此种观点的学者们认为，在互联网这个相对封闭的空间内，主播向观众提供了表演，观众通过观看表演获得了精神上的享受和智识的提升，这恰恰属于网络新业态下一种非强制性的服务形态[5]。尽管在整个直播过程中观众是否进行打赏是非强制性的，但这并不影响双方之间形成服务合同的属性，这种模式下只是增强了观众对直播内容的主导性。因为主播先前的表演是对观众的吸引，在这个阶段尚未产生对价，但只有观众通过打赏，主播才会满足观众的要求进而提供观众预期的表演，在此种打赏-表演-打赏的交互循环模式下，我们可以发现观众要想看到更好的表演只有通过打赏直播才可以实现，这样一来表演与打赏之间的对价属性非常明显，而网络主播也正是通过此种方式获利。另外，网络主播的直播表演凝聚了其相应的劳动成果，观众的打赏是对其知识产权的尊重，表演方有权向服务接受方请求支付报酬，在这一层面二者构成服务合同关系[6]。

2.2.2. 应认定为赠与合同关系

持此种观点的学者们认为观众与主播之间并未签署任何合同，对主播的打赏纯属个人自愿，打赏只是观众的一种情感的表达方式而已[7]，符合赠与合同的规定。打赏行为究竟是属于赠与合同还是服务合同关键在于表演与打赏之间是否形成了对价，换言之，主播是否有请求观众打赏的权利，观众是否有打赏的义务。笔者认为，表演与打赏之间并无对价，打赏行为应属于赠与合同关系。

首先，收看直播并不具有订立合同的意思表示。服务合同说认为，主播通过表演对观众产生了债权，观众收看表演就产生了给予对价的义务——打赏。虽然主播进行表演的主观动机是希望观众能对其进行打赏，但事实上任何观众在进入直播间收看主播表演前并未支付相应的价款，相较于个别的收费直播，

绝大多数的直播都是开放免费的形态，也就是说主播的表演在互联网上呈现出“露天”的特性，观众可以无条件观看或离开，主播表演行为并不属于要约，观众收看直播后更不会受主播的意思表示约束。这其实与传统的街头把戏的表演模式十分类似，表演的内容只是向观众发出希望对方打赏表演者的一种手段，在法律上可以理解为希望对方打赏自己的要约邀请，观众可以选择打赏也可以拒绝，假使观众拒绝的话表演者也没有权利要求对方对自己打赏，双方之间并未产生法律关系，在这种模式下何来对价一说。

其次，观众的打赏也并非观看表演的对价。赞同服务合同说的学者认为打赏主播会欣赏到更好的表演，双方之间基于这种约定俗成的交易习惯产生了债权债务关系。诚然以上观点具有一些说服力，但是此观点背后的含义是将主播控制的直播表演等同于观众点播，这完全忽视了主播在直播表演中的自由选择权。在直播中主播对表演的内容、方式可以高度控制而不受观众影响，观众若对主播的表演表示认可则会进行打赏，这其实全然是出于对主播的一种情感表示，并非要求主播按其意愿表演的价金。即使存在高额打赏后主播会满足观众的欣赏需求，但这也是主播对观众的感谢方式，因为主播在接受打赏后也可以完全不予理会观众的要求，且双方并没有必须要建立服务合同的意思表示，只是主播不表演的话会导致现在或将来的打赏减少，进而可能会导致希望观众对自己打赏的要约邀请不具有吸引力，为了保持自身的吸引力，主播可能会按照观众的要求改变表演内容或方式，但是主播仍然对直播有绝对的决定权。另外，若将表演与打赏认定为对价，那高额打赏就会一定会带来高质量的表演吗？若观众不满意是否还可以要求退款？实际中，观众在打赏后即使对节目不满意也很难获得补偿，或许观众会认为打赏的金额与获得的精神愉悦难以相当，但少有会要求主播退款补偿的，这不满足服务合同中的对价。相反，赠与人在赠与时可以附义务，在直播中一般表现为观众对主播提出的表演需求。此外，主播有权利关闭打赏，但也可满足观众的欣赏需求，这种情况下观众未支付价金却获得了需求的满足，那所谓服务合同的表演对价在哪里呢？这或许可以理解为主播对观众的赠与，以期日后获得更多的关注支持，增加被赠与的可能性。

3. 未成年人充值打赏行为的法律效力

民法典对未成年人给予了特殊保护，其单独实施的民事法律行为并非完全有效。未成年人充值打赏后如何认定该行为的法律效力主要存在身份和行为效力两方面的问题。

3.1. 充值打赏行为主体的识别

不同于线下的面对面交易，网上交易的主体好似都戴上面具，相互之间只存在资金来往而不知来者何人。为保证交易的安全稳定，《电子商务法》第48条第2款推定在充值打赏时默认交易主体具有相应的民事行为能力，由相反证据的除外。在实践中，交易主体是否适格可以从以下几方面进行形式上的认定：

第一，账号的使用信息。账号是最能直接反映使用者个人信息的证据，账号作为一项虚拟财产，其本身也会与其他个人信息发生联结，如账号名称、绑定的银行卡、与其他社交软件的绑定等信息。另外，由于使用者的兴趣各异，其关注的主播、内容等也各不相同，另外其观看直播的时间、频次等也存在差异，从这些信息可以大致判断出账号使用者的基本情况。

第二，充值打赏的情况。由于未成年人掌握的财产基本上来自父母、亲戚等给予，其打赏总体来说数额较小。此外还有一部分未成年人偷刷长辈的银行卡、信用卡、支付宝等存款，他们在进行打赏时会呈现出短时间内大量数额的情况，并且次数不稳定的情况。以上两种情况呈现出两种极端，在确定打赏主体时要从金额、时间、频次等方面进行把握，例如未成年人相对来说打赏金额少、打赏时间与其假期吻合以及打赏次数较少的特点。

第三，互动聊天的风格。语言作为思想的外化，能反映出一个人的学识、认知以及社会身份等内容，因此互动聊天可以作为识别打赏主体的参考要素之一。一名中学生的语言风格、习惯与社会中的成年人必然存在区别，主播在与其互动过程中即使不能准确判断，但至少能产生一丝疑惑。当然主播并非会与其产生互动联系，另外对主播的职业素养要求过高，这仅作为判断方式之一。

3.2. 充值打赏行为的效力认定

充值打赏行为的效力取决于行为主体的民事行为能力。《民法典》第 144 条规定无民事行为能力人实施的民事法律行为无效，第 145 条规定了限制民事行为能力人实施的民事法律行为效力存在两种情况。毫无疑问，无民事行为能力人充值打赏自然是无效的，因此下文只讨论限制民事行为能力人充值打赏行为的效力。

3.2.1. 《电子商务法》第 48 条的推定适用

首先，《电子商务法》第 48 条规定“在电子商务中推定当事人具有相应的民事行为能力。但是，有相反证据足以推翻的除外”。从此条款前半段可以看出对法律对互联网交易的保护，此条并非对《民法典》第 145 条规定内容的违反，而是因为此类交易实践中难以准确判断交易主体的身份，在无其他相反证据的情况下出于对经济安全稳定的考虑，应推定交易双方具有相应的民事行为能力，在充值打赏行为中应推定行为人具有相应民事行为能力，可以根据其自由意志实施民事法律行为，否则给直播平台以及主播增加了与其能力不匹配的义务，不仅难以实现也不利于经济的稳定与发展。其次，对直播一方的保护并非对另一方的不保护。根据上述条文的后半段可知充值打赏一方在实施该行为后可以主张行为主体不具有相应的民事行为能力进而撤销该合同。根据《民事诉讼法》的规定应当由主张该观点一方进行举证，否则仍推定行为人具有相应民事行为能力。

3.2.2. 《民法典》第 145 条的举证适用

民事行为能力的证明。《民法典》第 145 条第一款规定“限制民事行为能力人实施的纯获利益的民事法律行为或者与其年龄、智力、精神健康状况相适应的民事法律行为有效”。这说明未成年人的充值打赏并非全部无效，而是由其特定条件的，只有超出其年龄、智力、精神健康状况才会被认定为无效，但是实践中对此项内容的判断可裁量空间较大，难以形成统一的判断方式。例如各地区经济发展不同，甚至同一地区也会存在天壤之别，不同家庭对数额较大的认定也存在差异，因此对未成年人民事行为能力的证明应个别确定，如家庭消费习惯、未成年人认知水平等具体分析。

法定代理人同意或追认。即使未成年人充值打赏超出其可控范围，也并非全然无效，《民法典》第 145 条规定限制民事行为能力人实施的其他民事法律行为经法定代理人同意或者追认后有效。未成年人的高额充值打赏也未尝会导致该合同被撤销，若经代理人同意或追认仍然有效，这样的规定也充分尊重了当事人的意思自治。

4. 充值打赏行为无效或被撤销后的法律后果

4.1. 财产返还

《民法典》第 157 条规定“民事法律行为无效、被撤销或者确定不发生效力后，行为人因该行为取得的财产，应当予以返还；不能返还或者没有必要返还的，应当折价补偿”。由于未成年人充值打赏存在两个行为，故财产返还时也应根据两个行为分别进行。在充值阶段时，未成年人在直播平台上将存款等价金换取相应的特效等虚拟财产，那么在合同无效被撤销后双方应当各自返还所受利益，即平台返还价金，直播账号内特效等虚拟财产由直播平台收回。在充值打赏阶段，由于将其认定为对主播的赠与，

因此返还主体是主播个人，其虽与直播平台存在法律关系，但根据合同的相对性，直播平台在打赏过程中并未参与，观众的打赏也并非赠与直播平台，至于主播与直播平台的收入分配问题观众在所不问。那么由主播退回相应的虚拟财产，直播平台予以配合即可。

4.2. 过错的损害赔偿

双方各自财产的物归原主保护了未成年人的利益，但不可否认的是直播平台和主播的利益直接或间接受到了损失。有观点认为应适用缔约过失原则的赔偿范围，笔者并不认同。尽管未成年人一方违背诚实信用的先合同义务，不过其民事行为能力不足，因此不能作为该赔偿原则一方责任主体。但是其监护人应当受《民法典》1188条约束，监护人若不能举证未成年人具有相应民事行为能力，又不追认其充值打赏行为，那应证明尽到了合理的监护职责，否则应对直播平台和主播主张受到的损失进行赔偿。另一方面，若有证据证明直播平台和主播能够识别未成年人身份并允许充值打赏，由于其具备责任能力，应当承担违反诚实信用的先合同义务。

5. 结语

网络直播目前仍是互联网经济发展的重点领域，其在蓬勃发展时也带来了监管难的现实难题。未成年人对新兴消费模式存在着好奇与盲从的对立，如何在经济稳定发展的前提下引导未成年人合理运用互联网、理性消费是全社会要始终面对的话题，也是法律要发挥机制效用的必然要求。

参考文献

- [1] 未成年人直播间打赏怎么管? [N]. 法制生活报, 2023-06-15(002).
- [2] 高郦梅. 网络虚拟财产保护的解释路径[J]. 清华法学, 2021, 15(3): 179-193.
- [3] 程啸, 樊竞合. 网络直播中未成年人充值打赏行为的法律分析[J]. 经贸法律评论, 2019(3): 1-15.
- [4] 周江洪. 服务合同在我国民法典中的定位及其制度构建[J]. 法学, 2008(1): 76-83.
- [5] 罗敏, 苏敏. 论网络直播打赏的法律性质[J]. 人民司法, 2020(19): 44-46.
- [6] 潘红艳, 罗团. 网络直播打赏的法律性质认定及撤销权行使[J]. 湖北警官学院学报, 2018, 31(4): 92-99.
- [7] 禹玉琳. 未成年人高额打赏网络主播法律问题研究[J]. 法制与社会, 2018(19): 61-62.