

微商网售自制食品安全： 法律挑战与治理对策探析

龙富鸿

贵州大学法学院，贵州 贵阳

收稿日期：2024年8月7日；录用日期：2024年11月5日；发布日期：2024年11月12日

摘要

近年来，我国网售自制食品作为新兴业态迅速发展，特别是“电商平台融合移动互联网社交媒介”的新型销售模式，显著推动了自制食品销量的攀升。然而，由于法律框架尚不完善、网络自制食品的安全监管机制难以有效执行、产品质量参差不齐，以及交易双方权益保护机制的缺失，致使食品安全事件与消费争议频发，对现有法律体系、监管手段及平台治理构成了严峻挑战。为保障微商自制食品安全性，亟需地方立法先行，对食品种类、包装标识、经营环境、抽检流程等关键环节进行精细规范。同时，构建以行政力量为主导的，社交平台、食品生产者、行业协会及消费者等多方参与的协同治理框架，促进信息共享与资源整合。在此基础上，应建立公正合理、奖惩并重的机制，引导社交平台积极履行监管职责，共同营造一个安全、透明、可信赖的网络自制食品交易环境。

关键词

微商，自制食品，食品安全，法律规则

Analysis of Legal Challenges and Governance Strategies for the Safety of Homemade Food Sold on WeChat Businesses

Fuhong Long

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Aug. 7th, 2024; accepted: Nov. 5th, 2024; published: Nov. 12th, 2024

Abstract

In recent years, China's homemade food sales via online platforms have grown rapidly as an

emerging industry, particularly fueled by the novel sales model of “e-commerce platforms integrated with mobile internet social media,” significantly boosting sales volumes. Nevertheless, this growth has been marred by frequent food safety incidents and consumer disputes due to inadequate legal frameworks, ineffective safety supervision mechanisms for online homemade food, varying product quality, and a lack of rights protection mechanisms for both buyers and sellers. These issues pose severe challenges to existing legal systems, regulatory measures, and platform governance. To ensure the safety of homemade food sold by micro-businesses, urgent local legislation is needed to meticulously regulate critical aspects such as food categories, packaging labels, operating environments, and sampling inspection processes. Simultaneously, a collaborative governance framework led by administrative forces and involving social media platforms, food producers, industry associations, and consumers should be established to facilitate information sharing and resource integration. On this foundation, a fair and reasonable mechanism emphasizing both rewards and punishments should be implemented, guiding social media platforms to actively fulfill their regulatory responsibilities and jointly create a safe, transparent, and trustworthy online trading environment for homemade food.

Keywords

WeChat Business, Homemade Food, Food Safety, Legal Rules

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. 问题提出

在当前互联网技术飞速发展与“线上 + 线下”销售模式融合日益成熟的背景下，电商领域正经历着前所未有的变革。众多商家在稳固传统电商平台(如淘宝、京东、天猫)地位的同时，积极向社交媒体平台(如微店、微信朋友圈)拓展，形成了多元化的商品销售新生态。这一转变不仅丰富了市场供给，也促进了消费者选择的多样化。《2023 年度中国私域电商市场深度剖析报告》数据显示，该年度私域电商交易规模已飙升至 5.8 万亿元，同比增长率高达 28.88% [1]。社交媒体平台凭借其信息传播快速、交易流程的简化以及相对较低的运营成本，成为众多自制食品生产者展示与销售产品的理想场所。这些自制食品，如手工培育的蔬菜、家庭式制作的卤味、定制化烘焙甜点，以及节日特色自制食品(如粽子、月饼等)，大多自制者通常会加上“纯手工”、“无添加”、“原生态”标签吸引特定消费群体的关注。然而，在私域电商市场发展的同时，自制食品领域的质量安全问题也日益凸显。由于缺乏统一的生产标准、严格的质量监管体系以及有效的市场监管机制，部分自制食品的质量难以得到有效保障，存在较大的安全隐患。这不仅损害了消费者的合法权益，也对整个市场的健康发展构成了威胁。据相关统计数据显示，网购食品的不合格率逐年攀升，而涉及食品安全的网络购物合同纠纷案件也呈上升趋势，其中不乏虚假宣传、欺诈等违法行为[2]。

当前针对微商在社交媒体平台上销售自制食品的行为，我国尚缺乏全面且具体的法律法规进行规范。尽管《网络食品安全违法行为查处办法》为第三方平台上的食品销售设立了明确的监管标准，但对于社交平台上此类行为的监管却存在明显的空白。在法律适用的层面上，由于互联网社交平台销售自制食品的法律性质界定模糊，加之《消费者权益保护法》对经营行为商事性质的界定，部分地方市场监管机构可能将此类交易视为非正式的私下交易(即民事行为)，从而选择不介入或不予受理相关投诉[3]。这种情况无疑增加了网络食品市场的监管难度，也削弱了消费者权益保护的有效性。

鉴于微商网售自制食品现象的日益普遍以及由此引发的食品安全问题，有必要加快建立健全相关法律法规体系，明确责任主体范围，并构建社交平台与监管部门之间的信息共享与合作机制。同时，应加大公众教育力度，提升消费者的维权意识与能力，共同推动网络食品市场的健康、有序发展。

2. 网售自制食品安全问题的法律现状

2.1. 网售自制食品的法律适用问题

在当前阶段，我国对于传统食品安全交易领域的保护与监管体系已较为成熟，主要以《食品安全法》为主，同时辅以一系列行政规章、部门规范性文件以及地方性法规，共同构建起了一个多层次的食品安全法律防护网[4]。然而，在网售自制食品的领域，这些自制食品因其独特的“销售渠道”、“手工作坊”、“简易交易”等属性，在现行法律框架下难以找到直接对应的法律规范。因此，在处理微商网售自制食品的问题时，往往是需要将此网售行为的各个环节进行拆解分析，逐一比对现有的法律法规，以寻找最为合适的法律适用依据。

首先，自制食品与网售食品的分类界定缺乏明确性。依据《中华人民共和国食品安全法》第三十五条之规定，食品生产进入市场流通需获得相应许可，而食用农产品则作为例外，不受此限制。然而，《农产品质量安全法》中关于农产品初级加工的标准界定却显得含糊不清，这为部分自制食品提供了可乘之机，它们以“初级加工农产品”之名，在网络平台上规避了严格的许可要求，进行无资质销售，这无疑给食品安全监管带来了挑战。

其次，消费者的权益虽然能得到《消费者权益保护法》的保障，但其第44条条款内容主要聚焦于网络销售平台在不同情境下的责任分担机制，而未能详尽阐述平台应承担的主动监管与保障义务，从而在一定程度上削弱了消费者权益的保护力度。

再次，国家市场监督管理总局在监管网售自制食品方面，主要援引的是原国家食品药品监督管理总局于2016年制定的《网络食品安全违法行为查处办法》这一部门规章。然而，在“放管服”改革的大背景下，关于网售自制食品是否需要前置许可的问题，现有法律法规并未给出清晰明确的答案，这导致地方监管部门在执法过程中面临着法律依据不足的问题，难以有效实施监管。

最后，《中华人民共和国电子商务法》虽然对电子商务平台经营者的资质审核与安全保障义务作出了规定，但在实际操作中，由于网售自制食品经营者往往无需进行市场登记，这极大地增加了电子商务平台经营者责任追究的难度。同时，部分地方虽已出台针对网售自制食品的地方法规、规章及规范性文件，但这些立法往往存在脱离地方实际、简单重复上位法条款的问题，缺乏针对性和创新性，难以有效应对地方特色问题，呈现出一种形式主义的立法倾向。因此，未来在完善相关法律法规体系时，应更加注重结合地方实际，提高立法的针对性和可操作性。

2.2. 网售自制食品交易双方的权益维护困难

一方面，消费者通过社交平台购买自制食品时，由于社交平台交易的隐蔽性和非实体性，这种特别的交易模式也使得自制食品者的资质验证和交易过程的透明度大打折扣。部分商家利用这一漏洞，采取欺诈手段如夸大宣传、使用次品原料等，严重侵害了消费者的合法权益。许多微商销售的食品是自己加工的糕点、卤味等不易保鲜的食品，这些食品难以适用七天无理由退换货的规则。同时，缺乏有效的争议解决机制，使得消费者在交易后难以有效维护自身权益。社交平台作为新兴的食品销售渠道，其地域性和高度隐蔽性进一步加剧了监管难度。消费者与卖家之间的信息不对称，使得消费者难以全面掌握卖家的身份信息、经营地点及食品质量等关键信息。在缺乏有效监管和行业自律的环境下，消费者容易遭遇退货困难、赔偿无门甚至卖家失联等问题。在法律层面，尽管我国已出台《网络食品安全违法行为

查处办法》等法规，对网络食品交易进行了规范，但在争议解决方面仍显不足。特别是对于微信“朋友圈”这种传统的社交软件，其本质目的并非交易的平台，现有法律法规难以直接适用[5]。同时，《电子商务法》虽然对电子商务平台经营者提出了监管要求，但在微商自制食品销售领域，其强制性规定尚显薄弱，平台经营者的监管责任落实不够有力。

另一方面，在自制食品网络交易领域内，商家权益的保障问题亦不容忽视。鉴于该领域商家普遍缺乏官方认证资质，如工商注册证、食品生产许可等，这在一定程度上削弱了商家在消费纠纷中的法律地位。当遭遇消费者以举报威胁、恶意差评等手段侵害时，商家因担忧自身经营合规性问题，往往选择妥协退让，而非积极寻求法律途径维护自身权益。此外，网络平台上还频繁出现一种“食品索赔欺诈”现象，即某些消费者故意选择购买无资质商家销售的自制食品，随后利用商家资质缺失、产品质量争议等作为借口，向商家提出不合理的高额赔偿要求。面对此类情况，许多网络自制食品商家因担忧自身经营行为可能不完全符合法律及行业规范，而选择私下和解，以避免被公开后可能带来的更大损失。

2.3. 网售自制食品安全问题监管难

对于微商自制食品的监管问题主要体现在其办证规制难，《网络食品安全违法行为查处办法》主要针对入驻第三方平台销售食品的商家，对微商通过朋友圈或其他社交平台销售自制食品的行为没有规制。这也使得很难对传统社交平台用户进行事前和事中监管，无法区分该用户为自制食品销售者还是普通用户，若是过度监管审查则可能会侵犯个人信息安全[6]。

同时由于微商销售自制食品主要采用线上交易的模式，而食品安全监督管理部门主要检查实体门店以及具备条件的食品生产经营场所，这也使得食品安全监督管理部门无法适用通行的食品安全标准、生产规范标准对于这些没有经过许可备案登记的微商予以监督[7]。目前实践中大多数自制食品安全问题是经消费者举报后，相关部门才进行事后监管[8]。

其次是收集信息难，无法掌握“微商”信息，进而无法进行有效监管。传统的实体食品店因其有实体门店，监管采取日常监督和抽查相结合的方式。在监管第三方平台进行销售的经营者时，采用入网监管与后台监控的方式，在经营者进入第三方网络平台时，会被平台要求提供相关证件照和主体身份信息，监管部门采取与平台对接、自行通过网页搜索掌握店铺主体信息及交易信息等方式进行监管。针对既没有实体店也未进入第三方平台的微商，监管部门无法主动出击掌握相关信息，只能被动等待消费者提供信息，同时碍于社交平台的种种隐私条款设置，监管部门要掌握主体信息及交易信息也颇为困难。再者，对网售自制食品的监管应涉及多方主体，但无论是当地政府、食品安全监督管理部门等行政部门，或网络社交平台、消费者协会等社会主体之间，对于网售自制食品的标准、分类等相关数据尚未互通。并且市场监督管理局定期公布的食品安全监督抽检结果、消费者协会公开的消费维权热点问题及相关案例、电商平台发布的食品消费统计等往往各自为政，且不乏存在数据质量低甚至数据造假等乱象[9]。

2.4. 网络社交平台的法律责任不明确

在分析网售自制食品时，需要面临的一个核心问题是这些社交平台在法律框架内的角色定位及其对市场准入监管责任的承担尚不明晰。社交平台作为第三方平台，法律定位模糊，对其承担市场准入规定责任不清晰。我国《食品安全法》第六十二条虽然明确了网络食品交易第三方平台的登记责任，但微信、微博等社交平台，其核心在于社交互动功能的实现，而非直接构建食品交易的专业平台。交易行为多依赖于这些平台的通讯与支付工具，从而绕过了传统食品销售的许可与监管流程，使得平台在监管自制食品销售时面临责任归属的难题[10]。鉴于当前法律体系对于社交平台是否应适用《食品安全法》相关条款尚未形成明确共识，直接赋予其食品安全监管责任存在难度。社交平台的核心价值在于其即时通讯的便

捷性与基于社交网络的深度互动，而非构建如电商平台那般完善的交易规则体系与消费者保护机制。因此，在微商自制食品的交易场景中，若盲目地将社交平台置于与电商平台同等的监管责任之下，可能会引发关于法律公平原则与监管适度性的争论，进而对监管措施的合理性提出质疑[11]。

此外，关于销售者的责任界定，我国《电子商务法》作出了明确规定，要求在网络平台从事销售活动的卖家必须依法注册后才能成为市场主体，同时需要将商家的信息证件登记在案。然而，在微商领域，由于其经营规模微小、交易金额有限等特性，利用了《电子商务法》第十条中规定的免于市场主体登记的特定情况，规避商家需要依法注册登记的义务，导致其行为在法律层面上处于较为模糊的监管地带。

3. 微商网售自制食品安全的治理对策

3.1. 完善网售自制食品法律规制体系

当前，我国《食品安全法》《电子商务法》对于网售自制食品的安全问题这一领域尚存空白，未形成一个完整的保护体系。《网络食品安全违法行为查处办法》虽然为网络食品交易提供了一定的法律基础，但其规制重点主要集中于京东、美团等主流第三方电商平台，对于社交平台上日益兴起的自制食品销售行为，则缺乏直接且具体的法律条款进行约束。

为填补这一法律空白，我们可以从两个维度进行深入探讨与完善：第一，通过国务院层面的解释，将社交平台的食品销售活动纳入《网络食品安全违法行为查处办法》的监管范畴，视为广义上的第三方平台交易行为。同时，鼓励地方立法机构结合本地实际，制定或修订地方性法规，以适应社交平台上自制食品销售的特殊性。然而，此路径需谨慎考量，以免给社交平台带来过重的监管负担，影响其正常运营。

第二，较为灵活的方式是，将微商销售自制食品的行为纳入“三小”（即小作坊、小摊贩、小餐饮）监管体系，通过扩大解释的方式，将微商视为与食品生产加工小作坊、食品摊贩具有相似性的市场主体。此举不仅有助于节约立法成本，还能更好地平衡监管机关与社交平台之间的责任与义务分配。在此基础上，建议采用备案制的监管模式，强化事后监管力度，由社交平台和监察机构共同承担形式审查责任，而具体的监管措施则由省级、自治区级或直辖市级政府根据本地实际情况制定，以确保监管措施的有效性与可行性。

3.2. 建立纠纷解决机制维护双方权益

首先，可设立官方协商沟通渠道与微信、微博等社交平台，确保消费者与商家高效沟通，避免在发生纠纷后商家拉黑、删除消费者账号，逃避责任的现象。双方可以在社交平台提供的专门协商窗口进行商讨，同时促进证据保存。其次，建立在线投诉体系，包括平台内部和市场监管两大机制。平台应在界面中标注投诉入口，配备专业客服，对投诉进行独立处理并上传至信用平台，对于不良商家的行为形成不良记录档案；市场监管部门则设立专门部门，积极调查处理投诉，保护消费者权益。最后，借鉴“咸鱼小法庭”模式，建立网络食品交易在线仲裁机构，由多个优质的社交平台客户、官方客服、消费者协会、市场监管部门等多主体联合参与，通过在线投票进行裁判的方式，这样可以打破地域限制，提供专业仲裁服务，确保纠纷解决的高效与公正，推动网络食品市场健康发展。

3.3. 完善网售自制食品监管制度

3.3.1. 建立统一的网售自制食品商家信息登记系统

首先，现行的《食品安全法》已明确要求，所有从事网络食品销售的商家均需完成实名注册登记流程，这是基础性的法律要求。其次，《电子商务法》进一步强化了电子商务平台的责任，电商平台承担对

入驻商家资质审核的责任，审核内容包括商家的行政许可、联系方式、实际经营地址等信息。最后，根据《网络食品安全违法行为查处办法》的规定，网售食品的第三方平台必须构建详尽的商家档案管理制度，该制度不仅要求记录食品经营者的营业执照信息，还需囊括其经营地址、代表人联系方式等要素，以增强监管的精准性与可追溯性。基于已有的规定与要求，我国可着手构建一套覆盖全国的统一化网络食品经营者信息登记系统。该系统可以统一收集并管理所有通过互联网途径销售食品的商家信息，无论其是持有合法营业执照的规模化企业，还是仅依赖互联网销售农产品或自制食品的个人，均需在此平台详尽录入其基础信息资料。根据《食品安全法》的规范要求，企业实体需在该平台上详尽录入其卫生许可与食品流通许可等法定资质；而对于缺乏此类证件的自制食品销售者，则必须提交个人身份证明、联络信息及营业地点等资料。

同时，在审核无误后平台为每个商家分配唯一的身份码。消费者网购自制食品时，可要求商家提供此身份码以验证身份[12]。消费者如果通过该码无法验证商家身份的，则可识别出该商家是不在平台监管内的，与该商家交易存在一定的风险。这一机制也使得促进公众积极参与食品安全管理，激励商家主动登记，确保平台实效，为监管与追责制度奠定基础。

3.3.2. 推进相关主体协作和数据互通、共享机制

为了进一步提升微商自制食品安全的治理效能，必须摒弃传统的单一行政部门监管模式，构建一个以行政部门为主导，同时融合互联网社交平台、行业协会、自制食品产销者、消费者群体及大众传媒等多方主体的多元化、协同性治理体系[13]。此体系的核心在于能够精确界定并强化各参与主体在微商自制食品交易各环节中的责任、义务与角色定位，确保从生产源头到消费终端的全程监管无死角、无遗漏。

在数据共享与资源整合方面，应当基于各省现有的大数据管理平台，加强行政部门与社会团体之间的数据交流与共享机制，将微商自制食品安全相关数据的收集后各方主体能够达到一致的认识，提升政府监管效能与社会治理水平[14]。在技术条件成熟与区域合作深入的背景下，可以构建跨省份的数据共享平台，打破地域限制，实现微商自制食品监管的全国一盘棋，为消费者提供更加便捷、高效的跨区域维权服务，保护消费者权益。

3.4. 社交平台承担相应的法律责任

在探讨微商通过网络社交平台销售自制食品的监管策略时，鉴于微商注册门槛较低且线下活动难以实时监控的复杂情境，以及从实际操作的可行性和平台责任边界的合理性出发，社交平台应被赋予适度的监督责任，并与地方执法机构形成紧密的协作机制，以实现微商网售自制食品行为的有效规制。

同时全面实质审查的高成本与对平台隐私保护原则的潜在冲突，我们提出以形式审查为主的监管路径。具体而言，这包括两种策略：一是主动申报机制，鼓励微商主动向平台提交相关信息，平台则与属地监管部门建立信息共享机制，采用网格化管理方式，确保商家信息及交易数据的实时更新与准确传递，从而有效预防消费者维权难题。二是被动监控机制，利用大数据技术进行关键词筛查，对疑似未经注册的微商活动进行预警，并通过平台通知促其完成信息登记。对于未在规定时间内完成登记的账户，平台将采取封禁措施，并将相关风险信息通报至属地监管机构。在纠纷处理方面，我们倡导建立高效的投诉响应机制。消费者可将投诉提交至平台，平台利用网格化管理工具迅速定位并转交至相应的执法部门，以加速纠纷解决过程，提升执法效率。

此外，可以构建一套惩戒系统。设立互联网社交平台食品安全失信名单制度，对违反规定、侵害消费者权益的微商行为进行记录与公示，并采取相应的屏蔽或删除措施。同时，加强对恶意评价的管理，引导微商与消费者双方能够依法、诚信地进行交易活动，从而全面保障社交平台用户的消费安全与权益[15]。

4. 结语

随着互联网购物行业的蓬勃发展，微商通过网络社交平台销售自制食品作为一种新兴的经营模式，不仅极大地促进了经济增长，满足了民众日益多样化的消费需求，并提升了生活的便捷性，同时也为食品安全监管领域引入了新的复杂性与挑战。社交平台作为这一交易模式的主要载体，其潜在的食品安全隐患不容忽视。因此，构建一个完善的法律法规体系，明确社交平台及网络第三方平台的监管责任，并携手监管机构打造统一、权威的信誉评价体系，已成为当务之急。此举可以，有效整顿市场乱象，推动社会主义法治框架下的网络食品安全监管体系不断健全与完善，为网络经济的稳健与可持续发展奠定基石，引导其向更加健康、有序的方向前进。

在这个年轻人创业的大潮中，通过法治的力量，对网售自制食品进行管理与监督，要避免一刀切式的情况发生。遵循“治国无其法则乱，守法而不变则衰”，逐步去善食品安全卫生法律体系，健全信息数据共享机制，构建电子化产品追溯系统，同时打开公众投诉渠道，这样使得社会各个主体都能参与进来。最后，对于网售自制食品这一特色业态，要注重地方性法规与规章的制定，结合当地的情况，才能确保监管有效落地。方能真正实现“民众健康繁荣百业，食品安全福泽万代”的宏伟目标，为社会的和谐稳定与经济的持续发展贡献力量。

参考文献

- [1] 上游新闻. 2023 年中国私域电商市场数据报告[EB/OL]. https://www.cqcb.com/shuzijingji/2024-04-24/5554244_pc.html, 2024-07-31.
- [2] 最高人民法院. 网络购物合同纠纷案件特点和趋势(2017.1-2020.6) [EB/OL]. <https://www.court.gov.cn/fabu/xiangqing/273171.html>, 2024-07-31.
- [3] 吕凯, 耿康宁. 七天无理由退换货规则对微商的适用问题研究[J]. 东南大学学报(哲学社会科学版), 2019, 21(S1): 24-29.
- [4] 王虹. 食品安全立法需要公众参与[J]. 人民论坛, 2017(5): 116-117.
- [5] 高圣平. 食品安全惩罚性赔偿制度的立法宗旨与规则设计[J]. 法学家, 2013(6): 55-61+47+175.
- [6] 曾祥华. 食品安全法新论[M]. 北京: 法律出版社, 2016: 112.
- [7] 韦彬, 林丽玲. 网络食品安全监管: 碎片化样态、多维诱因和整体性治理[J]. 中国行政管理, 2020(12): 27-32.
- [8] 尹红强. 网络食品交易安全法律问题[J]. 食品科学, 2019, 40(1): 348-353.
- [9] Sochirca, N. (2018) The European Legal Framework on Vegan and Vegetarian Claims. *European Food and Feed Law Review*, 13, 514-521.
- [10] 李志雄, 涂永前. 我国食品安全法律实施中政府事前监管的法律完善[J]. 学术论坛, 2017, 40(1): 133-138.
- [11] 陈灿平, 韩薇薇. 网络订餐第三方平台食品安全责任的法律经济学分析[J]. 当代法学, 2021, 35(4): 151-160.
- [12] 毕井泉, 马建堂. 国家食品安全政策读本[M]. 北京: 国家行政学院出版社, 2018: 79-80.
- [13] 赵鹏. 超越平台责任: 网络食品交易规制模式之反思[J]. 华东政法大学学报, 2017, 20(1): 60-71.
- [14] 高凜. 我国食品安全社会共治的困境与对策[J]. 法学论坛, 2019, 34(5): 96-104.
- [15] 韦彬, 姚远琪. 网络食品交易的“数字利维坦”风险及其治理[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版), 2020, 44(1): 40-45.