

乡村振兴下助农直播收益共享的合同规则优化研究

黄显蕊

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年8月11日; 录用日期: 2025年8月22日; 发布日期: 2025年9月8日

摘要

助农直播成为乡村振兴的新抓手,但目前存在收益共享机制失衡、数据权属不清及纠纷救济缺位等问题,极大制约其可持续发展。针对以上现实困境,从合同规则入手探究优化路径,可以发现收益透明化条款设计、分层配置数据权益及创新县域化救济机制,构建公平高效的利益分配框架对助农直播可持续发展有所助益。同时,以政府范本引导、信用联合奖惩与能力建设政策协同,推动合同规则落地,保障农民合理收益,促进直播助农模式长效运行等措施也对优化助农直播模式具有积极意义。

关键词

助农直播, 收益共享, 合同规则, 乡村振兴, 直播电商

Optimization of Contract Rules for Benefit Sharing of Agricultural Assistance Live Streaming under Rural Revitalization

Xianrui Huang

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Aug. 11th, 2025; accepted: Aug. 22nd, 2025; published: Sep. 8th, 2025

Abstract

Agricultural assistance live streaming has emerged as a significant tool for rural revitalization. However, its sustainable development is constrained by problems including an imbalance in the benefit-sharing mechanism, unclear data ownership, and a lack of effective relief mechanisms for disputes. To address these challenges, this study proposes optimizing contract rules. Key pathways

文章引用: 黄显蕊. 乡村振兴下助农直播收益共享的合同规则优化研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 687-692.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1492965

identified include designing transparent revenue-sharing clauses, implementing a layered allocation framework for data rights and interests, and establishing innovative county-level dispute resolution mechanisms. These measures aim to construct a fair and efficient benefit distribution framework crucial for the sustainable development of agricultural assistance live streaming. Furthermore, complementary policy measures are essential: promoting standardized contract templates by local governments, establishing joint credit reward and punishment mechanisms, and implementing capacity-building initiatives for farmers. These policy synergies will facilitate the implementation of optimized contract rules, safeguard farmers' reasonable returns, and promote the long-term viability of the agricultural assistance live streaming model.

Keywords

Agricultural Assistance Live Streaming, Benefit Sharing, Contract Rules, Rural Revitalization, Live Streaming E-Commerce

Copyright © 2025 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

在乡村振兴战略深入推进的背景下,助农直播已经逐渐发展成为连接农产品与消费市场的重要纽带,实现从疫情期间的应急销售工具到常态化、产业化的农村电商模式的转变[1]。现在助农直播日益完善,其运行模式也日趋多元,主要可以分为以下三种。一是“政府 + 平台”模式,如河南光山县县长走进直播间为本地农产代言,以公信力快速聚拢流量,其核心在于公益和政策扶持,因此在可持续发展上需进一步挖掘运营模式。二是“合作社 + 主播矩阵”模式,如陕西苹果合作社、山东大葱合作社,特点是统一品牌、集中运营,议价能力较好,但是农民作为运营主体,承担的风险也较大。三是“MCN 机构 + 知识型直播”,例如东方甄选等通过文化叙事提升产品溢价,把农产品讲成“故事”[2]。这些不同模式突破时空限制,实现田间直达餐桌的场景重构,实现了农民增收与地方品牌出圈,不仅缓解了农产品滞销困境,更通过展示乡村风貌激活文旅资源,形成销售带旅游、旅游促销售的良性循环。

当前助农直播为乡村振兴带来了新的动力,为乡村创收,助力当地进一步打造特色农产品,同时直播的形式可以减少交易成本,使消费者更容易获得物美价廉的农产品。然而助农直播也存在一定的弊病。收益分配失衡目前是助农直播电商首要痛点,MCN 机构凭借资源与技术优势主导合约条款设计,而农民作为产业链上游生产者,却处于议价弱势地位,实际到手收益被高额流量成本与佣金挤压,与助农和乡村振兴的原旨背道相驰。

2. 助农直播合同规则的核心特点

2.1. 主体地位的特殊性

助农直播合同将政府、平台、MCN 和农民等多元主体纳入其中,但是各方主体的特殊性使得其权益保障层面也存在巨大差异。政府作为助农直播的监督者,以乡村振兴为背景注入流量补贴、物流支持,为助农直播开展和运营提供了强大的政策背书。直播平台以技术服务为主,为助农直播的开展提供平台,同时通过大数据算法,吸引潜在消费者进入直播间进行消费,同时也掌握用户画像等关键数据。由于农民大多以生产农产品为主,缺乏直播运营经验,部分助农直播与 MCN 机构进行合作,MCN 机构通常掌

握内容策划、运营推广和价格谈判等核心环节，其专业能力有助于提升销量，但也因其主导地位易导致后续收益分配问题。

2.2. 内容的复合性

助农直播合同还呈现出另一典型特征，即在同一文本中并行嵌入收益分配、数据产权、风险分担及合规响应等多重条款，形成法律属性与经济属性相互嵌套的治理结构。合同以分成契约为核心，引入知识产权许可、数据访问控制及声誉约束机制，解决农产品地理标志授权、消费者画像二次开发与直播衍生收益归属等交叉问题。平台算法治理、生成式人工智能标识义务及绝对化广告用语禁令等新规，要求合同嵌入实时合规审查及违规责任分担条款，形成“状态依存型”调整机制。由此，助农直播合同演变为融合激励相容、风险缓释与政策适配功能的复合型治理契约，其设计质量直接决定乡村数字产业链的剩余索取权配置效率。

2.3. 目标的动态适应性

助农直播合同需具备动态适应性，以契合销售需求。在产业萌芽阶段，合同重心置于需求不确定性与产出波动风险的跨主体分担，将农民收入锁定于安全阈值，为市场启动提供激励。进入扩张阶段后，合同目标应转向产业链价值延伸，核心为收益共享，因此动态调整分成比例是使农民能够分享品牌资本化收益的关键。同时，合同需嵌入合规响应与风险熔断机制，以适应外部监管与技术环境的高频迭代。例如，根据《互联网平台企业涉税信息报送新规》，增设税务合规联动条款，明确平台代扣代缴义务与成本分担比例，防止因收入分拆而触发的追溯风险。

3. 助农直播收益共享的现实困境

3.1. 收益分配失衡的典型表现

助农直播的收益分配失衡首先体现为农民在电商产业链中的边缘地位。尽管直播以乡村振兴为卖点，但农民通常仅作为供货者获得初级产品成本或微利，难以分享品牌溢价、流量溢价及二次传播收益。农民在合同谈判中普遍被动接受格式化条款，合同中的单向约束条款如品质风险、物流损耗等风险成本往往由农民承担，而对流量衍生收益却缺乏明确的共享安排[3]。这导致农民实际收益与其劳动投入和风险承担严重不匹配，形成显著的收益天花板。

农民普遍缺乏对佣金规则设计的参与和了解，且未被赋予查看后台数据的权限，只能依据平台或MCN提供的结算单被动确认收入，进一步加剧了收益分配的不透明和不公平。因此导致农民在合作全周期内处于信息、议价层面的弱势，农民收益与直播整体收益存在不合理的差异。例如，在湖北秭归县供销社主导的助农直播项目中，社有企业湖北明暄电子商务有限公司联合合作村注册统一字号电商公司，项目涉及10个行政村，开展64场直播，销售额突破40万元，但其中明暄公司持该电商公司35%股份[4]。

3.2. 数据权益归属模糊

助农直播沉淀下来的消费者画像、复购轨迹、流量转化路径等关键数据，如今大多被平台和机构以格式条款整体吸纳。农民虽提供了源头产品，但是在协议中很少提到数据权益，更谈不上参与后续数据商业利用的分润。而关键数据中不少可用于优化品种、预测上市节奏，但生产者由于无法接触到关键数据，只能继续按重量或亩数结算，无法分享数据衍生的任何增值[5]。更深的困境在于数据反哺链条被切断，算法模型与后台权限掌握在技术主体手中，农民若根据消费偏好调整种植结构，也只能依据经过筛

选的片段报告，无法验证真实性。合同既未对数据进行授权规定，也未建立数据回流的共享通道，致使信息缺口直接放大了生产决策的盲目性，而农产品若不能及时契合市场需求，最终也会使 MCN 收益受损[6]。以《2024 丰收节抖音电商助农数据报告》为例，虽报告公布民勤蜜瓜、秭归春橙和山东玉菇销量同比增幅分别达到 393%、197%和 136%，但对具体的农产品关键数据未做详细介绍。农民作为生产端，仅能接触部分销售结果，例如耙子同比销量增长达 350%，但无法直接获取用户画像、复购轨迹等原始数据[7]。

3.3. 纠纷解决机制缺位

助农直播发生分成、产品质量或履约争议时，常常陷入没人管、管不了、不愿管的恶性循环。在助农直播中合同里关于纠纷解决的相关内容往往含糊其辞，既无程序指引，也无责任清单，使得农民面对机构或平台时天然处于弱势。加之多数协议把物流损耗、售后责任一股脑推给农民，索赔门槛因此被进一步抬高。而直播平台自带的投诉通道往往难以解决收益分配等合同纠纷，同时农民面临证据难以收集、诉讼成本高等问题而不得不放弃维权。诉讼费用、时间成本远超争议金额，县域调解组织缺少懂电商、懂法律的专职人员，出具的方案缺乏强制力和针对性。而公益诉讼在农产品领域尚处萌芽，检察机关介入门槛高，难成规模支撑，系统性的救济管道仍待打通。

4. 合同规则优化的核心路径

4.1. 收益透明化条款设计

合同可要求平台、MCN 机构、农民三方共建一条透明化数据走廊，平台开放订单量与扣费流水，机构亮出推广成本与分成比例，农民按期获取收益明细。数据披露可主要分为日常公开销售总额与成本构成两大部分，兼顾数据完整性和报送效率。同时直播衍生的打赏、广告等额外收入，也因在考虑到 MCN 流量推广和账号运营的成本外，再对收益分配比例进行细化，避免农民在隐藏利润分配上的失衡。更进一步，也可把分成与销售情况挂钩，销量或复购越高，农民份额越高，让风险与红利同步浮动，既避免农民与其他合同主体的收益分配不均，同时也激励多方主体共同将助农直播做大、做好、做强，实现利益扩大化和运营可持续化[8]。

4.2. 数据权益分层配置

为破除助农直播中的数据不透明困境，在合同层面可以厘清多元主体间的权利边界为核心，设计权利分置的架构。依据《中共中央国务院关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》，合同应划分数据资源持有权、加工使用权、产品经营权。具体而言，农民作为原始数据的生产者享有持有权，可对产地环境、种植批次等关键信息进行排他性管控。而平台或 MCN 机构在取得授权后获得加工使用权，借助算法模型后开展用户画像、需求预测等增值分析，为优化生产和运营提供决策依据。后续形成的可交易数据集或预测服务，则由具备经营资质的主体行使产品经营权，实现数据要素的二次定价与流通。通过合同条款细化三类权利的行使范围、许可期限与收益比例，可在不转移原始数据控制权的前提下，降低谈判成本并抑制数据垄断风险，同时实现增收。动态合约机制可以缓释数据权利变动带来的系统性风险。在助农直播合同中可以从以下两个方面嵌入动态调整机制。一是浮动对价条款，将助农直播的分成比例与有效数据挂钩，实现价格的灵活调整。二是阶梯式授权体系，主要是对高敏感数据单独设权，确保数据安全。

数据权益实现路径还应与乡村振兴阶段目标匹配。助农直播的本质仍是助力乡村振兴，故分阶段分情况地调整数据权益配置也同样重要。在项目初期，可以以保底收益权保障农民基础收益；成熟期则引

入增值分层分成机制，依据数据产品收益水平进行再分配；在项目后期重点在于助农直播的持续性增收，数据权益配置层面可以引入数据信托模式，由第三方机构托管公共数据资产，实现数字能力内生性积累与持续增收。

4.3. 乡村振兴政策协同保障

助农直播合同涉及主体多元化，其中政府这一主体为乡村振兴提供了强力背书，在助农直播转型升级过程中也同样需要政府政策协同保障，同时也能优化助农直播收益分配失衡这一弊病，具体可以从以下三个方面入手。

第一，地方政府可以通过发布区域示范文本，将助农直播合同由个别议价转向标准化缔约。助农直播合同范本以收益分配、数据权限与违约责任为核心内容，对助农直播收益分配的要点进行针对性规定，例如设定平台和 MCN 机构抽成比例上限，MCN 机构须嵌入与复购率挂钩的浮动分成条款，农民分成份额随绩效指标自动上调。同时在合同范本中规定平台开放后台数据接口，农民可自行核验流量与订单，显著降低信息差带来的价值不均与逆向选择风险。

第二，信用联合惩戒机制以黑名单制度为核心，构建跨部门、跨平台的声誉约束体系。市场监管、公安与司法机关通过建立行刑衔接通道，对虚假宣传、恶意克扣分成等行为实施快速移送与立案，为农民合法权益提供制度化保障。同时设立电商经营黑名单，而黑名单的公开性与联动性提高了违约的机会成本，迫使合同主体在签约阶段开展合规考量，进而降低涉农纠纷发生率。

第三，能力建设通过数字赋能与司法救济双轮驱动，缩小农民在谈判中的结构性劣势[9]。政府投资建设共享直播基地，并部署区块链智能合约系统，实现分成结算、损耗理赔的自动化与可审计[10]。数字工具可以有效降低交易费用，司法救济制度化建设可以降低维权成本，二者共同将合同从纸面条款转化为农民可触达、可操作的制度红利，推动助农直播由流量红利迈向可持续的收益共享。

5. 结语

助农直播收益共享的合同规则优化，是破解乡村振兴中数字赋能与利益分配失衡结构性矛盾的关键制度设计。收益分配失衡源于农民在合同链中的议价弱势地位，数据权益模糊则根植于平台对消费数据的垄断性控制，而纠纷救济缺位则暴露了数字经济新业态的适配断层。通过法治化框架重构可以实现助农直播权利、风险、收益的三元平衡，通过收益透明化条款、数据权益分层配置、政策协同保障，构建公平可持续发展的分配生态。

然而，研究仍受制于样本区域与单一品类数据，尚未覆盖生成式 AI 主播等新兴场景，缺乏对中小主播、跨境直播、合作社内部治理等复杂情境的验证。未来研究可沿三条路径深化：其一，引入随机对照实验，比较不同合同模板在多品类、多平台环境下的收益弹性；其二，探索数据信托、数据保险等新型权益工具，探究其对农户种植决策及收入稳定的长期影响；其三，通过小额诉讼、公益诉讼与调解衔接，降低小农户跨境直播纠纷的举证与执行成本。通过上述扩展，有望为助农直播发展提供更普适、更前瞻的制度工具。未来助农直播合同的核心使命，是从短期流量变现转向数据反哺产业的长效共享机制[11]。让农民不仅成为农产品的生产者，更成为数字乡村建设的核心受益者，最终实现乡村振兴从“外部输血”到“内生造血”的质变跃升。这一进程既需要合同规则的技术性创新，更依赖于政策与市场的系统性协同，其本质是对农民发展权的法治化确认，亦为中国式农业农村现代化提供制度范本。

参考文献

- [1] 郭郡郡, 叶颖. 直播助农的赋能优势、现存问题与对策优化[J]. 安顺学院学报, 2022, 24(5): 34-38.

- [2] 王锦心, 郑丹萍, 张晓芳. “直播 + 助农”模式的现状及发展研究[J]. 轻工科技, 2021, 37(5): 151-153.
- [3] 刘萍. 浅谈助农直播销售中的法律问题及其规制[J]. 农村实用技术, 2021(6): 96-97.
- [4] 宜昌市供销合作社联合社. 秭归县供销社: 扎根乡土助振兴电商赋能结硕果[EB/OL]. 2024-08-11.
<http://gxs.yichang.gov.cn/content-55726-5353-1.html>, 2025-08-14.
- [5] 刘雅文. 直播带货主播虚假推销行为的经济法规制研究[D]: [硕士学位论文]. 天津: 天津财经大学, 2021.
- [6] 马蒙蒙. 直播带货助农新模式法律问题研究[J]. 湖北农业科学, 2021, 60(5): 152-155.
- [7] 抖音电商. 《2024 丰收节抖音电商助农数据报告》发布[EB/OL]. 2024-09-11.
<https://www.toutiao.com/article/7413331706536624681/>, 2025-08-15.
- [8] 李鹏翔, 郭鑫, 范美君. 乡村振兴背景下直播助农模式的可持续发展路径研究[J]. 山西农经, 2022(6): 72-74.
- [9] 李晓夏, 赵秀凤. 直播助农: 乡村振兴和网络扶贫融合发展的农村电商新模式[J]. 商业经济研究, 2020(19): 131-134.
- [10] 张竹心, 雷金英, 欧诗洋. 乡村振兴下直播带货助农的可持续发展研究[J]. 市场周刊, 2021, 34(12): 96-98.
- [11] 郭红东, 曲江. 直播带货助农的可持续发展研究[J]. 人民论坛, 2020(20): 74-76.