

孵化约、商务约、全约……目前,网络主播与机构签约模式种类繁多,不同模式意味着双方的法律关系不同

## 签订合作协议有技巧

《工人日报》乔然

随着数字经济的发展,网络短视频直播行业快速壮大。网络主播与MCN机构(俗称网红经纪运作公司)之间因签约合作而引发的劳动争议也逐渐出现。

实践中,因MCN机构与网络主播之间签订的协议“五花八门”而让双方的关系变得复杂。记者调查发现,目前市面上MCN机构与网络主播的签约模式一般分为三种:孵化约、商务约、全约。这三种合约背后是何种法律关系?为什么同样都是签约MCN当网络主播,有的机构对其不闻不问,有的却让人马不停蹄,有的6个月就能解约,账号归属自己,有的却要赔付天价违约金?

### 签约容易解约难

22岁的苏媛在读大学时喜欢在某短视频平台发一些美妆视频,不到一年累积了数千粉丝。此后她收到一些MCN机构的签约私信,表示可以建立商业合作,前期只需在苏媛的视频里加入一些机构方对接的平台广告,单个能获得100至600元的报酬,等账号粉丝做到一定量级后,后期可以转型带货主播,机构会进行相应培训推广、打造私域流量,薪资翻倍。

“可以先签约3个月,不满意随时解约。”苏媛在听到其中一家MCN机构提供的条件后,决定尝试一下,分成比例是机构与苏媛3:7。

签约后,该机构前两个月仅给她推过一条广告合作,在此期间,苏媛自己找的广告赚取的全部报酬却要打到该机构,转型带货主播更是空谈。此时苏媛才意识到自己被割“韭菜”了。但根据平台方规定,任何博主与MCN机构签约必须满6个月才能解约,她只能再等3个月。经过这件事,苏媛告诉记者:“好在账号是自己的,等期满解约,再也不跟任何MCN签约了。”

与苏媛不同,23岁的刘瑞瑞大学一毕业就签约了一家MCN机构,她在公司的安排下运营账号,做过写脚本、拍摄短视频、直播带货等工作。经过2年时间的运营,她的粉丝数达到80多万,商务广告应接不暇,但一切都是公司安排,账号归属权也在公司。

在刘瑞瑞看来,她即便有很高的流量,可当初跟机构签约时的分成比例是1:9,大部分的收入都给了公司。此外,每天固定直播6个小时,一个月要出20条以上短视频,配合公司安排出席活动,休息时间很少。她告诉记者自己有想过解约,但她不能。“合同签了5年,如果违约,一个粉丝赔付金额是10元。”按照如今的粉丝量要离开需赔付该MCN机构800多万元。

### 签约模式“五花八门”

为什么同样都是签约MCN当网络主播,情况却大不相同?

曾在某MCN机构就职的张洋告诉记者:“合约类型不同,履行职责也就不同。”

他介绍:“不同主播虽然播的内容不一样,但商业化变现的逻辑都一样,打赏、带

## 约定账号归属很重要

全面签约,接受全面监管,但账号归属是个人的,“这就可以跟机构在内容创作、推广运营、商业变现各个方面进行合作对谈”。

### 条款复杂易引纠纷

针对MCN机构与网络主播为何在法律上多有纠纷,张洋回答:“上述三类只是笼统概括,每一份合约上的条款千奇百怪,刚入行的主播如果不懂就容易‘遇坑’。”

对此,记者联系了北京市京都律师事务所律师许媛媛寻求答案。她认为,司法实践中,与MCN签约的主播大多不签订劳动合同,而是签订合作协议或者经纪合同。且因直播场所自由、直播时间不固定、收入为分成等因素,导致与传统劳动关系有所差异。“通常主播与平台或者经纪公司之间被看作是平等协商关系,并非劳动关系”。

张洋说:“目前,签订劳动合同的有,但不是主流。有签订劳务关系、合作关系的,也存在一定从属性,是法律的争议地带。”

许媛媛建议,针对刚入行的“小白”主播,首先,要对所要签约的机构进行背景调查,通过国家企业信用信息公开网站查询公司的主体资格是否合法,同时在裁判文书网查询机构是否存在涉诉涉执案件。

关于知识产权的归属问题,许媛媛认为,主播在合同关系存续期间所完成的包括视频、音频、肖像等知识产权归属通常为MCN机构,但主播需要注意是否许可第三方使用、在什么范围内可以处理使用。此外,关于主播账号的归属是双方合作中非常重要的一环。目前,关于账号归属如何认定,司法实践裁判尺度不一,签约前一定要考虑清楚,谨慎签约。

## 对对碰直播刺激火爆 拆零带货暗藏风险

《中国消费者报》薛晶晶

从盲盒代拆,到同色对对碰,当下直播带货的互动玩法越来越多,对对碰、推推乐、掷骰子等带货模式通过盲盒的不确定性和碰中奖励叠加的刺激性,满足了消费者的新鲜感和好奇心,成为许多消费者释放压力、寻找乐趣的消费新方式。然而,随着这些玩法的火爆,一系列问题也接踵而至,如不少对对碰直播间将整盒、整袋装的食品拆成单个碰色,消费者收到的商品无生产日期、生产厂商等信息,食品安全难以保障。

对对碰是一种结合拆盲盒和消消乐玩法的直播带货新模式,消费者在直播间购买一定数量的盲袋或盲盒,主播在镜头下一一拆开,拆出两个颜色相同的商品即为碰中,碰中一次可奖励多拆一个,直到没有相同的颜色,消费者可以获得所有拆开的商品。

“一碰、两碰、三碰,宝,欧气满满!”“恭喜宝欧中,再加一袋!”在对对碰直播间里,主播激情满满的夸赞和充满乐趣的氛围,不仅将下单者的情绪价值拉满,也引得直播间的观众纷纷刷屏“羡慕”,玩法更是从对对碰演变到掷骰子、推推乐、抽纸牌、九宫格等,多样的形式叠加上拆碰过程中获

之买单。

“对对碰主播看似以游戏激励的形式提供情绪价值,但其本质依然是一种销售行为。”江苏同大律师事务所律师李小亮表示,在对对碰直播过程中,消费者下单购买盲袋或盲盒,支付相应价款获得商品,商家以此实现商品销售并盈利,其互动性和趣味性只是销售手段,并未改变销售的核心性质。同时,李小亮认为,这类销售方式容易诱导消费者过度消费,消费者可能因刺激性和不确定性冲动下单,忽视自身真实的商品需求和经济能力,导致不必要的财产损失。如果商家存在欺诈行为,如操控结果、虚假宣传中奖概率等,就侵害了消费者的知情权和公平交易权。

直播间和主播以游戏娱乐等具有吸引力的形式销售商品本无可厚非,但不少直播间把原本一袋装或一盒装的食品,拆成单个贴上颜色标签,以对对碰的形式销售。

有消费者反映,其在“嗯嗯DIY潮玩”直播间花费49.9元拍了一单“个人单对对碰”好时巧克力,规格为“富婆拆拍1拆9 15克×1袋(灯牌保18)”并许愿绿色。主播以贴有颜色标签的纸牌代替单条巧克力进行对对碰,最后一共翻出26张纸牌,消费者随后收到了26条好时巧克力,内有巴旦木牛奶、曲奇牛奶、曲奇奶香脆乐多等5种口味。但巧克力包装袋上没有规格、净

含量、生产日期等信息,翻看购买时的视频记录发现,主播除了展示巧克力的盒装、单条样式外,并未对生产日期、保质期等作任何说明。

消费者从“嗯嗯DIY潮玩”直播间购买的对对碰商品是好时官方旗舰店内一盒装的“210克好时巧克力排块”,记者咨询旗舰店客服人员该商品是否可以单条销售或混合口味销售,客服人员回复称,此款巧克力最小销售单元为同一口味的整盒(净含量210克),通常一盒14条,无法单条销售。记者在官方旗舰店购买了一盒曲奇奶香脆乐多口味的巧克力,商品外包装盒上配料、经销商、生产日期、保质期等信息标注齐全。

对比好时官方旗舰店与“嗯嗯DIY潮玩”直播间购得的巧克力,同口味的巧克力单条包装基本一致,但仅凭外观不能辨别出生产信息及真伪。记者询问“嗯嗯DIY潮玩”直播间客服人员巧克力的生产日期情况,对方表示,生产日期都是2024年7月到8月的,请放心购买。

针对对对碰直播食品缺少标签的情况,江苏省盐城市市场监督管理局分管食品的副局长徐文龙表示,该行为涉嫌违反食品安全法,产品包装和产品信息标签规范是保护消费者的知情权和落实食品安全责任的重要体现。食品安全法要求,食品标签必须清晰



对对碰直播间吸引了不少消费者关注。

资料图片

标注在食品包装或容器上;预包装食品拆装销售归类为散装食品销售,也应在散装食品的容器、外包装上标明食品的名称、生产日期或者生产批号、保质期以及生产经营者名称、地址、联系方式等内容。

### 遗失公告

本人杨子醍,保障卡号:813301240412359197对应银行卡号为6200581202000159730现已丢失,声明作废。

杨子醍 2025年3月10日

### 公告

位于宁波市北仑区新碶东河路461弄18号1幢403室房屋产权人:

宁波市北仑区(开发区)房屋征收管理服务中心已于

2025年2月10日将货币安置补偿总额人民币伍佰拾万

零贰仟伍佰玖拾叁元整提存于我处,请于2030年2月9日

### 公告

位于宁波市北仑区新碶东河路461弄16号1幢502室房屋产权人:

宁波市北仑区(开发区)房屋征收管理服务中心已于

2025年2月10日将货币安置补偿总额人民币伍拾伍万玖仟玖佰陆拾肆元整提存于我处,请于2030年2月9日之前

到我处办理领取提存物的手续。

请领取人持有效身份证明及有效产权证明材料到我处领取。根据《中华人民共和国民法典》的相关规定,债权人领取提存物的权利,自提存之日起五年内不行使而消灭,提存物扣除提存费用后归国家所有。

公证处地址:浙江省宁波市北仑区新碶街道好时光大厦A座七楼 电话:0574-86882477 邮政编码:315800

中华人民共和国浙江省宁波市甬城公证处 2025年3月10日