

学习贯彻习近平法治思想

——案件新闻纵深——

完不成直播带货任务，保证金不退？

法院：新业态劳动者保证金条款无效

□ 郑吉喆 刘嘉玮



漫画：穆依

交钱签约后涨粉难，素人主播陷困局

2024年10月，甘女士通过某招聘平台了解到，北京某文化传媒公司在招募短视频带货主播。经过面试和线下培训，甘女士与该公司签订了《主播合作协议》。协议约定：公司免费提供短视频直播带货技巧、视频剪辑、货盘资源等培训，甘女士培训合格后开展直播带货合作，按60%比例获取销售分成，甘女士需缴纳6000元“货盘保证金”，且须在一年合同期内完成累计10万元实际带货成交额，方可全额退还。

签约当日，甘女士支付了保证金。随后，她被拉入运营指导群，开始接受线上直播课程和账号运营指导。然而，作为毫无经验的素人主播，甘女士的账号运营并不顺利。按照公司要求持续发布视频数月，粉丝数始终未能突破100人，远未达到微信视频号规定的1000粉丝带货准入门槛。这意味着她连最基本的带货资格都不具备，更遑论完成10万元的成交额。在此期间，甘女士未获得任何收益，也未实际开展过直播带货。甘女士在多次沟通要求退还保证金被拒后，起诉至法院，要求解除合同并退还全部保证金。传媒公司称保证金用于防止对方跳单，也是怕对方懈怠不干，是为了督促对方。6000元的金额

主要是依据公司运营成本进行估算覆盖公司的成本费用，主播未完成带货任务属于单方违约，依据合同条款无需退款。一审法院认为双方系合作关系，甘女士未按约定带货构成违约，判决解除合同但驳回了退还保证金的请求。甘女士不服，提起上诉。

终审判定条款无效，主播六千费用全退

北京三中院经二审审理认为，本案的核心争议在于，案涉合作协议中关于货盘保证金的条款是否有效。

首先，法院明确了案涉合同具有新就业形态从业属性。虽然双方签订的是《主播合作协议》，约定利润分佣而非劳动报酬，但从实质履行看，甘女士系通过某知名求职网站这一招聘渠道获知岗位信息，经面试后签约，其从业行为处于公司的组织管理之下，且收入实现高度依赖公司提供的资源支持。双方之间虽不构成劳动关系，但双方之间仍具有一定的组织管理属性，案涉合同具有新就业形态劳动者从业属性。

其次，法院认为，根据人力资源社会保障部等八部委《关于维护新就业形态劳动者劳动保障权益的指导意见》精神，企业不得以保证金、押金等名义向劳动者收取财物。本案中，传媒公司通过免费培训、带货盈利分成吸引甘女士等对主播领域有兴趣的劳动者签约，以“货盘保证金”为名，向求职的素人主播收取费用，将缴纳费用作为从业的前置条件，该模式利用求职者的就业渴望与信息不对称，实质上形成了“付费入行”的客观效果，损害了众多新业态劳动者的权益。

最后，法院认定该保证金条款权利义务严重失衡，损害了新业态就业领域的社会公共利益。协议设置一年10万元成交额的严苛返还条件，但带货成败受平台流量、货品品质、企业扶持等多重不可控因素影响，企业本应自行承担货源、孵化、流量推广的商业成本，却通过保证金将全部经营失败风险转移给甘女士等没有经验的从业者，自己却可通过没收保证金稳

定获利。甘女士陷入了既搭上了时间又无法赚钱还不能离开的困局，传媒公司却可全额占有保证金，双方权利义务明显不对等。传媒公司明知微信视频号1000粉丝的带货门槛，却未提供充分证据证明在签约前曾充分披露达成该条件的难度和风险，使得返还条件对普通劳动者而言极难成就，该收费模式实质上形成了传媒公司稳收费用、甘女士

等从业人员自担风险的不公平局面。结合公司批量招募上千名主播、统一适用该条款的事实，法院认为该模式损害了不特定多数新业态劳动者的就业权益，破坏了公平交易秩序，符合民法规定的违背公序良俗的无效情形。

最终，北京三中院作出终审判决：撤销一审判决，改判传媒公司全额退还甘女士保证金。

【案后余思】

治理“付费入行”乱象，维护新业态从业者权益

一纸终审判决，不仅为求职者挽回了经济损失，更刺破了部分直播孵化机构免费培训、合作共赢的包装外衣，为整治行业保证金乱象提供了明确的司法标尺。今年10月8日，人社部发布《新就业形态劳动者权益保障办法（征求意见稿）》，其中第十条第二款规定：“企业不得扣押新就业形态劳动者的证件，除生产工具的合理押金、租金外，不得以缴纳保证金、押金、雇主责任险或者其他名义向劳动者收取财物。”这一规定进一步从制度层面否定了以“货盘保证金”“合作押金”等名义变相向新业态劳动者收费的做法，也为本案裁判提供了有力的政策呼应。它意味着，无论用工形式如何变化，企业都不得将自身经营风险转嫁给劳动者，更不能以“合作”“孵化”之名行“付费入行”之实。

本案的典型意义在于明确了在新就业形态从业领域，即使双方不构成劳动关系，司法裁判也不能机械适用契约自由原

则，而应引入公序良俗原则进行价值衡量，对新业态用工关系中损害从业人员合法权益的条款予以否定性评价。当前，直播电商、短视频创业的热度持续走高，大量缺乏行业经验的普通人希望通过兼职主播、账号孵化实现增收。部分机构正是抓住了求职者的这一心理，借招聘渠道引流，以“零门槛、高收益、免费教”为噱头吸引受众，再以货盘保证金等名目收取费用，这类机构往往设置较高的业绩门槛作为退款条件，本质是将企业自身的经营成本、商业风险全部转嫁处于弱势地位的劳动者，靠赚取保证金而非带货分佣实现盈利。这种模式不仅侵害了众多求职者的合法权益，也透支了公众对直播孵化行业的信任，扰乱了新业态灵活就业的市场秩序。

跳出本案，问题的解决还需向前走一步。监管部门应针对新业态领域的收费乱象开展专项整治，把“合

理收费”与“变相押金”的边界划清楚，推广使用合同示范文本，严厉打击以招聘为名行收费之实的违法行为。行业组织也应加强自律，引导MCN机构树立长期经营的耐心，而不是在“割韭菜”的捷径上越走越远。

对广大求职者而言，在面对“零基础做主播”“免费培训”等诱人招募时，务必保持清醒头脑。对于任何以入职、培训、合作等名义要求预先缴纳费用的行为，都应高度警惕。签约前务必仔细阅读合同，特别是涉及保证金、违约金、退款条件等核心条款。如遇可疑情况，应及时通过法律途径维护自身权益。

新就业形态承载着无数劳动者的生计与梦想。唯有让法律的“紧箍圈”紧紧套在违规者的头上，让诚信经营的阳光照进每一个角落，才能让新业态真正成为吸纳就业的可靠途径。

案里说民生

近年来，随着饲养宠物犬人数持续增加，因遛犬未有效管束、犬只突然窜出等引发的损害赔偿纠纷屡见不鲜。近日，四川省眉山市东坡区人民法院审理了一起饲养动物损害责任纠纷案。经承办法官释法明理，犬只饲养人汪某某及其女儿当庭支付赔偿款，纠纷得以妥善化解。

未与犬只接触，受惊致伤谁“买单”？

法院：饲养人未尽管理义务，应依法担责

□ 本报记者 姜郑勇 本报通讯员 曹澜曦 古笑言

故当天出警证明上双方签字，可认定汪某某未按规定使用牵引绳并有效控制犬只，其行为与袁某某摔倒

受伤之间存在因果关系。最终，双方当事人达成一致调解意见，汪某某及其女儿当庭支付赔偿款。

【法官说法】

饲养动物损害责任并不以动物与受害人发生直接接触为必要

本案虽以调解方式结案，但其法律理值得探究。饲养动物损害责任并不以动物与受害人发生直接接触为必要。犬只突然窜向道路，足以使正常通行者受到惊吓并采取紧急避让措施，由此造成的损害，与犬只的危险行为之间可以成立因果关系。动物饲养人或者管理人不能仅以“没有咬到人”“没有碰到人”为由当然免责。

《中华人民共和国民法典》第一千二百四十五条规定，饲养的动物造成他人损害的，动物饲养人或者管理人应当承担侵权责任；但是，能够证明损害是因被侵权人故意或者重大过失造成的，可以不承担或者减轻责任。第一千二百四十六条规定，违反管理规定，未对动物采取安全措施造成他人损害的，动物饲养人或者管理人应当承担侵权责任；但是，能够证明损害是因被侵权人故意造成的，可以减轻责任。本案中，汪某某未办理养犬登记证，使用超长可伸缩犬绳，未给犬

只佩戴嘴套，未有效控制犬只，违反文明养犬和安全管理要求，存在明显管理过失。在充分证据证明袁某某存在故意或重大过失的情况下，汪某某应承担相应责任。

同时，本案也说明，证据是事实认定的关键。出警证明、双方签字确认等材料，虽非直接影像证据，但与其他事实相互印证，仍可成为认定管理责任和因果关系的重要依据。发生纠纷后，当事人应及时报警、固定证据、保存医疗和误工材料，依法理性维权。

法官提示，文明养犬既是对他人安全的尊重，也是饲养人应尽的法律义务。饲养犬只应当按照辖区养犬管理规定向公安机关报备，依法办理登记证；外出遛犬应使用符合规定的牵引绳，保持安全距离，必要时为犬只佩戴嘴套，有效管束犬只，避免引发不必要的纠纷。行人在特殊天气和复杂环境下出行时，亦应谨慎小心，注意安全。发生纠纷后，应理性协商、依法维权，及时固定和保存证据。



漫画：穆依

汪某某系两只犬的饲养人，某日，其在公园附近遛犬时，犬只突然窜向道路。袁某某恰骑自行车经过，虽未与犬只发生直接碰撞，但因紧急避让摔倒受伤，误工月余。事件发生后，袁某某当即报警，民警赶至现场处置，汪某某女儿闻讯到场，让袁某某先去医院检查治疗。袁某某治疗结束后，持医疗单据及误工证据与汪某某协商赔偿5982.58元，双方未能达成一致。袁某某认为，汪某某未有效约束犬只，导致犬只突然窜出惊吓自己，应负全责；汪某某及其家人则认为，袁某某摔伤系雨天路滑、自行操作不当所致，与犬只无关。因事发路

段恰有公交车遮挡监控，现场缺乏直观影像证据，案件事实认定一度陷入僵局。

东坡区法院经审理查明，汪某某系两只犬的饲养人，两只犬均未办理养犬登记证，所使用犬绳为可伸缩犬绳，最大长度均超过2米，犬只未佩戴嘴套，不符合文明养犬要求。承办法官结合《中华人民共和国民法典》关于饲养动物损害责任的规定，以及《眉山市公安局眉山市农业局关于进一步加强城市限养区文明养犬的通告》要求，对案件材料进行详细审查认定，并对汪某某进行法治教育，向其及女儿说明：事

“免费送”消费陷阱 风险剖析与治理路径

□ 孙云文

观察与思考

在线下实体商铺、街头流动摊贩以及各类社交媒介中，“扫码抽奖即可免费领取礼品”的营销套路屡见不鲜。不少消费者被零成本获取礼品的宣传噱头迷惑，事后才发现陷入大额预存充值、网络分期借贷的圈套。这类营销套路利用交易双方信息差布下陷阱，严重损害消费者正当权益，存在多重风险隐患。

一是刻意模糊交易全貌，剥夺消费者的知情权利。经营主体借中奖许诺免费领取礼品，却对领取礼品的附加约束秘而不宣。待消费者萌生领取意愿后，才抛出大额预存消费的硬性要求，甚至哄骗消费者借助各类互联网金融信贷产品完成资金给付，对于借贷后果、合约存续周期、违约所要承担的法律后果闭口不提，致使消费者作出错误判断，涉嫌构成消费欺诈。

二是格式文本有失公允，双方权利义务配置错位。部分商家虽与消费者订立书面协议，但协议中出现大量不合理的免责约定，规定预存资金无法取现，只能在其专属内部商城进行消费，而商城上架商品实际价值远远达不到充值额度。当矛盾纠纷产生时，经营者又以消费者自愿签字作为抗辩事由，借助格式条款减免自身应当承担的责任，不当加重消费者的义务负担。

三是定向瞄准薄弱群体布局设套，维权取证存在现实梗阻。该类骗局的受害人群多集中在老年人、农村居民等金融与法律认知水平有限的群体。部分流动经营主体采取“游击式”经营策略，得手后迅速搬迁经营点甚至注销经营主体。很多消费者没有留存海报、沟通录音等核心材料，发生争议后会因维权主体定位难、证据搜集难、矛盾调处难等现实困境。

四是衍生出一系列连锁风险。除直接的财产利益受损之外，被诱导办理分期借贷会带来个人征信逾期受损的隐患；部分活动索要消费者的身

份证件、采集人脸生物信息，极易造成个人信息被违规归集、不当使用；不法分子借赠送电子产品引流，进而实施投资理财类电信网络诈骗，风险向外传导扩散。

针对上述乱象，笔者提出如下治理建议：

夯实经营主体责任边界，落实消费信息全面披露义务。市场监管部门要明确，开展“免费赠送”营销活动必须在醒目位置完整公示全部附加条件与违约后果。针对电子协议、人脸核验增设复核提醒，对老年群体履行更高标准解释义务，杜绝隐瞒风险的营销套路。

聚焦重点区域强化监管，加大流动商户排查处置。围绕商圈、乡镇集市开展专项整治，提高“游击式”经营主体抽查频次。查实虚假宣传、不公平格式条款的，要依法给予处罚；涉嫌诈骗的，要及时将线索移送公安部门。建立投诉线索快速研判机制，批量梳理同类投诉，由个案调解向源头整治转变。

优化促销类格式合同管理，强化证据留存指引。推动出台促销合同示范文本，禁止“预存资金不可提现”等不公平约定。同时，提示经营者、消费者注意留存宣传物料、录音、支付凭证等材料，筑牢维权证据基础。

完善多元纠纷化解渠道，降低群众维权门槛。推动12315、12381、12345热线线索协同流转，对老年人适用简易调解机制。司法实践中，对未尽提示义务的合同条款依法否定其效力，支持消费者退款诉求，必要时还可适用惩罚性赔偿规则，发挥裁判指引作用。

开展精准法治科普，提升重点人群风险防范能力。依托社区、村镇、老年大学等组织（机构），面向老年人、农村居民以案释法，揭露免费噱头背后的借贷风险，提醒群众谨慎处置身份证、人脸授权；遇到强制充值、诱导借贷时应当当场拒绝，凝聚社会防范共识。

（作者单位：江苏省东台市人民法院）