

一签10年违约金1亿，“网红”离职不容易

MCN机构签约乱象调查

● 近年来,MCN机构(网红经纪公司)数量激增,2015年仅为160家,2020年已超过28万家。行业快速发展的背后,暗藏着一些MCN机构打着“培训网红”的旗号圈钱、分成比例不合理、“网红”离职时面临天价违约金等乱象

● 有的MCN机构专做秀场直播,签约时提出每月直播60个小时才能拿到底薪,而实际运行过程中会有很多附加条件,如后台要达到多少观众、日均礼物收入要达到多少等,这种情况下,很多主播连底薪都拿不到,拿不全,更不用说提成了

● MCN机构与“网红”之间的理想关系应该是双方共赢,而不是试图一方压倒另一方。目前MCN机构签约的乱象,不仅是一个法律问题,也涉及道德、文化等方面的很多问题,需要通过营造良好的文化环境、市场环境和法律环境来综合治理



□ 本报见习记者 孙天骄
□ 本报记者 文丽娟

上交账号和署名权,签订过长期限的合同,规定过高的违约金……这是北京律师李亨此前与一家MCN机构(网红经纪公司)谈合作意向时的经历。

李亨从事文娱产业研究多年,因为经常在各个社交媒体平台发表原创文章,近些年陆续收到了30多家MCN机构抛来的橄榄枝,想要捧他做“网红”。但MCN机构单方面提出的一系列不平等要求,让李亨感觉很无语。

金盾影视中心主任和制片人李学政指出,MCN机构是影视经纪公司的一种延伸,两者的经营模式在本质上是相通的——垄断人才,收入二八分成甚至一九分成“倒挂”“劳动报酬”制造话题进行宣传,而MCN机构的门槛相对更低,近年来迅猛发展,容易滋生更多乱象,亟待整治。

公开数据显示,自2015年起,MCN机构数量不断增加。2015年,我国MCN机构数量仅为160家;2018年增至5000家;2020年超过28万家。数量激增背后,暗藏哪些乱象,又该如何治理?《法治日报》记者近日围绕这一话题进行了调查。

工作累分成比例不合理 离职时面临天价违约金

前不久,山西太原小伙陈晓伟从一家MCN机构离职。虽然“网红”梦碎了,但他还是长长松了口气——终于脱身了。

今年2月,怀着“网红”梦想陈晓伟在朋友推荐下,与一家MCN机构签约。

一开始,陈晓伟做短视频推荐商品的“达人”,接一些信息流的广告,比如牙膏、磨砂膏、面膜等。后来,接连几周没有接单,迫于经济压力,他从公司接手了一个生活科普类账号,承担编导和运营任务。没多久,这个账号就涨了近40万粉丝,互动也活跃起来。

“可无论是做‘达人’还是运营视频号,不管商品卖出多少,互动量涨幅多大,我都不能获得任何额外的收益,每月除了3000底薪外,其他收入全靠广告提成,如何提成完全由公司说了算。”陈晓伟说。

他告诉记者,在这家MCN机构,比他“惨”的人大有人在。一些学艺术的刚毕业的年轻人,专做秀场直播,也不带货,除非粉丝量非常大,有粉丝愿意在他们直播时刷礼物,否则只能拿底薪,一个月也就2000元。

而大家的工作量却非常大。“每天要直播8个小时甚至更长,播什么产品自己完全没有选择权,都是公司选定的产品,解说词大同小异。”陈晓伟说,此外,公司强制性要求每名主播每天要拍摄一条视频,主播每天工作时间都在12个小时以上。

陈晓伟还是幸运的,因为他得以顺利离职。有很多人,想走却被各种条件限制很难走掉。视频博主@林晨同学就是其中之一。

今年4月的一天,@林晨同学在账号上发布一则视频,称自己在签约MCN机构后面临一系列困境,让他“没有办法继续做视频”。这些困境包括:公司强硬要求在视频中植入商品广告,签约后并未得到公司承诺过的运营资源,公司也未提供任何薪资,而在他拒绝植入广告后,被公司索要300万元天价违约金。

紧接着,同一视频网站多名博主也纷纷发布视频,讲述自己与MCN机构的纠纷,高额的违约金赔偿是他们反复提及的问题。有多名博主说:

被天价违约金吓到了,只能选择继续忍耐。

那么,既然收入分成如此不合理,违约金又那么高,为何很多人仍然签下这样的合同呢?

“一些年轻人起初看中经纪公司的资源,即使收入分成低也认了。可没想到资源并没有其想象的那么多又或者并不能用到其身上,待时间一长,意识到合同问题想解约时,面对高额违约金也只能望而生畏了。”李学政说。对此,他已司空见惯,他之前认识一名艺术学校的大学生,还未毕业就与经纪公司签约了,一签就是10年,违约金高达1亿元。

李学政告诉记者,有一些不良经纪公司,正是看中了这里面的“逻辑”,转而将此作为自己的生财之道——靠收取违约金来维持公司发展。“那些不良经纪公司故意压榨签约者,让对方离职支付高额违约金。”

可申请酌情调低违约金 归属权赔偿问题争议多

在李亨看来,MCN机构规定收入二八、一九分成显然属于不合理条款,动辄上百万元甚至上千万元的高额违约金,在司法实践中往往得不到法律支持。

他分析说,根据相关法律规定,违约金一般由双方协商,协商不成按照合同约定,合同无约定或约定不明确的按照实际损失,但一般不超过损失的30%;当事人主张约定的违约金过高请求予以适当减少的,法院应当以实际损失为基础,兼顾合同的履行情况作出判定。

中国社科院法学研究所研究员谢鸿飞认为,基于契约自由理念和原则,MCN机构可以通过合同规定签约者签超过10年的合同,并规定高昂的违约金。但在合同履行过程中,因这种合同涉及“网红”的职业自由,应当认定其有解除合同的权力,并承担相应的违约责任,赔偿MCN机构的培养和推广费用。在违约金过高时,“网红”可以请求法院酌情调低违约金。

“不仅仅是高额违约金的问题,记者调查发现,‘网红’想离开MCN机构还会面临一系列问题,其中争夺的一个焦点为:账号的归属权。”

去年5月,美食博主“翔翔大作战”发布视频称,由于和所签约的MCN机构发生纠纷,他向机构提出解约后,后者即冻结了他的部分社交媒体账号。双方在就账号归属讨论未果的情况下,这个拥有400多万粉丝的视频账号,在去年5月25日之后再未更新。最后,博主弃用“翔翔大作战”的账号,注册了一名“拜托了小翔哥”的新账号,将视频事业从头做起。

“无论是MCN机构还是‘网红’个人,其利益核心都在账号上。从我代理案件的经验来看,如果说解约时个人赔更多的钱能够拿回账号,绝大多数当事人也是愿意的。”星娱乐法创始人、娱乐法律师李振武说。

据李振武介绍,账号归属权的问题是目下法律尚未能妥善解决的一个难点。司法实践中,法院通常会基于账号的账号的人身依附性以及对这个账号利益最大化的考量,认为将账号判给“网红”更为合理;而“网红”则需要支付违约金的同时再额外拿一笔钱来“赎”账号。

“实践中难以避免的‘用钱买账号’的问题,一定程度上助长了MCN机构对高额违约金的规定;另一方面,法院判决只能确定账号的归属,但账号的价值难以估算,这也导致可能出现尽管账号判给了‘网红’,但双方因赔偿金额问题争执不下的情况。”李振武说。

有关归属权的问题,李亨也深有感触。前几年,一家MCN机构想签约他的一位漫

画家朋友做旗下“网红”,并声称后续将动用各种资源对其创作的漫画进行大力推广。李亨查阅对方发过来的合同发现,对方注明此合同为委托创作合同,即该公司委托漫画家创作漫画,漫画的著作权归公司所有。

“此外,合同中明确规定了营销限制,只有漫画在网络上转载传播和以实体书出版的许可费会给漫画家分成,其他的影视改编和衍生品开发所得归公司。而后者恰恰是一部作品收入的大头”,更让人气愤的是,合同里要求漫画家放弃署名权,漫画由××漫画社以“主编”形式署名。”李亨说。

在李亨看来,这份合同摆摆是“欺人”,一旦签下,后患无穷。

行业发展太快良莠不齐 打着培训网红旗号圈钱

林慧现就职于浙江杭州一家大型MCN机构,谈到合同问题,她告诉记者:“一般MCN机构都是采用制式模板合同,分成比例、签约年限、应尽义务等条款都大同小异,除非签约‘网红’在网上已有一定名气,或达到一定的粉丝体量,才可能左右合同内容,让机构在条件限制上做出让步。”

在林慧看来,MCN机构负面新闻频频的一个重要原因是,这个行业发展太快,MCN机构良莠不齐,一些资源和资质较差的小公司在签约“网红”和运营账号的过程中容易出现违规行为。

作为业内人士,林慧了解一些MCN机构挖的“坑”——比如有的MCN机构专做秀场直播,这个版块的基础人群最多,通常以大量“素人”主播为主。签约时,公司可能提出每月直播60个小时才能拿到底薪,看似很容易做到,但实际上运营过程中会有很多附加条件,如后台要达到多少观众、日均礼物收入要达到多少,甚至公司刷流量花的钱也要算到主播头上。这种情况下,很多主播连底薪都拿不到,拿不全,更不用说提成了。

“还有一些小型MCN机构打着‘培训网红’的旗号圈钱,对于正规MCN机构来说,通常都有一套系统的培训流程,会请业内知名人士线上线下授课,且不会承诺交多少钱培训完后就一定能够进入机构成为旗下‘红人’,而一般主动找上门来提出交一定费用进行培训,保证签约‘画饼’未来发展的,十有八九都是骗钱的。”林慧说,还有很多空壳公司,甚至连一个线下的办公场所都没有,就开始招聘主播。

拥有300多万粉丝的微博博主@史里芬Schlieffen(以下简称史里芬)今年创建了一家MCN机构。身份转换后,史里芬对这个行业的认识也更加深刻。在他看来,之所以会出现大量“网红”与所在MCN机构的纠纷,是因为这个行业在双方地位不对等的情况下,很容易产生不可调和的矛盾。

他解释说,一个商家找门户网站或线下投放广告,成本很高,而“网红”依赖于自身的个人魅力和个人产能与粉丝建立了一种强连接,构成低成本优势,MCN机构只有长期利用低成本模式才能获得最大效益;在博主粉丝规模尚小时,商业资源需要依靠公司获取,而等到其起势后,越来越多资源直接找到博主,MCN机构的用处就越来越小,这是不可调和的矛盾。

“所以很多情况下,在外人看来是‘坑’的一些条款规定,其实是MCN机构的一种风险前置行为。公司为了应对日后可能出现的解约风险,博主不更新风险,博主创作能力枯竭的风险,只能收取巨额的通道租金。”史里芬说,这些风险前置行为,一定会体现在合约上,在不违法的前提

还敢违约吗?!



下,这是行业自身运转的正常现象。

而在接受记者采访的多位专家看来,MCN机构与“网红”之间纠纷频发,与行业发展迅速却缺乏统一规范,准入标准、义务、责任不够明晰,监管不到位等因素有关。

“MCN机构的核心竞争力应该是资源、服务及专业水平等,但目前市场上大多数MCN机构并不具备这些竞争力。”华东政法大学经济法学院教授任超说。

综合治理形成共赢局面 网红签约须做背景调查

针对MCN机构存在的一些乱象,相关部门已经出手整治。

今年9月2日,文化和旅游部印发《网络表演经纪机构管理办法》,从6个方面规定了MCN机构的义务,包括取得许可,与表演者签订协议,加强对签约网络主播的管理和培训等。同时进一步明确平台、主播、经纪机构三方关系,形成平台管经纪机构,经纪机构管主播的层层责任传导机制,推动网络表演行业健康发展。

前不久,中央网信办印发《关于进一步加强娱乐明星网上信息规范相关工作的通知》,要求加强对明星、经纪公司(工作室)、粉丝团(后援会)、MCN机构等账号和主体的管理,同时要求网站平台建立健全涉娱乐明星网上舆情监测、处置和引导机制。

受访专家认为,MCN机构与“网红”之间的理想关系应该是双方共赢,而不是试图一方压倒另一方。

在任超看来,行业的主要参与者应该出台自律规范和行业自律性公约,可以成立专委会,争取政策扶持,行业培训等,解决MCN机构商业变现、人才孵化、内容创新等方面的问题和需求。政府相关部门可以通过举办遴选会的方式制定“白名单”,主要从MCN机构的基础资质、带货能力、遴选现场综合表现等方面进行综合评价,对“白名单”进行动态调整,通过登记审核,为“网红”提供优质选择。

从MCN机构自身的合规化来看,李振武建议,首先部门工作需要更加明确,内容策划、账号运营、平台公关、舆情监测等应该分门别类由专业的人做;其次,应建立一套完善的制度流程,用书面记录的方式留痕以应对之后可能存在的冲突。

于“网红”而言,又该如何规避风险?

林慧结合自己的从业经历提出建议:“要想切实避‘坑’,还是要擦亮眼睛多做功课,尽量找业内有名气的大MCN机构,做好背景调查。”史里芬则特别提醒,在签约时一定要关注有没有竞业限制这一条,有的公司会跟博主约定解约后几年时间内不能从事相关工作,这对于日新月异的互联网内容创作者来说是极为不利的。

而“万一人入了‘坑’”,谢鸿飞指出,一些不合规的MCN机构利用其缔约优势地位与“网红”所订立的合同权利义务明显不具有均衡性,显失公平。“网红”可依民法典第一百五十一条主张撤销合同,有权请求人民法院或者仲裁机构予以撤销。如果MCN机构使用的是格式合同,条款违反了民法典相关规定的,应认定为不成立或无效。

“MCN机构和‘网红’的关系是网络时代催生的一种新型社会关系。目前MCN机构签约的乱象,不仅是一个法律问题,也涉及道德、文化等方面的很多问题,需要通过营造良好的文化环境、市场环境和法律环境来综合治理。”谢鸿飞说。

(文中陈晓伟 林慧为化名)

漫画/李晓军

□ 本报记者 颜爱勇
□ 本报通讯员 铁 英

调解纠纷化解矛盾2.8万余件次——这是近3年来内蒙古自治区呼伦贝尔市抓基层“平安建设”取得的成绩。

群众工作是“平安建设”的生命线,是搞好“平安建设”的力量源泉。近年来,呼伦贝尔市紧紧围绕脱贫攻坚、全面建成小康社会和“两个一百年”奋斗目标,探索出一条适合北疆民族地区特点的“平安建设”新路子。

“加强基层‘平安建设’是构建和谐社会、实现社会稳定的基础工程,是顺应人民群众新期待的民心工程,是依靠人民群众参与的社会工程。”呼伦贝尔市委政法委员会负责人近日接受《法治日报》记者采访时说。

建立完善沟通机制 实现防控全部覆盖

基层“平安建设”工作如何,直接关系到呼伦贝尔市社会稳定前沿阵地的巩固,特别是牧区和林区,各种新矛盾、新问题都会在基层得到最直接、最现实的反映。基层“平安建设”工作搞好了,不但可以从根本上预防和减少不稳定问题的发生,而且可以使大量不稳定因素及时解决在当地和萌芽状态。

那么究竟应该如何开展基层“平安建设”?

记者采访获悉,近3年来,呼伦贝尔市从治理不安全、不和谐、不和谐的因素入手,不断加强和建立完善与群众的沟通机制,把群众满意不满意作为衡量“平安建设”的唯一标准。因此,该市坚持关口前移,源头防范深入开展风险评估,每年开展风险评估达100多次。

“平安建设”,“打”是手段,“防”是目的。呼伦贝尔市坚持“以打促防,打防结合,标本兼治,守护平安”的工作思路,不断优化社会化治安防控网络,组建了9167支治安网格巡逻队,参与人数近10万人,形成“网格化布控、精细化防控,信息化支撑,社会化参与”的防控工作新机制,实现治安防控工作全覆盖。

通过积极动员群众,构建社会化多元参与的治安防控网络组织体系,建立健全治安防控网络领导机构,治安防控网络巡逻队伍和综治中心、网格化(社区)为基础单元,以居民、牧民、农民为主体,以整合治安防控资源为重点,建立起马背上的治安队伍和治安网格群防群治队伍。各嘎查村(社区)落实最小防控单元工作职责,形成“草原有人看,边境有人守,街巷有人巡,辖区有人管,重点人员有人帮,信息有人报”的社会化治安防控网络。

牧民哨兵发挥作用 维护边疆安全稳定

“祖国北疆的每一座蒙古包就是一座哨所,守卫着千里边防;每一个牧民就是一个哨兵,为伟大祖国站岗。”呼伦贝尔市出台《呼伦贝尔市“蒙古包哨所、牧民哨兵”管理办法》,在“草原110”的节点上创造性地提出建立“蒙古包哨所”,招募“牧民哨兵”,共同承担维护国家安全,保卫边疆的重任。

如今,在呼伦贝尔1733公里边境线上,1000座“蒙古包哨所”已成为边境牧区维护稳定工作的一支有生力量,1万名“牧民哨兵”牢牢守护着祖国北疆,在强边固防、维护稳定、兴边富民、服务群众方面发挥着重要作用。他们是草原牧区打击违法犯罪的“信息员”,熟悉边沿辖区的“护边员”,宣讲法律政策的“广播员”,化解矛盾纠纷的“调解员”,积极抢险救灾的“消防员”,服务牧民群众的“通信员”……

“户是哨所,人人是哨兵”从理论逐渐成为现实并日臻完善。“蒙古包哨所”的建立,是提高牧民参与维护边疆稳定积极性,规范其行为的有力保障。

近3年来,“蒙古包哨所”为牧民代办事3.8万余件,解决急、难、险事件2766件。各级党委政法委和公安边防部门联合举办了多期“牧民哨兵”培训班,使“牧民哨兵”的法律知识水平和业务素质得到大幅提升,为协助开展报警救助工作奠定了坚实的基础。

构建多元解纷机制 源头化解矛盾纠纷

小智治事,中智治人,大智治制。呼伦贝尔市注重从源头探索和创新群众工作方法,主动应对各种社会稳定中的风险挑战,打造出具有呼伦贝尔特色的社会矛盾纠纷多元预防调处化解综合机制。

实现1个格局,做到2个确保,达到3个不出,突出4个体系,落实5个制度。针对新时期社会矛盾的特点和规律,呼伦贝尔市充分发挥信访工作“晴雨表”“连心桥”“减压阀”作用,通过信访联席会议机制,调动社会各方面的积极因素,建立起集预防、排查、化解、稳控、处置于一体的“12345”社会矛盾纠纷排查化解体系,切实将各类社会矛盾纠纷及时有效地化解在基层,化解在萌芽状态。

建立1个市级、14个旗(市)区、137个苏木乡镇(街道)级、1090个嘎查村(社区)四级社会矛盾纠纷排查调处工作格局。在本级社会矛盾纠纷排查调处领导小组领导下,由各级政法牵头,司法、信访配合,依托司法组建社会矛盾纠纷排查调处中心,中心设主任一名,专兼职工作人员若干名。

从“上到下”建立起社会矛盾化解队伍,从“点到面”建立社会矛盾化解网络。各级政法部门充分发动政法委员、治安中心户长、治安志愿者及老干部、老党员、老模范、老教师、老军人“五老”等人员,不断壮大专兼职调解员和调解志愿者队伍。

细化网格管理,形成纵到底、横到边、无缝隙、全覆盖的矛盾纠纷排查调处网络9167个,做到一般纠纷不出嘎查村(社区);推行“五查”方式,做到小事不出乡镇(苏木、街道);依靠“三个”衔接,做到大矛盾不出旗(市、区),力求将全部矛盾纠纷化解在呼伦贝尔市境内。

进一步加强人民调解、行政调解、司法调解、综合调解,四方联动“大调解”工作体系建设,确保各类社会矛盾纠纷都有人查,有人管。强化人民调解组织体系建设,大力推进行政调解体系建设,充分发挥司法调解体系作用,建立健全多方联动工作体系。3年来,经四方联动调解矛盾纠纷达926起,收到了良好效果。

千座「蒙古包哨所」守护边疆平安

呼伦贝尔依靠群众推进平安建设