

民族地区自产商品电商经营法治保障中的困境与对策——以四川省三州为例

田好 叶佳敏 赵枫林 张艺馨 蒋欣容

西南民族大学，四川成都，610041；

摘要：本文以四川省三州（凉山彝族自治州、甘孜藏族自治州、阿坝藏族羌族自治州）为例，对民族地区自产商品电商经营法治保障中的困境与优化对策进行研究与分析。现今，民族地区自产商品也分得电商潮流一杯羹，以此有效促进了当地经济发展和民族互嵌式融合，但在此过程中仍面临着诸如当地经营者法治意识薄弱、产品确权难、基础设施不完善等现实问题，使得法治保障措施制度悬空、难以落实的情况发生。这不仅制约了当地电商经营的可持续发展，也阻却了民族地区融入全国统一大市场的进程。基于此，本文提出“法治协同、区域协作、产业共融”三重路径，通过立法衔接、司法协作、物流网络共建、数字技术赋能等创新优化措施，构建民族地区电商发展共同体，为铸牢中华民族共同体意识提供法治支撑和理论参考。

关键词：民族地区；电商经营；法治保障；四川省三州；铸牢中华民族共同体意识

DOI：10.69979/3029-2700.25.08.048

1 问题的提出

现今，电商经营凭借互联网技术的飞速发展呈现出蓬勃发展的态势，而民族地区凭借其独特的资源优势，依托“电商潮流”，使得民族地区特色农产品和手工艺品打开销路，带动当地经济发展，促进文化交流，是推动乡村振兴取得新进展、民族区域现代化迈出新步伐的巨大引擎。

然而，电商经营在造福社会的同时，各种相关法律问题也不断涌现，虽然我国在电商经营法治保障方面投入大量资源，但仍存在部分顽固问题，使得法治保障措施落实还不到位：当前，民族地区自产商品电商经营法治保障中仍存在经营者法治意识薄弱、产品确权难和基础设施薄弱等各种现实问题，导致电商经营者在进行商品交易之时屡屡触犯法律红线，扰乱市场秩序。民族地区电商难以有效融入全国统一大市场，使得区域发展不平衡不协调。这不仅影响了民族地区电商的可持续发展，也对铸牢中华民族共同体意识构成了潜在挑战。

因此，针对民族地区电商经营中存在的法治保障问题，需提出切实可行的优化对策。本文将围绕法治协同与产业共融共驱下的民族地区电商发展共同体建设，提出相关优化路径，为民族地区电商行业的健康发展提供法治支撑和理论参考。

2 民族地区自产商品电商经营及法治保障的现状分析

2.1 民族自产商品电商销售现状——以凉山州为例

例

凉山彝族自治州因其独特的地理气候环境和人文因素，使其涌现出一大批优质特色自产产品，如彝绣、甘洛黑苦荞。在凉山州地区开展自产商品电商，当地居民与全国大市场有效衔接，有效推动了三产融合与民族互嵌式发展^[1]。但尽管如此，电商销售仍面临诸多问题：比如，电商直播市场饱和及头部主播垄断流量的现状，使得欲经直播带货拓宽销路的民族自产商品经营者毫无竞争力。再如，消费者恶意滥用平台的保护条款（如“仅退款”“七天无理由退货”）而不当谋利。最后，自我国开展脱贫攻坚工作开展以来，凉山州全州各个乡镇都已完成了配套公路的建设。然而，受地理环境复杂以及建设成本等因素的限制，部分地区的交通网络依然不够发达，“最先一公里”和“最后一公里”的运输难题仍然较为突出^[2]，中间环节成本消耗偏高，使得民族地区自产产品竞争力降低。

2.2 法治保障体系建设现状

近年来，以《民族区域自治法》和《电子商务法》为引领，《个人信息保护法》《数据安全法》等先后出台的法律以及配套落实的法规、规章，特别是以《新疆维吾尔自治区推动农村电商高质量发展实施方案》、内蒙古《直播电子商务管理服务规范》为代表的民族地区规范性文件，明确了诸如电商平台和经营者的责任、消费者权益保护、质量问题以及纠纷解决机制的规定，为确保农产品社交电商的数字贸易规范有序发展提供了

法律支撑。此外，依据《国务院反垄断委员会关于平台经济领域的反垄断指南》、《网络交易监督管理办法》的出台，国家针对直播电商中的不正当竞争难题已经开展了一系列专项治理，自产商品特别是自产农产品电商社交过去无序的局面得到了扭转。

国家大量投入了资源建设法治保障体系，但现实中屡屡发生的民族地区电商纠纷，显示了法治保障体系在现实实施的过程中仍存在障碍，我们有必要对其中存在的制度困境进行分析。

3 民族地区自产商品电商经营法治保障中的现实困境

3.1 法律实施层面

首先，在民众法律意识层面。大多民众法律意识处于“对抗法律”之态^[3]，忽视法律在保护合法权益、维护市场秩序方面的积极作用。在民族地区，由于法律宣传和教育活动普及程度相对较低，且往往受参与度不高，电商经营者没有获得系统性的法律知识和技能培训，其交易过程中产生纠纷时难以借助法律维权，又或随意侵权。如以“凉山曲布”为代表的“系列网红直播带货案”中，被告人通过虚假宣传和直播带货的方式，假借“助农”名义销售非凉山产地的农特产品以非法牟利。是以民族特色产品之名作噱头，却“货不对板、名不副实”。

在产品法律保护上也存在困境。从地理标志保护路径上看，以凉山州为例，当地民族地区电商产品经营往往以“小规模、分散”为特征，不具有规模化生产和品牌覆盖面，难以激发地方政府公共投入申请地理标志的积极性。从产品著作权确权上看，民族特色商品中的传统手工艺品包含做工和技艺的两重属性，但当今司法实践中却对于“思想与表达的二分法”解构不一且浮于文义解释，划分僵化而忽视个案分析，将传统手工艺品仅仅视作对于传统技艺的复制，却忽视在做工过程中技法的选用也有“独创性”的体现，忽略了著作权保护深层次的“创新表达”的意蕴^[4]。对传统手工艺品独创性不合理的认定，一刀切式片面否定技艺传承人辛勤付出，将打击他们投入文化遗产的积极性。在“鹤庆杨忆银楼案”中，法庭认定权利人所主张的著作权权利是包含运用传统技艺在内的著作权作品本身而非传统技艺，即做工的部分也具有独创性，是以成为该案件裁判的根本。

3.2 配套基础设施层面

当今，我国民族地区多处偏远，当地居民数字技术的应用能力、物流基础设施的数字化建设投入较为欠缺，与其他地区的双向流通存在物流和信息的双重壁垒。据2024年《西藏自治区数字经济发展白皮书(2024)》，林

芝县县域5G覆盖率仅58%，电商运营区域的网络延迟率达1.2秒/次，远高于全国平均的0.4秒/次。而因网络延迟导致的“超时发货”违规触发率高达37%。据《2025年农村电商行业市场环境分析》，农村地区的物流成本普遍较高，尤其是在西藏阿里、青海玉树等极偏远地区，物流成本是平原地区的三倍以上。这些地区的物流站点分布稀疏，部分区域仍依赖畜力运输，导致农产品在运输过程中损耗率高达20%以上。这些问题都导致降低了电商经营的整体效率和竞争力。

4 优化路径探析：法治协同与产业共融共驱下的民族地区电商发展共同体

为缓解民族地区自产商品中的一系列问题，需要在数字经济赋能乡村振兴的战略背景下，以民族地区自产商品电商的法治保障需以“多元一体”为原则，既维护国家法律体系的统一性，又尊重民族文化特性与产业规律。结合通过法治协同、区域协作、产业共融三重路径，推动民族地区从“政策输血”向“市场造血”转型，为铸牢中华民族共同体意识提供经济与法治的双重支撑。

4.1 法治协同：构建统一包容的制度框架

民族地区电商工作，要实现《民族区域自治法》、《电子商务法》和《乡村振兴促进法》的深度融合。就四川藏区松茸、彝绣这类特色产品而言，相关民族地区经营者可依据法律所明确的地理标志申报标准，制订和完善一整套质量技术要求，并专门增设“地理标志保护专章”，清晰界定集体知识产权的归属，明确商业化运作的边界，以持续推进民族地区自产商品的标准化生产。^[5]

在司法裁判标准上，针对涉知识产权民族地区产品的传统技艺和技艺表达，司法工作人员需要认识到必须以开阔的思路而非绝对的逻辑对艺术进行思考，对涉著作权的法律规范进行体系解释，准确又合理地实施法律和发挥自由裁量权。^[6]

在司法程序层面上，可以借助成渝双城经济圈的强大辐射作用，积极推进川渝民族地区电商纠纷联合调解机制建设，实现司法案例库与信用评价数据的共享。既降低民族地区农户的维权成本，又能凭借统一的法律适用标准，增进各民族对法治共同体的信任。借鉴《西藏自治区促进电子商务高质量发展若干措施》中对“藏品网商节”品牌保护的成熟经验，搭建民族特色产品的“数字化认证平台”，借助区块链技术实现生产、流通、销售全流程的可追溯，加强司法证据的有效性和完整性，减轻取证难度^[7]。

4.2 区域协同：基础设施共建与人才共享机制

学习西藏自治区“农村电子商务快递协同发展示范县”的建设经验,推动川藏、川滇交界地区共同建设“高原冷链物流走廊”,实现仓储设施与运输数据的共享,打破物流瓶颈。鉴于民族地区农户法律意识较为薄弱的现状,开发“法治电商实训平台”,设置“合同风险模拟”“知识产权侵权案例”等虚拟场景教学模块,以生动直观的方式提升农户法律素养。联合西南民族大学、四川大学等高校,定向培养既精通《电子商务法》,又熟悉民族语言的双语法律人才,搭建民族地区电商人才库。将民族地区的特色农业、风土人情融入人才培养之中,进一步提升四川民族地区电商人才培养的指向性。

[8][9]

4.3 产业共融:以产业链延伸强化经济共同体

在“互联网+”和“数商兴农”背景下,采用数字化技术帮助民族地区农民获取优化市场决策并促进产品流通至全国大市场。以凉山彝族自治州为例,可围绕“红美人柑橘”“彝族漆器”等特色产品,打造“文化IP—标准化生产—电商营销”一体化的产业链^[10]。参考广西马山县“电商带货+文旅融合”的成功经验,可在阿坝州、甘孜州等地推行“牧场直播+云端认养”模式。消费者通过电商平台就能远程认养牦牛、藏香猪,还能通过参与式消费,让各民族深刻认识到生态保护与经济发展的紧密联系,强化共同体认知。^[11]

5 结语:从制度到文化的共同体意识升华

在“互联网+”与乡村振兴战略协同发力的时代浪潮下,民族地区自产商品电商的法治化建设,不只是经济转型的必由之路,更是夯实中华民族共同体意识、助推各民族共同繁荣的关键一招。借助法治手段规范电商经营活动,既要遵循国家法律体系的统一框架,确保市场运行的规范性和稳定性;又要充分考量民族地区独特的文化底蕴与产业特色,在坚守共同性的同时,包容多元差异,为民族地区电商发展量身定制适配规则。唯有如此,才能推动民族地区深度融入全国统一大市场,激活经济发展新动能,让民族特色商品搭乘电商快车走向全国、迈向世界。以法律为纽带,将各民族紧密相连,在经济合作与文化交流中,不断巩固和强化中华民族共同体意识,让民族地区在时代发展中实现高质量跨越,携手各地区共同奔赴民族复兴的伟大征程。

参考文献

[1] 罗猛,林万龙.农产品电商发展现状、困境与未来支持政策[J].世界农业,2024(12):37-50.

[2] 张钊,张治国.以凉山州县域偏远乡镇为例浅析特色农产品上行存在的问题及对策建议[J].粮食问题研究,2022,(01):49-54.

[3] 陆益龙.法律性的社会学建构——评尤尔克和西尔贝《法律的公共空间——日常生活中的故事》[J].社会科学研究,2006,(06):226-237.

[4] 胡朝阳,任儒文.传统手工艺品的知识产权保护困境与出路——以手工绣制品为例[J].重庆大学学报(社会科学版),2021(5):159-168.

[5] 方堃,杨欣.民族地区农村电商扶贫的困境及对策研究[J].黔南民族师范学院学报,2017,37(03):85-88.

[6] 胡朝阳,任儒文.传统手工艺品的知识产权保护困境与出路——以手工绣制品为例[J].重庆大学学报(社会科学版),2021(5):159-168.

[7] 叶滨.电商驱动农产品品牌价值提升路径研究[D].重庆三峡学院,2024.

[8] 赵琳霖,徐延新.乡村振兴背景下民族地区农村电商发展现状、困境及对策——以齐齐哈尔市梅里斯达斡尔族区为例[J].黑龙江民族丛刊.2023,(6)

[9] 彭龔,李明田.乡村振兴背景下破解农村电商发展瓶颈的路径探索[J].安徽农业科学,2024,52(17):255-257.

[10] 龚榆桐.少数民族地区农村电商扶贫刍议[J].市场周刊,2019,(06):3-4.

[11] 李依帆,黄均泽,黄小敏.乡村振兴背景下民族地区电商带货模式创新路径探析——以广西南宁市马山县为例[J].中国商论,2022,(21):28-30.

作者简介:田好(2004.10-),女,汉族,四川南充人,西南民族大学法学院本科在读,研究方向:法学
叶佳敏(2005.3-),女,藏族,青海西宁人,西南民族大学法学院本科在读,研究方向:法学
赵枫林(2005.11-),女,汉族,甘肃武威人,西南民族大学法学院本科在读,研究方向:法学
张艺馨(2005.10-),女,回族,宁夏银川人,西南民族大学法学院本科在读,研究方向:法学
蒋欣容(2004.11-),女,汉族,四川资阳人,西南民族大学法学院本科在读,研究方向:法学

项目来源:西南民族大学(2025年度)大学生创新创业训练计划项目:民族地区自产商品电商经营法治保障问题研究——以四川省民族地区为例(D202411181422484991)阶段性成果。