

社交电商平台民事责任的问题与建议

刘佳佳

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年1月22日; 录用日期: 2024年3月11日; 发布日期: 2024年5月7日

摘要

随着社会化网络服务和电子商务的兴起, 社交电商平台的发展速度迅速提升, 社交电商平台的责任问题也随之产生。本文以社交电商平台的民事责任为研究对象, 首先明确了社交电商平台的认定标准, 一是平台知道或者应当知道经营行为的存在且基于某种利益考虑而包容了经营行为, 二是平台为经营活动提供具体技术支持。其次完善平台责任的义务来源, 平台的审核义务应以法律规定范围为限, 涉及特殊领域相关信息的审核义务采取实质审查标准, 涉及一般领域事项的审核义务可适当放宽标准, 应当确定平台信息披露内容的有效性和信息披露的时间节点。最后明确“相应的责任”的构成要件和具体责任形态, 平台承担相应责任是因为过失, 一般过失的情形下平台承担相应的补充责任, 而重大过失时承担连带责任。

关键词

社交电商平台, 审核义务, 信息披露义务, 相应责任

Problems and Suggestions on Civil Liability of Social E-Commerce Platform

Jiajia Liu

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jan. 22nd, 2024; accepted: Mar. 11th, 2024; published: May 7th, 2024

Abstract

With the rise of social network services and e-commerce, the development speed of social e-commerce platforms has increased rapidly, and the responsibility of social e-commerce platforms has also arisen. Taking the civil liability of the social e-commerce platform as the research object, this paper first clarified the identification criteria of the social e-commerce platform, which should be judged based on whether the platform provides specific technical services to ensure the conclu-

sion and smooth completion of the transaction. The audit obligations of the platform should be limited to the scope stipulated by law, and the audit obligations involving information related to special fields should adopt substantive review standards, while the audit obligations involving matters in general fields can be appropriately relaxed standards, and the effectiveness of the information disclosure content and the time node of information disclosure should be determined. Finally, the constitution and specific form of "corresponding liability" are clarified. The platform bears the corresponding liability because of negligence, the platform bears the corresponding supplementary liability in the case of general negligence, and the platform bears joint and several liability in the case of gross negligence.

Keywords

Social E-Commerce Platform, Audit Obligations, Information Disclosure Obligations, Corresponding Responsibility

Copyright © 2024 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

社交电商(Social E-commerce)是一种基于社交媒介而产生的新型电子商务模式,与传统电商相比,用户主动性强,粘性高,口碑价值高,营销成本低,时间成本低[1]。但是,社交电商的兴起对传统的互联网平台划分标准产生了巨大的冲击。目前相关法律仅对传统电商平台进行了规制,未对社交电商平台进行规制。因此,厘清社交电商平台的性质、法律地位、运行中的义务与责任对于我国社交电商平台的发展与完善具有十分重要的理论与现实意义。

2. 社交电商平台的界定及法律关系

2.1. 社交电商平台的概念

目前,法律未对社交电商平台进行专门规定,仅有《社交电商营销规范》对其进行了较为正规的表述¹,将社交电商平台分为社交电商交易平台和社交电商服务商两种形态。前者为经营主体开展交易活动提供特定技术支持,后者提供网络接入、信用服务、快递物流等服务。综合以上概念,笔者认为社交电商平台指的是可以为交易主体开展交易活动提供技术支持或提供网络接入、信用评价等服务的法人或非法人组织。

2.2. 社交电商相关法律关系

作为交易活动的参与方,社交电商平台具有私法属性,与交易活动的其他参与主体处于平等地位,各方权利义务纠纷主要通过合同予以解决。在这种情况下,社交电商的合同关系应当是“三种基础合同关系 + 三种辅助合同关系”。前者包括平台与平台内经营者的服务合同、平台与用户的服务合同、平台内经营者与用户之间的买卖或服务合同;后者主要包括平台和支付机构、平台和征信机构、平台内经营者和物流企业之间的协议[2]。

¹ 参见商务部:《社交电商营销规范》,后2018年8月份发布的《电子商务法》已经涵盖了《规范》内容,故该规范仅停留于意见稿。虽只为意见稿,但对于界定社交电商平台是否符合电子商务平台有很大参考价值。

3. 社交电商平台承担责任的主要问题

3.1. 社交电商平台的认定标准不清晰

社交电商平台一直是争议性的存在，经营者通过平台进行交易，发生纠纷后消费者在寻求经营者赔偿无果后往往将求偿目标转向经营者所依附的平台。由于我国《电子商务法》未对社交电商平台作出规定，因此无法根据《电子商务法》对社交电商平台予以追究，致使消费者在行使权利时无法有效维护自身合法权益。这意味着平台的性质是承担责任的基础，如果性质无法确定，自然也无法令其承担电子商务平台的民事责任[3]。

3.2. 社交电商平台的相关义务规定不清晰

社交电商平台应履行的义务包括审核用户信息、经营者身份及资质信息义务[4]、安全保障义务以及通知、协助、保密的附随义务，但对相关义务规定不清晰。

首先是审核义务的标准不够清晰。是否尽到了审核义务是认定社交电商平台是否承担责任的前提，然而相关法律法规对于审核义务标准没有明确的规定，平台应承担的审核义务应当达到何种程度，存在着形式审查与实质审查两个方面的争论，实质审查标准有利于保障电商消费者权益，形式审查标准可以最大限度地留住更多的经营者[5]。

其次是对社交电商平台的信息披露义务缺乏清晰的界定。平台作为市场管理者对经营者身份信息有进行保存的义务，因此平台对这些关键信息有掌控的能力，应当履行相应的信息披露义务。法律中存在一个问题，即对平台披露信息的内容真实性和及时性判断标准没有具体规定，《电子商务法》第17条规定了电子商务平台应当全面、真实、及时披露相关信息，但相关法律对披露信息的真实性和及时性没有具体规定。

3.3. “相应的责任”的责任形态模糊

当社交电商平台符合电子商务平台特征时，应适用《电子商务法》第38条第2款关于平台违反审核义务、安全保障义务应承担“相应的责任”的规定。该相应责任的规定作为判决依据过于模糊，赋予法官的自由裁量权过大。

理论界对此争议不断，主要有民事责任说和多元责任说。持民事责任说的学者认为该相应责任属于民事责任[6]，多元责任说认为此类平台在经营过程中某些行为已经涵盖了公法和私法的内容，因此该相应责任既包含民事责任，也包含行政责任和刑事责任[7]。

笔者认为该“相应的责任”是民事责任，理由是：第一，社交电商平台与经营者、电子商务消费者是平等主体，而相应责任的来源——安全保障义务和审核义务的正是这种平等关系，属于民事义务。另外，平台违反这两种义务造成消费者人身健康损害的行为虽然也能引起行政责任和刑事责任，但是该行政责任和刑事责任已分别规定在《电子商务法》第83条和88条，在适用过程中可以根据平台的侵权行为同时适用。第二，这是从体系解释得出的结论。《电子商务法》第38条第1款规定的是民事责任，在同一条中，一般情况下相关的两个款项应当是并列的关系。因此，该相应责任的性质应当也是民事责任。再者，相应责任的规定位于第二章，该章节的内容都是关于民事责任的规定，根据法条的连贯性和一致性，该条款规定的相应责任也应当属于民事责任。

4. 完善社交电商平台相关责任规定的建议

4.1. 明确社交电商平台的认定标准

由于社交电商平台的设立初衷并非为交易提供服务，对其性质需要进一步判断，笔者主张以是否具

备以下两个条件来判断社交电商平台是否构成电子商务平台。

首先，平台知道或者应当知道经营行为的存在且平台基于某种利益考虑而包容了经营行为。实务中可以根据平台是否履行法律规定的义务来确定，实践中，如果平台在收到多次举报、发现多次违规经营后仍然为其提供技术服务、未尽合理注意义务的，视为平台“知道”或者“应当知道”。

其次，平台为经营活动提供具体技术支持。平台的支持行为一般包括提供交易场所、商品信息浏览功能、订单在线生成功能、支付结算和快递物流服务[8]。其中，订单在线生成功能和支付结算功能属于电商平台的核心要件。订单在线生成功能是指电子商务消费者可以在平台内直接与经营者签订合同并完成交易。支付结算功能又称为“价金托管”，是电子商务平台必须具备的功能[9]。只有同时在具备了订单在线生成功能与支付结算功能两个核心要素，社交电商平台才能被认定为电子商务平台。

4.2. 完善平台承担责任的义务来源

4.2.1. 明确审核义务的标准

社交电商平台构建了一个相对封闭的交易环境，使得行政主管部门很难介入，此时平台作为掌控运营的主体可以通过制定交易规则控制风险和责任。因此，平台应当依法承担相应的审核义务。平台应当根据平台的技术能力和资本能力在法律规定的范围内适当调整审核标准[10]。还应当从审核义务涉及的一般领域与特殊领域两个方面进行分析。涉及特殊领域相关信息的审核义务，主要包括食品、药品、化妆品等领域，笔者认为经营者身份信息审核应当采取实质审查的标准。涉及一般领域事项的审核义务可适当放宽标准，以勤勉注意为标准进行形式审查即可。

4.2.2. 完善平台信息披露义务的标准

首先应确定信息披露内容的有效性：只要平台在经营过程中尽了信息搜集的义务，相信所掌握商家信息属于“实然有效”，且满足信息定期核验条件即达到信息有效披露标准。在交易纠纷发生后权利人能根据平台提供信息定位到责任人，如果权利人能够证明平台所披露信息无效，则可以向平台请求承担信息不实的信息披露的责任。其次应确定信息披露的时间节点：发生纠纷后，电子商务消费者要求平台提供所涉商家的基本信息，平台应及时提供信息。

4.3. 明确“相应的责任”的具体责任形态

4.3.1. “相应的责任”的构成要件

平台怠于履行安全保障义务和审核义务；平台怠于履行义务的不作为侵权与第三人的行为共同造成了消费者的损害；平台未履行安全保障义务和审核义务与损害结果之间存在引起与被引起的因果关系；平台对消费者的损害具有过错，此类侵权行为平台与直接侵权人没有意思联络，不存在侵权故意，平台承担责任是因为过失。

4.3.2. “相应的责任”最终形态的认定

如前所述，相应责任的主观过错只能是过失来看，过失又分为一般过失和重大过失，以下笔者根据两种过失的情况下平台应承担的具体形态进行分析。一般过失时平台应承担相应的补充责任。理由是相较于直接侵权人，平台的一般过失对损害发生或者扩大的原因力是次要的；重大过失时平台应承担连带责任。如果平台的主观过错程度构成重大过失，平台的消极不作为行为严重催化了损害发生或扩大损害结果，此时侵权责任的承担形式可能将突破相应的补充责任原则的限制，使平台与直接侵权人承担连带责任。重大过失的判定标准应当以过失认定客观化理论为支撑：假如平台履行了安全保障义务，则损害结果不会出现，此时可以认定平台应当承担连带责任。

综上所述,《电子商务法》第38条第2款规定的“相应的责任”应当制定配套的司法解释,笔者建议:一是要明确相应责任的构成要件;二是要明确相应责任的内涵与外延,确定在一般过失的情形下平台承担相应的补充责任,而重大过失时承担连带责任。

5. 结语

社交电商平台是电子商务平台的新发展模式,虽然《电子商务法》为社交电商平台预留了一定的司法空间,但实践中仍存在一系列问题,明确社交电商平台的认定标准,完善平台审核义务和信息披露义务的标准,确定相应责任的具体责任形态有助于解决社交电商平台现在面临的问题,从而更加适应如今电子商务多样化的趋势。

参考文献

- [1] 尹冬梅. 基于微信生态下的社交电商现状及发展研究[J]. 现代商业, 2019(1): 36-38.
<https://doi.org/10.14097/j.cnki.5392/2019.01.019>
- [2] 梁栋. 社交电商的法律问题与监管优化[J]. 中国流通经济, 2021, 35(1): 105-112.
<https://doi.org/10.14089/j.cnki.cn11-3664/f.2021.01.011>
- [3] 何波. 《电子商务法》适用中的若干基础问题[J]. 人民法治, 2018(20): 14-17.
- [4] 吴仙桂. 网络交易平台的法律定位[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2008, 20(6): 47-50.
- [5] 白昌前. 网络交易平台经营者民事责任研究[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2015, 27(1): 36-42.
- [6] 陈晓敏. 论电子商务平台经营者违反安全保障义务的侵权责任[J]. 当代法学, 2019, 33(5): 27-36.
- [7] 柴伟伟. 电子商务法第三十八条之解读[J]. 人民司法, 2019(1): 17-20.
<https://doi.org/10.19684/j.cnki.1002-4603.2019.01.006>
- [8] 兰昊. 电子商务平台经营者的识别与判断标准探析[J]. 上海政法学院学报(法治论丛), 2020, 35(4): 87-96.
- [9] 杨立新. 网络媒介平台的性质转变及其提供者的责任承担[J]. 法治研究, 2016, 105(3): 16-26.
<https://doi.org/10.16224/j.cnki.cn33-1343/d.2016.03.003>
- [10] 何波. 比较法视野下电商平台侵权责任探析[J]. 现代电信科技, 2016, 46(1): 49-54.