

电商平台经营者滥用“数字权利”的法律规制

戴润萱

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2024年9月12日; 录用日期: 2024年10月8日; 发布日期: 2024年11月1日

摘要

随着互联网时代的到来, 数字技术、信息技术飞速发展, 电子商务展现了强劲的发展潜力和广阔的发展市场。在电商平台的运营过程中, 平台经营者凭借强大的“数字权利”掌握规则制定的话语权, 平台内经营者从平等的商事主体地位慢慢转变为被平台经营者管理的压榨关系, 极大地损害了平台内经营者的自主经营权。同样, 平台经营者利用其掌握的算法技术, 对平台的消费者进行“大数据杀熟”价格欺诈, 出现了“千人千价”现象, 损害了消费者的合法权益。基于对相关案例的分析, 从法律层面对平台经营者滥用“数字权利”的行为进行规制确有必要。《电子商务法》虽然有相关规定, 但条文过于笼统和原则性, 在实践中可操作性不高, 鉴于此, 我国应该重视事前审查, 进行平台协议的司法审查, 同时在立法时加强对平台内消费者的保护并且加强监管, 以此促进电子商务经济健康发展, 保障相关主体的合法权益。

关键词

电商平台经营者, 权利滥用, 电子商务法

Legal Regulation of the Abuse of “Digital Rights” by E-Commerce Platform Operators

Runxuan Dai

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: Sep. 12th, 2024; accepted: Oct. 8th, 2024; published: Nov. 1st, 2024

Abstract

With the arrival of the Internet and the rapid development of digital technology and information technology, e-commerce has demonstrated strong development potential and a broad development market. During the operation of e-commerce platforms, platform operators hold the right to formulate rules by virtue of their powerful “digital rights”, and platform operators have slowly changed

from the status of equal commercial subjects to the oppressive relationship of being managed by platform operators, which has greatly jeopardized the independent operation rights of platform operators. Similarly, the platform operators use their mastery of algorithmic technology to carry out “big data to kill familiarization” price fraud on the platform consumers, and the phenomenon of “thousands of people, thousands of prices” occurs, which damages the legitimate rights and interests of consumers. Based on the analysis of relevant cases, it is necessary to regulate the abuse of “digital rights” by platform operators from the legal level. Although there are relevant provisions in the “E-commerce Law”, the provisions are too general and principled, and are not highly operable in practice. In view of this, China should emphasize the prior review and judicial review of the platform agreement, and at the same time, strengthen the protection of consumers on the platform and enhance the supervision during the legislative process, so as to promote the healthy development of the e-commerce economy and safeguard the legitimate rights and interests of relevant subjects.

Keywords

E-Commerce Platform Operators, Abuse of Rights, E-Commerce Law

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

在当今数字化时代，电子商务平台已成为商业活动的重要载体，它们不仅改变了人们的购物习惯，也重塑了市场的竞争格局。然而，随着技术的进步与商业模式的创新，一些电商平台经营者开始利用其掌握的数据和技术优势，实施可能损害消费者权益和其他商家利益的行为，其中包括对“数字权利”的不当使用或滥用。在实践中，“数字权利”也可能被用来限制用户的选择权，或者作为排挤竞争对手的手段。因此，如何通过合理的法律规制来平衡技术创新与公平竞争，保障各方合法权益，成为了亟待解决的问题。本论文旨在探讨这一背景下电商平台经营者滥用“数字权利”现象，并提出相应的法律对策，以期构建健康有序的电商生态环境提供参考。

2. 电商平台经营者“数字权利”概述

进入 21 世纪，随着互联网技术的迅猛发展，电子商务的浪潮席卷全球。作为电子商务发展最快，规模最大的国家，我国在 2018 年颁布了《电子商务法》，这是世界范围内第一部系统的、专门的电子商务领域的立法。电子商务平台是电子商务法律体系中重要的主体之一，《电子商务法》中对于电子商务平台经营者的定义规定在第九条第三款：“本法所称电子商务平台经营者，是指在电子商务中为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展交易活动的法人或者非法人组织。”《电子商务法》中对于电商平台的权利义务与责任规定是这部法律的核心内容。

2.1. 电商平台经营者“数字权利”的界定

伴随着数字网络平台的兴起，平台经营者对于平台的架构，运营和管理有着强大的掌控能力。电子商务区别于线下交易之处在于前者对于数据与信息技术的依赖性很强，线下交易积累的口碑，客源等资源在电子商务中全部由数据等电子信息反映出来。由于网络交易经营模式的不同，电子商务平台掌握着技术和规则协议制定权。这种能力借助于数字化的技术、算法以及平台经营者所掌握的大量的平台上主

体的活动数据而得以实现，可以将这种影响力统称为“数字权利”[1]。

这种“数字权利”的影响力可以分为两个方面，一方面对于平台用户来讲，大型电商平台利用互联网技术，可以打破距离的限制，拥有庞大的用户群体以及这些用户的数据信息。平台通过大数据算法等技术对用户进行个性化的推荐及服务，使得用户对于平台形成较大的依赖性，从而影响到用户的日常生活。例如 2023 年 11 月滴滴出行平台出现系统故障，造成平台内大量用户无法打车出行困难，该话题的全网互动量达到 191.18 万，其影响力可见一斑。另一方面，电子商务平台中运营着大量中小微经营者，即我们常说的网络商家。平台可以根据掌握的算法及技术手段影响平台内的经营者的经营效果。平台还可以通过制定协议以及规则来约束平台内经营者，这些规则中的惩戒措施例如封号、罚款、限制流量等措施，一旦实施，可能对于平台的经营者造成不可挽回的影响，甚至是致命的打击。

2.2. 电商平台经营者“数字权利”的表现形式

电商平台经营者在商事法律体系中属于商事主体，是私主体，但在《电子商务法》中平台经营者被赋予了管理平台内部经营者与交易行为的权利与义务。由于电子商务依托互联网以及信息技术的特殊性，平台经营者拥有的“数字权利”是其权利的主要组成部分。平台经营者的“数字权利”具体有三种表现形式：技术控制、平台服务协议和交易规则。

首先是技术控制，《电子商务法》第三十五条中提到平台经营者不得利用协议规则及技术等手段，不合理的限制平台内经营者的交易行为。这里的技术控制可以理解为平台经营者利用自身所掌握用户以及商家信息这种天然优势，通过技术手段，对平台用户和平台内经营者之间的交易行为施加影响。对于平台用户，平台经营者可以利用大数据算法选择性地推送信息，影响用户在平台的浏览。对于平台内的经营者，平台经营者可以依托技术实现“降低商品搜索权重”、“降低店铺搜索权重”、“删除商品”以及“屏蔽店铺”等行为。在实践中也不乏平台利用这些手段强迫商家在此平台与彼平台之间进行“二选一”的例子。

其次是平台服务协议，法律条文在互联网环境中的适用性存在一定的模糊性，而信息技术的飞速发展成为电子商务平台制定在线交易规则开辟了新的可能性[2]。平台服务协议是用于调整平台经营者与平台内经营者之间的关系，简单来讲就是平台与商家之间的关系。包括但不限于平台管理规则和平台准入与退出规则，例如《淘宝网市场管理与违规处罚规范》《淘宝网开店与退出实施规则》《京东开放平台招商标准》等。

最后是交易规则，交易规则是用于调整平台经营者与交易相对人之间的关系，简单来讲是平台与消费者之间的关系。由于网络交易争议发生频率高，依托诉讼等公权力机制解决成本高，就更需要依赖内部的治理机制。早期立法中互联网要素的缺失更是为平台“立法”提供了基础[2]，例如《淘宝平台争议处理规则》《淘宝七天无理由退货标准》《苏宁安装问题纠纷处理判责标准》等。

3. 电商平台经营者滥用“数字权利”的案例分析

根据杭州互联网法院发布的数据显示，2018 年至 2020 年，杭州互联网法院受理电子商务案件 6695 件，随着电子商务在我国的迅猛发展，电子商务领域案件呈现出类型多样化，网络购物与服务合同纠纷案件增多等特点。其中，电商平台经营者滥用“数字权利”引发的纠纷不在少数。

3.1. 网约车平台未尽查实义务限制司机载客资格

2018 年 11 月 5 日滴滴平台司机杨某送醉酒乘客到目的地后，由于乘客醉酒不醒，遂未关闭订单同时报警，警察在登记完杨某的信息后告知他可以离开。第二日，由于乘客的安全投诉，滴滴平台关闭了杨某的“深夜服务卡”。两日后平台恢复了该功能，但设置了观察期，致使杨某在此期间接不到女性订

单及深夜订单，订单量和每日流水骤减[3]。杨某向北京市互联网法院提起诉讼，法院最终判决杨某胜诉。在本案中，滴滴公司作为滴滴平台的经营者确实有保护乘客人身安全的责任，根据乘客投诉关闭杨某的“深夜服务卡”的行为并无不当。问题在于，杨某在提供合理的证明及报警记录进行申诉后，滴滴平台并未对违规的事实进行核查，致使杨某连续一个月遭受损失。这个案件背后反映的是平台经营者并未按照合同约定履行核查义务，利用其“数字权利”对杨某进行限制，肆意减损用户应当享有的权益。

3.2. 电商平台利用大数据算法对消费者进行价格欺诈

2020年7月，胡女士通过携程APP预订了一晚的酒店大床房，支付了2889元。然而，她在离开酒店时发现，该酒店的挂牌价格实际上为1377.63元。经过调查，发现胡女士是携程APP的钻石贵宾客户，理论上应该享受85折的优惠价格。但实际上胡女士不光没有享受优惠价格，反而支付了双倍的房费。最终法院认定携程存在虚假宣传、价格欺诈和欺骗行为，支持了胡女士退一赔三的请求[4]。这个案件反映出一种现象——大数据“杀熟”。电商平台以收集到的大量消费者信息为基础，将用户的购买习性、对品牌的信任度、消费能力等信息进行分析，通过大数据算法分析，设定“千人千价”的定价策略[5]。根据北京消费者协会调查报告显示，有大约80%以上的消费者被大数据“杀熟”过，且认为该现象普遍存在，前些日子消费者热议的苹果手机和安卓手机用户在打车时同距离不同定价的事件也可以佐证这一看法。在大数据时代，电子商务平台可以通过智能的算法分析，为消费者提供个性化服务，推送用户更感兴趣的内容。但这同样是一把双刃剑，电商平台利用自己掌握的信息，加剧消费者信息的不对称，在消费者很难察觉的情况下加价，损害消费者的合法权益。从本质上来讲，大数据“杀熟”就是算法权利的滥用，也即电商平台经营者对“数字权利”的滥用。

3.3. 电商平台滥用平台用户的个人信息

2022年，张某在某电商平台购买了一次保健品，之后多次被不同的保健品商家电话推销其他产品，于是张某便报了警。经过警方调查证实，从事电商经营的揭某某等五人，利用其经营中获悉的用户姓名、住址、电话等个人信息，向他人出售谋取不正当利益。在2022年6月至8月期间总计出售了132万余条信息，其中的90万条公民个人信息是与其他电商公司以提高业绩为目的进行的交换与共享，其余的40多万条则是以每万条300元左右的价格进行出售。最终这五人均构成侵犯公民个人信息罪，被判处刑事责任并且承担民事赔偿。

根据中国消费者协会测评报告，市面上很大一部分APP存在过度收集个人信息的行为，如果用户不填写或者是授权这些信息，可能就无法使用该软件，但是很多APP收集的信息并不是实现该APP功能所必须的。浙江的吴某下载某电商购物APP并用自己的手机号进行了注册，但在使用时发现自己的个人信息在没有明确知情人的同意下，其真实身份信息由该APP的运营公司传输给了某支付公司，造成了个人信息的泄露。这两个案例都明确了电商平台在掌握海量用户的个人信息的同时，就有责任保护这些信息不被泄露，更不应滥用自己掌握的信息进行牟利。

4. 规制电商平台经营者滥用“数字权利”的必要性

互联网时代，人们的生活方式发生巨大的变化，线上购物、线上打车以及外卖服务等依托电商平台的交易形式已经融入人们生活的方方面面。电商平台掌握着强大的“数字权利”，对平台内的技术和规则制定有强大的掌控权与话语权。同时电商平台经营者因其天然的盈利性质，在市场竞争时一定会追求利润最大化，这就导致电商平台经营者可能滥用其权利，造成消费者及平台内经营者的利益损失。并且在网络技术的推动下，这种“数字权利”的影响力会持续扩大。

4.1. 电商平台内经营者利益受损

根据《电子商务法》第九条的规定可以看出，电商平台经营者是为交易提供网络经营场所的组织，平台内经营者则是通过电商平台销售商品的经营者。从法律层面上来讲这两者是平等的经营主体，没有高下之分。但是在实践中，由于《电子商务法》赋予平台经营者管理平台内交易行为的权利，平台与平台内经营者的关系则转变为一种管理与被管理的关系，甚至是一种压榨关系。平台可以利用技术手段控制商家店铺的评分，浏览量，甚至可以关停店铺，这就让平台内经营者在面对平台的无理要求只能被迫妥协，毫无话语权。例如平台组织的“双十一”、“六一八年中大促”等促销活动，希望通过低价吸引客流，通常会要求平台内的经营者必须参加，这就导致平台内经营者需要承担低价带来的损失。目前电商市场上平台众多，平台内经营者都希望能在多个平台同时经营，增加曝光率提升销量，但是这样就会导致平台被分流，这是平台不愿意看到的。所以多数平台会选择限制平台内经营者在多个平台经营，这也就是通常说的“二选一”垄断，2023年阿里巴巴的10亿元天价赔偿正是因为实施该垄断行为对京东造成了损失。笔者认为“二选一”垄断最大的受害者不是其他的电商平台，而是平台内的经营者，平台经营者的行为极大地损害了商家的销售额以及经营的自主权。

4.2. 消费者合法权益受损

消费者在电商平台的合法权利体现在对平台内经营者也就是商家提供的产品的价格、质量、类型和选择的多样性上[6]。电子商务平台拥有海量的用户个人信息、消费习惯、消费偏好以及消费能力等数据信息，如果其利用算法设置不公平合理的检索方式，消费者就很难在选择商品时真正拥有自主选择权。例如有消费者在搜索明确某品牌冰箱时，电商平台展示的搜索结果前多项都不是该品牌冰箱，遂将该平台告上法庭。在前文书中提到平台强制平台内经营者参加大促销活动，限制商家多平台经营的行为，损害了商家的利益。在这样的情况下，商家会采取“先涨价后降价”的对策来应付大促销活动，实际上平台的行为，最终会将损失转移到消费者身上，由消费者来买单。同样地，平台在进行“二选一”垄断时也限制了消费者自主选择电商平台的权利，使消费者无法享受到可能其他平台更具竞争力的价格和更优质的服务。

4.3. 电商平台自身发展受限

“数字权利”的滥用影响的不仅仅是平台内的经营者和消费者，从长远来看也会对电商平台的发展产生不良影响。信誉是当代企业发展的基石，对电商平台经营者同样是如此，平台经营者为了自身的利益限制平台内经营者的经营活动，对消费者进行价格欺诈，长此以往会消耗商家和消费者对平台的信任，更有甚者会受到监管部门的处罚，不利于平台的发展。

5. 《电子商务法》相关规定及完善建议

《电子商务法》第三十五和第三十六条对电子商务平台和平台内的经营者之间交易关系做出了规定，重点关注了平台的服务协议与交易规则问题。第三十五条专门针对电子商务平台制定了责任性条款，明确禁止该平台通过使用服务协议、交易规则和技术工具等方式，对交易设置不适当的限制、增加不恰当的条件或者索取不合理的费用[7]。本条款为《电子商务法》中的一大特色，详细列举了电商平台使用不正当手段限制交易的主要途径，旨在有效遏制电商平台过度的“数字权力”滥用，对平台内经营者进行交易限制的行为，这是值得肯定的。但通过上述案例也能发现在实践中的效果并不明显，电商平台滥用“数字权利”的行为屡见不鲜，故此，笔者提出以下完善建议。

5.1. 审查平台协议与交易规则

平台协议与交易规则的制定权以及强大的技术手段使平台经营者可以集规则制定权与执行权于一身，

类似于在平台内拥有“准立法权”与“准司法权”。如前文所述，平台经营者可以采取多种手段对平台内经营者进行打压。平台内经营者虽然可以向监督机关进行举报或者是诉诸法院进行救济，但这些方式周期相对较长，对于商事经营非常不利，可能商家在拿到胜诉结果时店铺的经营已经无力回天。因此重视事后救济的同时也不能忽视事前的预防，对于平台制定协议和交易规则的审查很有必要。

具体而言，电商平台“颁布”的平台规则应当接受司法审查并在市场监管部门备案[2]，由于每个平台有其自身的特点，许多细则规定要想进行逐一审查可行性不大，也会加重相关部门的工作负担。因此可以要求平台出具一份总领性质的规则，交由司法部门进行审查。这样一方面可以使平台在制定细则时受到总规则的约束，不会随意变动朝令夕改，滥用自身权利。另一方面也可以便于平台内经营者进行申诉，在自身权益受到损害时可以请求司法机关核查平台经营者做出的行为是否符合平台的总规则，节约当事双方就不同的细则争辩的时间。

5.2. 加强对消费者权益的保护

《电子商务法》第十八条第一款明确指出，电商平台的运营商可以依据用户的搜索及购置习惯，为其提供个性化推荐。然而，平台同样需向消费者提供不基于个人特征的选择，以保障消费者的自主选择权受到尊重。该条文的规定具有创造性，可以在一定程度上保护消费者的合法权益，但仍存在局限性。第一，此项规定比较模糊，在实践中执法人员很难辨别搜索的结果是否是根据消费者的习惯偏好所做出的。第二，该条文仅仅规定了搜索结果的自主选择权，并未在定价上做出规定，平台经营者通过该项空白实施“杀熟”行为并不能很好地被规制。未来在立法上应该考虑加强对消费者的保护，确保用户有拒绝平台通过大数据算法进行的商品推荐，同时也要保证消费者不被算法差异化定价，杜绝“千人千价”现象。

5.3. 加强监管力度

《电子商务法》第二十五和第二十八条都明确了平台经营者有配合监管部门工作，提供相关数据的义务。这是立法非常值得关注的创新点，试图建立起平台经营者与监管部门之间合作型的监管与被监管的关系[1]。但这些规定过于笼统，在实践中也常常难以落实，一方面，数据信息对于电商平台的重要性不言而喻，属于平台的核心资产和商业秘密，是平台保有竞争力的关键，其应该提供的范围应该有明确规定；另一方面，这些信息涉及到用户的个人信息和个人隐私，监管部门必须在确保数据安全的前提下才能从平台提取，这些都对监管部门的工作增加了很大的难度。对于监管部门而言，线上交易日益频繁，如果不能掌握相关数据，监管工作无从开展。必须对监管工作做出具体的规定，明确平台经营者的权利与义务，目前仅有的《电子商务法》中简单的两条规定是远远不够的。

6. 结语

2022年我国数字经济发展规模为50万亿元，其中电子商务的交易规模达到43万亿元，占我国数字经济发展规模总量的80% [8]，2023年将达到50.17万亿元。电子商务对我国数字经济发展至关重要。在电子商务蓬勃发展的同时，电子商务领域新型的案件也层出不穷。电商平台作为电子商务中的关键一环，明确其权利义务与责任至关重要。近些年平台与平台内经营者矛盾频发，《电子商务法》第三十五条的规定显然不能满足当下的形势变化。通过上文的论述可以看到对电商平台滥用“数字权利”行为的规制势在必行，希望通过立法的完善和各部门的通力协作，使得电子商务平台更加公平有序，保障平台内经营者和消费者的合法权益。

参考文献

- [1] 薛军. 《电子商务法》实施五周年回顾与展望: 立法特点与完善思路[J]. 中国市场监管研究, 2024(1): 8-11.

- [2] 胡光志, 何昊洋. 电商平台私权力的经济法规制[J]. 西南民族大学学报(人文社会科学版), 2023, 44(7): 77-84.
- [3] 法治日报·法治周末. 2020年十大电子商务典型案例[EB/OL]. http://m.legalweekly.cn/hlws/2020-12/31/content_8396314.html, 2020-12-31.
- [4] 法制观点. 携程贵宾享优惠房价 2889 元 实际房价才 1000 多 被判退一赔三[EB/OL]. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1707126970142785967&wfr=spider&for=pc>, 2021-08-04.
- [5] 欧乃瑜. 从大数据“杀熟”现象透视电子商务平台算法权力滥用的规制路径[J]. 上海法学研究, 2021, 6(2): 189-204.
- [6] 赵晗序. 电商平台滥用相对优势地位行为的法律规制[D]: [硕士学位论文]. 天津: 天津商业大学, 2023.
- [7] 卢均晓. 关于禁止滥用优势地位的理论辨析——《电子商务法》第 35 条的竞争法属性: 检视与改造[J]. 价格理论与实践, 2021(10): 26-32+97.
- [8] 张韬. 《电子商务法》实施五周年回顾与展望: 修法方向与合规重点[J]. 中国市场监管研究, 2024(1): 12-15.