

电子商务平台网络安全主体地位浅析

尤瑞卿

扬州大学法学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2024年9月6日; 录用日期: 2024年9月24日; 发布日期: 2024年12月27日

摘要

在电子商务活动中, 平台依据服务与管理的双重维度, 扮演着不同的角色: 从服务角度看, 它是交易场所的供应者和交易的中介者; 从管理角度看, 它则是交易规则的制定者、交易内容的监督者以及交易安全的维护者。这些多元角色与平台自身的组织结构共同塑造了电子商务平台网络安全管理者的主体身份。然而, 我国法律对于网络服务提供者的定义模糊, 这导致在实践中, 电子商务平台实施的危害行为往往因其不属于《刑法》所界定的网络服务提供者范畴, 或未达到单位犯罪的认定标准, 而无法承担相应的法律责任。本文选取电子商务活动中平台的服务内容、管理内容与社会地位作为切入点, 明确电子商务平台作为网络服务提供者和网络空间守门人的网络安全管理主体身份。

关键词

电子商务平台, 网络服务提供者, 网络空间看门人

Analysis on the Subject Status of Network Security for E-Commerce Platforms

Ruiqing You

Law School, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Sep. 6th, 2024; accepted: Sep. 24th, 2024; published: Dec. 27th, 2024

Abstract

In e-commerce activities, the platform plays different roles according to the dual dimensions of service and management: from the perspective of service, it is the supplier of the trading venue and the intermediary of the transaction; from a management point of view, it is the formulator of transaction rules, the supervisor of transaction content, and the maintainer of transaction security. These multiple roles, together with the platform's own organizational structure, shape the main identity of the e-commerce platform's network security manager. However, the definition of network service

providers in Chinese law is vague, which leads to the fact that in practice, the harmful acts carried out by e-commerce platforms are often unable to bear the corresponding legal responsibility because they do not fall within the scope of network service providers as defined in the Criminal Law, or because they do not meet the criteria for determining crimes committed by units. This paper selects the service content, management content and social status of the platform in e-commerce activities as the entry point to clarify the identity of the e-commerce platform as a network service provider and a gatekeeper of cyberspace.

Keywords

E-Commerce Platform, Network Service Providers, Cyberspace Gatekeepers

Copyright © 2025 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. 电子商务平台的定义与分类

电子商务平台(E-Commerce Platform)是电子商务最为核心的主体[1]。为了适应技术的不断进步和平台类型的持续涌现,我国《电子商务法》并未直接界定平台的定义,而是通过规范平台经营者与自建网站经营者这两类主体来间接实现对平台的监管与管理。这种监管方式在《电子商务法》的实际应用上并无明显不当,然而,缺乏对电子商务平台的明确界定,在对其进行刑事法律定性及后续责任追究时造成了显著困难。因此,在探讨电子商务平台的刑事责任时,明确其定义、界定其范围及分类具有至关重要的意义。

1.1. 电子商务平台的定义

《电子商务法》起草组认为,电子商务平台实际上是一种“提供服务的第三方平台”,然而,这一观点是有一定局限性的[2]。

广义上来说,电子商务平台指的是“由计算机硬件与软件构成,支持开展电子商务活动的系统及其运行环境”[3]。这意味着,不论构建者的身份或盈利方式如何,只要其构建的系统能够支持电子商务活动,该系统即应被视为电子商务平台。在实际应用中,平台的构建者既可能是独立于买家与卖家的第三方(例如淘宝),也可能是卖家或买家自身(例如苹果应用商店、华为商城)。这类由企业或个人自行建立的电子商务平台,作为电子商务领域的关键部分,不应被排除在电子商务平台的定义范畴之外。

因此,本文主张,电子商务平台是指那些能够支持电子商务活动的互联网平台,并且根据构建者的不同,可以进一步区分为自建电子商务平台和第三方电子商务平台。

1.2. 电子商务平台的分类

电子商务平台的数量庞大且种类繁多,在展开深入研究之前,有必要对其进行系统性的分类。根据搭建方及用途的差异,电子商务平台可以采用两种主要的分类方法。

1) 依搭建方分类

根据搭建方的差异,电子商务平台被划分为自建平台与第三方平台两大类。

自建电子商务平台,指的是由卖方构建并服务于自身商业活动,或由买方构建用于商品采购活动的平台。在实践应用中,卖方自建的平台(例如华为商城、苹果商城等)更为普遍。这类平台主要用于销售卖

方企业自身生产的产品及提供的服务，由于它们直接由企业建立并归属企业所有，通常采取垂直管理模式，管理体系相对完善。

第三方电子商务平台是由独立于买卖双方之外的第三方构建，旨在为众多买方与卖方提供信息交流与交易服务的虚拟空间。在交易流程中，它保持中立态度以赢得参与者的信赖，通过整合买方需求与卖方供应信息，促成双方交易，为电子商务市场的运作提供便利，因此深受买卖双方的欢迎，并在电子商务市场中占据显著份额。然而，由于用户基数庞大，第三方电子商务平台难以实现对平台内经营者及买家的全面监督，同时，由于缺乏完善且统一的内部管理机制，这导致了民事争议乃至刑事案件的频繁发生。

2) 依功能分类

电子商务的界定依据之一是销售商品或提供服务依照这两类基本功能，可以将电子商务平台分为商品销售类平台、提服务供类平台和综合类平台。

商品交易型电子商务平台，主要以商品销售为核心功能，是电子商务领域最早发展起来的平台类型，因而在该领域中占据着举足轻重的地位。历经十多年的发展，商品交易类平台已经演化出了多种多样的商业形态。

服务导向型电子商务平台，主要功能在于提供各种类型的服务，与商品交易类平台形成鲜明对比。这类平台是近年来逐渐崭露头角的电子商务新形态。根据服务实施的地点差异，它们可以进一步细分为线上服务平台和线下服务平台。

伴随着电子商务的迅猛增长，除了上述两类功能相对单一的电子商务平台之外，具备多重功能的综合性电子商务平台在数量上不断增多，服务内容也日益丰富。例如，腾讯 QQ 与微信，最初作为非电子商务的社交平台，但随着“微商”及小程序的持续兴起，现已融入了商品销售、服务提供等多种功能；新浪微博，原本是一个社交信息发布平台，近年来也因用户量的急剧增加而扩展出了商品销售、广告服务等一系列新兴功能。

2. 电子商务平台的社会地位

电子商务平台的社会地位构成了其法律地位的根本，而法律地位则进一步奠定了其刑事责任的基础。因此，在明确电子商务平台的刑法地位之前，有必要以其经营内容为着手点，分别从服务提供与场所监管这两个不同维度，来确立电子商务平台作为服务提供者与监管者的社会地位。

2.1. 电子商务平台的服务者地位

通过对多家电子商务平台用户服务协议¹的总结与分析，可以归纳出电子商务平台构建的主旨在于促进交易匹配，这既包括自建平台与消费者之间的交易匹配，也涵盖第三方电子商务平台用户间的交易匹配。为了达成这一交易匹配的目标，平台向其用户提供了三项核心基础服务，具体内容为：提供交易场所、信息供给以及交易辅助支持。

1) 场所提供服务

场所供给，意指电子商务平台为入驻的经营者及消费者提供了一个虚拟的环境，用于商品或服务的交易，这一服务构成了实现交易匹配的基础。张明楷教授的观点是，唯有身体能自由进出的空间方可被定义为场所，而身体无法直接进入的互联网空间，在法律层面并不构成场所[4]。然而，需明确的是，空间仅指一个纯粹客观的环境范畴(例如宇宙空间)，而场所则特指人类活动的所在地，即能进行行为活动的场地[5]。判断一个空间或领域是否可被视作场所，关键在于人类能否在其中进行活动，而非身体能否自

¹ 参见：《淘宝平台服务协议(2019年8月19日)》《京东用户注册协议(2019年8月31日)》。

由进出。电子商务平台。

无论是自建还是第三方平台，均提供了这样的虚拟交易场所，作为实现交易匹配的基础。因此，这种场所的提供，是电子商务平台最原始且基础的服务。

2) 信息提供服务

与场所提供服务相仿，信息提供服务同样是为实现交易匹配目标而衍生的关键服务。电子商务平台向其用户提供的信息涵盖公开与非公开两大类。公开信息主要涉及卖家的资质证明、发货地点、信用评级、商品的详尽描述，以及买家的信用评级、评价反馈等内容；非公开信息则主要包括地址详情、地理位置、联系方式等买家或卖家的私人信息及敏感数据。通常，公开信息无需特别申请，用户即可在指定页面浏览；而非公开信息，平台仅在必要时才会向特定用户披露。

3) 支持交易服务

交易支持服务是促成交易匹配并最终实现交易的关键步骤。电子商务平台向用户提供的交易支持服务主要有两种方式：一是直接内置支付结算功能(例如淘宝、京东等)；二是通过跳转至其他支付平台的页面，协助用户完成支付流程(如当当、苏宁等)。需要指出的是，无论是直接提供的交易支持，还是通过第三方支付页面的跳转服务，它们通常都是由平台预先设定的自动化服务。相较于其他两项基础服务，平台对这项服务的直接控制力或即时调控能力相对较弱。

除了前述三项基础服务之外，平台还可能为用户提供包括广告营销服务在内的多种衍生服务。鉴于衍生服务的非普遍性，其详细内容将在下文针对具体罪名的讨论中展开，此处不再进行详细阐述。

2.2. 电子商务平台的监管者地位

电子商务平台监管者的角色定位，一方面源自《电子商务法》对平台所设定的各项要求，另一方面则植根于前文提及的三项基础服务内容。将这两方面因素综合考量，可以清晰地梳理出电子商务平台监管的主要范畴，即：维护交易秩序、监管交易内容、保护用户信息以及确保交易安全。

1) 监管交易秩序

电子商务平台作为交易秩序监管者的角色，其地位确立依据在于《电子商务法》对平台的相关规定。根据《电子商务法》的要求，电子商务平台(经营者)在监管平台内交易秩序时，主要聚焦于两个核心方面：构建交易秩序与实施资质审核。

构建交易秩序意味着电子商务平台“必须坚守公开、公平、公正的原则，制定并实施平台服务协议及交易规则，清晰界定加入与退出平台、商品与服务质量保证、消费者权益维护、个人信息保护等方面的权利与义务关系”²。

而资质审核则侧重于对平台内经营者的资格进行审查，这一过程涵盖了对经营者身份、地址、联系方式以及行政许可等关键信息的真实性核实，并要求这些信息能够得到及时更新³。

在监管交易秩序方面，电子商务平台主要依赖于“事前监管”策略。这一策略通过预先建立交易秩序、设定资格标准，并对平台内的经营者进行事先的资格审查，来确保对交易秩序的基本管理。当然，在事前确立的交易秩序框架中，也涵盖了交易内容、用户信息、交易安全等其他监管要点。针对这些内容的监管，可以在交易进行的过程中(事中)或交易完成后(事后)进行具体实施。

2) 监管交易内容

对交易内容的监管，重点在于确保商品或服务的合法性。根据《电子商务法》的相关规定，内容的

² 参见：《电子商务法》第 32 条。

³ 参见：《电子商务法》第 27 条：“电子商务平台经营者应当要求申请进入平台销售商品或者提供服务的经营者提交其身份、地址、联系方式、行政许可等真实信息，进行核验、登记，建立登记档案，并定期核验更新。”

合法性意味着所销售的商品或服务必须满足保障人身和财产安全的标准，不得损害消费者的合法权益，不得侵犯权利人的知识产权，也不得涉及其他任何违法犯罪行为。

在交易内容的监管上，电子商务平台主要实施“全阶段监管”策略。在商品上架之前，一些平台会对申请上架的商品进行预先审核(例如拼多多平台)。一旦商品上架或交易完成后，如果平台发现或接到用户举报称交易商品存在合法性问题，平台会立即对商品进行下架处理，并对相关商家采取相应的处罚措施。

3) 监管用户信息

用户信息的监管可划分为对公开信息与非公开信息的监管两大方面。

在公开信息的监管上，电子商务平台负责公开自身的营业执照等必要经营信息，并监督平台内的经营者公开他们的经营信息、地理位置、商品及服务详情等，以确保消费者享有基本的知情权和选择权⁴。

而对于非公开信息的监管，则侧重于对用户信息(涵盖平台内经营者及消费者的信息)的妥善保管。根据《电子商务法》的规定，电子商务平台(经营者)对于非公开的用户信息，特别是个人信息，必须按照相关法律、行政法规的要求进行保护。

4) 监管交易安全

交易安全监管者的角色不仅限于那些直接提供支付结算功能的电子商务平台。根据《电子商务法》第三十条的明确规定：“电子商务平台经营者必须采取技术措施及其他必要措施，以确保其网络环境的安全与稳定运行，防止网络违法犯罪行为，有效应对网络安全事件，从而维护电子商务交易的安全性。”因此，即便是提供第三方支付界面跳转服务的电子商务平台，也同样具备交易安全监管者的身份与地位。

3. 电子商务平台网络安全管理主体身份

电子商务平台的运营者与监督者，特别是那些负责信息管控、交易秩序维护以及安全监管的角色，因其职责而具备了网络安全管理主体的独特地位。网络安全这一概念较为宽泛，它与“信息安全”和“网络空间安全”紧密相连，共同构成了整个互联网环境安全性的全面框架[6]。基于此，电子商务平台在网络安全管理上的角色，可以从信息安全维护与网络空间治理两个维度来审视，进一步细化为网络服务供应商和网络空间监护者的双重职责。这两种角色的明确界定，不仅扩展了电子商务平台在网络安全管理方面的责任范围，还为其在涉及犯罪主体责任判定、犯罪类型界定以及不作为犯罪中作为义务的来源等方面，奠定了坚实的基础。

3.1. 网络服务提供者

广义上的网络提供者是指“利用信息网络向大众传递信息，或为了获取网络信息等需求而提供各种服务的实体”[7]，这涵盖了网络上所有提供基础设施、信息传递、中介服务、接入服务等技术性支持的个体用户、网络服务供应商及非营利机构。针对其提供或协助提供的网络内容(即信息)，网络服务提供者承担着预先审查的责任、实时监控的义务以及后续处理的职责。这些针对信息安全的监管责任在维护网络安全中扮演着至关重要的角色，从而确立了它们在网络安全管理体系中的核心地位。

在我国《刑法》框架下，网络服务提供者作为承担信息网络安全管理义务的特殊主体，鉴于电子商务平台同时扮演着交易场所服务提供者、交易信息发布者、交易秩序监管者以及用户信息管理者的多重社会角色，理应归入这一特殊主体的范畴。然而，现行《刑法》及相关司法解释并未全面地将电子商务平台涵盖在网络服务提供者的定义之中。因此，在深入探究电子商务平台在特定罪名下的刑事责任之前，

⁴参见：《电子商务法》第17条：“电子商务经营者应当全面、真实、准确、及时地披露商品或者服务信息保障消费者的知情权和选择权。”

有必要先从规制力理论的角度出发,对网络服务提供者进行细致的功能性分析,以明确电子商务平台确实应归属于网络服务提供者的分类之中。

结合域外经验与各学者的观点,网络服务提供者的网络内容(信息)管理义务可以从义务的履行时间分为以下三个部分:

1) 事前审查义务

多数国家并未普遍要求网络服务提供者对其服务范畴内的网络内容(信息)承担事前审查义务。少数对此持支持态度的国家中,以欧盟《电子商务指令》为代表,该指令在其序言的第(48)项中明确指出:“为了防范特定类型的非法活动,各成员国可要求某些服务提供者主动关注违法信息及犯罪服务的存在。”此处的“主动关注义务”⁵,实质上即构成了一种事前审查的义务要求。

多数国家不采用事前审查义务的主要原因在于两点:首先,网络内容(信息)数量庞大,要求网络服务提供者对每条信息进行事先审查不仅在实际操作中难以实现,而且会给她带来过重的负担,不利于其成长与发展;其次,网络服务提供者的业务范围广泛,所承载的网络内容(信息)可能涉及用户的隐私和个人信息,若对所有信息进行全面的事先审查,可能会对隐私和个人信息的保护造成不利影响。

2) 实时监控义务

与事前审查义务相似,网络服务提供者对服务范围内网络内容(信息)需承担的实时监控义务,也因其可能侵犯网络服务提供者的经营自主权并增加其运营成本,而很少被各国所采纳[8]。

3) 事后处理义务

对于服务范围内出现的违法或侵权网络内容(信息),网络服务提供者承担的事后处理义务得到了广泛认可,而各国在履行这一义务的具体方式上略有差异。例如,欧盟《电子商务指令》在其序言第(46)条中明确指出:“一旦信息社会服务提供者获知其服务范围内存在非法信息或犯罪活动,必须立即移除该信息或禁止对其进行访问”,这体现了“通知(发现)-删除”模式的事后处理义务。而我国《关于加强网络信息保护的决定》第五条则规定:“网络服务提供者应加强对用户发布信息的管理,一旦发现法律法规禁止发布或传输的信息,应立即停止传输,采取删除等处理措施,保存相关记录,并向有关主管部门报告”,这则是“通知(发现)-删除-上报”模式的事后处理义务。

以上三种网络内容(信息)管理义务奠定了网络服务提供者网络安全管理主体的法律地位,但不能完全等同于我国《刑法》中的信息网络安全管理义务。

3.2. 网络空间看门人

“看门人”(Gatekeeper)这一理论概念于1986年由哈佛大学的Reinier H. Kraakman首次提出,其核心在于强调具备监管职责的第三方看门人应当通过采取不支持的态度(通常表现为拒绝提供商品、服务或认证文件)或向用户发出建议及风险提示的手段,来有效阻止不当行为的发生。电子商务平台因其对平台内部活动的监管角色,而被赋予了在其管理网络空间内作为看门人的特殊地位。这一地位不仅为平台带来了更广泛的监管权力与责任,同时也为其在合理范围内提供了规避法律责任的可能性。

根据《电子商务法》的规定,电子商务平台在对平台内用户及其行为进行监管时,所承担的内容相较于现实生活中类似交易促成、场所提供的实体(比如大型商场)要更为严格,因此其义务与责任也相应超越了一般主体的范畴。然而,另一方面,由于电子商务平台并不具备行政权力,尽管其义务内容与某些行政机关相似,但不能直接套用行政机关的义务违反后果来对其进行惩处。换句话说,电子商务平台因

⁵Directive 2000/31/EC/(48): “This Directive does not affect the possibility for Member States of requiring service providers, who host information provided by recipients of their to apply duties of care, which can reasonably be expected from them and which are service, specified by national law, in order to...”

其既不同于一般的监管主体，也不属于行政机关的特殊监管地位，导致其在监管责任上的界限缺乏明确的参照标准。在此情况下，合理借鉴金融、证券领域的看门人理论便显得尤为必要。

首先，电子商务平台在履行监管职能时，其性质与看门人相契合。作为交易撮合与场所提供的第三方机构，电子商务平台的本质特征与看门人的第三方角色相呼应。并且，与金融领域的看门人相似，电子商务平台同样作为普通主体，不具备公权力的属性。

其次，电子商务平台的监管手段与看门人的监管方式不谋而合。正如看门人常通过披露信息或拒绝提供服务及证明文件来实施监管，电子商务平台也采取类似的措施，例如中止为涉嫌侵权的商品提供交易场所服务等。

最后，电子商务平台在监管体系中的地位与看门人相仿。在行政机关监管平台、平台再监管用户的层级结构中，电子商务平台等网络平台实质上构成了网络空间的首道防线，这一地位与看门人作为保护证券交易安全的首要屏障的角色高度一致。

综上所述，将电子商务平台视为其管理网络空间内的看门人，既符合其社会角色也符合其法律定位，这有助于明确其监管责任及界定义务违反时的责任范围。

4. 结论

在电子商务领域，平台兼具服务与管理的双重角色，既是交易的中介与场所，也是规则的制定者、内容的监督者及安全的维护者，这些角色共同构成了其网络安全管理者的身份。然而，我国《刑法》对网络服务提供者的定义模糊，且单位犯罪认定标准滞后，导致电子商务平台难以承担应有的刑事责任。本文通过分析平台的服务、管理内容与社会地位，明确了其网络安全管理主体身份，旨在确保电子商务平台在网络安全管理中的责任得以明确与落实。

参考文献

- [1] 凌斌. 电子商务法[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2019: 5.
- [2] 电子商务法起草组. 中华人民共和国电子商务法条文释义[M]. 北京: 法律出版社, 2019: 47.
- [3] 娄策群, 刘英. 第三方电子商务平台的应用现状及利用策略[J]. 图书情报工作, 2010, 54(14): 131-135.
- [4] 张明楷. 简评近年来的刑事司法解释[J]. 清华法学, 2014(1): 5-26.
- [5] 宋子然. 100 年汉语新词新语大辞典(上册) [M]. 上海: 上海世纪出版股份有限公司辞书出版社, 2014: 220.
- [6] 王世伟. 论信息安全、网络安全、网络空间安全[J]. 中国图书馆学报, 2015, 41(2): 72-84.
- [7] 杨彩霞. 网络服务提供者刑事责任的类型化思考[J]. 法学, 2018(4): 162-172.
- [8] 涂龙科. 网络内容管理义务与网络服务提供者的刑事责任[J]. 法学评论, 2016, 34(3): 66-73.