

论电商平台监管制度的困境与完善

夏山山

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年3月7日; 录用日期: 2025年3月26日; 发布日期: 2025年4月25日

摘要

在数字经济快速发展的当下, 人们日常生活的需求和消费方式也在不断地更新, 电商平台因其具有易传播、易被消费者接受等特征成为了经济活动的关键载体。但是由于当下电商平台监管制度不够完善而导致了一系列复杂的问题, 同时也给消费者带来了极大的维权难度, 因此完善电商平台法律监管制度迫在眉睫。本文深入剖析了电商平台法律监管制度面临的多重实践困境, 即监管主体与职责划定不明确、监管技术手段落后、跨境电商监管难题、法律法规不完善等问题。针对这些问题, 本文提出了明确监管主体与职责、加强监管技术手段、加强跨境电商监管国际合作、完善相关的法律法规等策略, 使其在法治轨道上稳步前行。

关键词

电商平台, 监管困境, 法律监管制度, 制度完善

On the Dilemma and Improvement of Regulatory System for E-Commerce Platforms

Shanshan Xia

Law School, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 7th, 2025; accepted: Mar. 26th, 2025; published: Apr. 25th, 2025

Abstract

In the current era of rapid development of the digital economy, the demands and consumption patterns of people's daily lives are constantly evolving. E-commerce platforms have become key carriers of economic activities due to their characteristics such as easy dissemination and easy acceptance by consumers. However, due to the current incomplete legal regulatory system for e-

commerce platforms, problems such as legal risks in business models, product quality defects, and difficulties for consumers in protecting their rights have emerged. Therefore, it is urgent to improve the legal regulatory system for e-commerce platforms. This article deeply analyzes the multiple practical dilemmas faced by the legal regulatory system of e-commerce platforms, including unclear definitions of regulatory subjects and responsibilities, backward regulatory technical means, cross-border e-commerce regulatory difficulties, and incomplete laws and regulations. In response to these problems, this article proposes strategies such as clarifying regulatory subjects and responsibilities, strengthening regulatory technical means, enhancing international cooperation in cross-border e-commerce regulation, and improving relevant laws and regulations, to ensure that they steadily progress on the track of the rule of law.

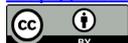
Keywords

E-Commerce Platforms, Regulatory Predicament, Legal Regulatory System, System Improvement

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. 引言

随着大数据的飞速发展，电商平台在全球经济格局中占据着愈发关键的地位。它突破了传统商业模式的时间和空间限制，为广大消费者提供了琳琅满目的商品及服务选择，有力推动了经济繁荣。然而电商平台在带来极大便利的同时也带来了一系列的问题，例如：经营模式存在法律风险、产品质量有瑕疵以及消费者难以维权、监管主体与责任划分、监管技术手段落后等问题。在此背景下深入剖析电商平台法律监管制度的实践困境与完善策略旨在维护交易安全与公平，切实保障各方的合法权益因此具有重大的理论和实践意义。

2. 电商平台的理论概述

2.1. 电商平台的定义

电商平台被定义为通过互联网技术搭建的，为商品或者服务的经营者与消费者双方提供信息展示、支付结算、物流跟踪等一系列服务的虚拟空间。依据运营模式和特点，主要分为传统型电商平台、内容型电商平台和社交型电商平台等类型。传统型电商平台，如天猫、京东等交易型电商平台，以仓储、物流配送为基础，“人找货”的模式为特点，强调商品的搜索和发现，主要靠商家的付费流量进行引流，其运营人员的工作内容基本围绕流量、测款以及运营数据展开[1]。内容型电商平台是以内容为核心驱动商品销售的新型电商模式。借助多样的图文、视频、直播等形式将商品与内容紧密结合，更好地激发消费者的购买欲。社交型电商平台是基于社交网络发展而来，融合社交与购物，依托微信、微博等社交网络，用户兼具消费者与推广者双重身份，同时借助社交平台的大数据分析，获取消费者的个性化购物建议。

2.2. 电商平台的特征

第一：多功能性。这一特性使得电商平台能够突破传统企业时间和空间的限制，集多种功能于一体，为消费者提供更加便捷的服务与选择。消费者可以随时随地通过手机、电脑等设备访问平台、并根据自己的喜好浏览购买心仪的商品或服务。

第二：数据驱动性。电商平台能够收集海量的交易数据以及用户行为数据等，并且通过大数据分析技术，平台可以精准洞察市场动态、消费者的购物偏好、需求趋势、浏览历史、购买记录等，为商家的运营决策提供有力依据，有助于提升用户的购物体验 and 购买转化率。

第三：社交互动性。电商平台具备社交功能，如用户可以通过关注并收藏店铺，分享商品，发表评论等方式增加用户之间以及用户与商家之间的互动率，使商品能够更快速传播，引导更多潜在消费者的关注，提高商家的经济效益。

2.3. 法律对电商平台监管的原则

第一：合法性原则。国家机关在对电商平台进行监督管理时必须遵循国家相关的法律法规，包括但不限于《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》等，通过制度约束把权力关进制度的笼子里，规范公权力的运行，杜绝国家机关工作人员在执法时滥用权力，切实保障广大消费者的合法权益。给电商平台营造良好的网络环境。

第二：消费者权益优先原则。在电商平台进行交易时，往往消费者处于劣势地位，因此法律要将保护消费者的合法权益放在首位。这要求平台积极采取合理的措施，保障消费者的知情权和选择权，禁止强迫交易行为，同时要保护消费者的个人信息未经消费者的明确许可不得通过任何手段泄露其个人信息。一旦违反，必须承担相应的法律责任。

第三：创新监管原则。电商行业具有显著的开放性与创新性，而传统的政府监管原则上意味着电商平台需要依照既定规则从事商业行为。如若无法挣脱传统监管理念及监管方式而一直沿着传统市场监管路径，电商平台长远有序的发展目标大概率将落空[2]。因此相关法律法规在监督管理时要保持技术中立，不限制电商平台在合乎法律规范范围内进行创新、变革，以更好地满足消费者对追求美好生活的需求。

第四：有效管理原则。监管的目的在于使得各类型电子商务平台乃至全体社交电商行业健康有序发展，而非令电商行业中各个主体在法律监管制度的框架中“亦步亦趋”。因此有效监管原则在电商平台监管过程中具有基础性意义。政府的有效监管的重要特点主要为高效率、强效能及优效益[3]。从而达到推动各类电商平台乃至整个电商行业健康、有序发展的核心目标。

3. 电商平台监管制度的实践困境

电商平台的迅猛发展给消费者带来了更多的购物选择和优质体验，但同时也引发了一系列复杂的问题。

3.1. 法律法规体系不完善

首先《电子商务法》试图通过法律规定解决电商平台中的“假货”问题，权利人有权因平台内存在损害其知识产权情况为由，以维权通知的方式要求平台加以制止¹。但并未规定电子商务平台经营者对该通知有审核义务，若自始侵权行为并不存在，虽然《电子商务法》中规定了通知错误造成平台内经营者损失的，应承担赔偿责任²，但是事后赔偿并不能完全弥补消费者的损失。其次随着电商行业的快速发展，出现了直播电商、新型网络营销等新模式，目前立法在这些领域还具有一定的滞后性。最后，不同法律法规之间在具体规定和责任界定上存在衔接问题导致监管力度不够。

3.2. 监管主体与职责划定不明确

市场监管部门、公安部门、行政部门都有相应的义务对电商平台不合法的行为进行监督管理。然而

¹ 《中华人民共和国电子商务法》第二章第四十二条：必要措施包括删除、屏蔽、断开链接、终止交易和服务等。

² 《中华人民共和国电子商务法》第二章第四十二条。

由于各个部门之间缺乏高效的沟通，实践中大量不法现象屡禁不止。譬如电商平台上侵权假冒现象频频发生以及虚假宣传扰乱社会主义市场经济秩序。

3.3. 监管技术手段落后

随着大数据的迅猛发展，电商平台已经掀起了消费的热浪。目前电商平台的交易数据和用户信息规模庞大，但监管的技术手段还停滞不前，监管部门缺乏先进的数据处理和分析系统，难以快速准确地从海量信息中提取有效信息，发现违法违规的操作同时也难以深入挖掘其中隐藏的问题，导致侵权行为不能被及时遏制。

3.4. 跨境电商管理难题

各国法律法规之间差异明显，不同国家和地区的贸易政策、税收政策、执法主体不尽相同。西方诸国对于电商平台的监管更多的依赖行业自律，政府的干预一直不是主流[4]。这种政策在那些国家取得了一些成效，然而这并不完全符合我国的实际情况。我国电商行业数据以及用户规模十分庞大，必须以公权力为主体进行监督管理。正是由于不同国家不同地域在执法方面差异大，跨境管理难度大幅提升且跨境管理成本大，支付体系对接难。

3.5. 虚假宣传商品

电商虚假宣传是交易市场中不正当竞争行为在网络空间的延伸。数字信息技术的迭代和经济下行带来的消费降级正共同倒逼电商经营模式进行不断创新，使其产生新特点。现今电商平台之间的竞争进入白热化阶段，这些前提条件都为电商虚假宣传的借势发挥提供了完美契机[5]。经营者在电商平台利用广告或者其它方法，对产品的性能、功能、质量、评价作出不符合事实情况地宣传，而消费者在电商平台进行消费时只能看到经营者在平台上传的网图或者视频，但这些网图与视频是经营者通过一定技术手段处理而形成的。消费者收到的商品常会出现和网图存在颜色、质量、款式、功能、性能方面的差异。而这些差异源自于商家的虚假宣传以及过度的美化。

4. 电商平台监管制度的完善策略

电商平台在监管上出现诸多问题的解决策略其一是完善基本立法。通过完善基本立法，不仅为监管部门行使职权提供了相关依据，也给电商的从业者提供了指导其行动的行为规范。其二是明确监管主体及其责任划分。通过明确主体责任划分及时有效地解决相关的违法行为。其三是完善对电商平台的监管技术手段。通过大数据学习更加精准地掌握违法犯罪活动以及其它相关问题。其四是加强跨境电商监管国际合作。通过不同国家不同地域之间的有效沟通并加强合作，能够更加快速、低成本地解决跨国际的电商平台的违法犯罪活动。

4.1. 完善相关法律法规体系

目前针对监管电商平台监管制度的法律主要有第一是《中华人民共和国电子商务法》这是我国电商领域首部综合性法律。该法主要规定了电商平台经营者的相关义务以及消费者的权利。譬如平台要建立健全信用评价制度，对消费者造成损害的要承担相应的责任。第二是《中华人民共和国消费者权益保护法》该法不是专门针对电商平台的法律，但适用于电商消费场景，强调信息真实同时要求提供准确真实的商品或者服务信息、不得进行虚假宣传、对消费者个人信息要严格保密。第三是2024年9月1日实施的《网络反不正当竞争暂行规定》。规定不得利用任何技术手段扰乱市场公平竞争秩序，不得收取不合理的费用等。以上三部法律主要规定了一些宏观层面的问题，要真正落到实处还需要进一步完善。

立法主体在进行立法时应充分倾听消费者的真实意愿，制定的法条要适应网络交易的迅速变化，对新型商业模式和技术应用可能引发的法律问题提前做出规定，为监管执法提供法律依据同时应该根据不同主体在电商交易中的角色和功能，制定更加精准适配的权利义务规则，确保各主体行为有法可依、有法必依。

4.2. 明确监管主体与职责划定

构建以市场监督管理部门为主，其他监管机构为辅的监管主体体系至关重要。各个部门之间要通过有效地沟通，合理地分配职责。第一，市场监管部门要统筹协调网络安全及相关监督管理工作。对电商平台的网络信息内容进行严格把关，严厉打击网络谣言、虚假信息等有害内容，维护网络环境健康。第二，公安部门主要负责打击电商平台上各类网络违法犯罪活动，监督电商平台落实网络安全技术保护措施，协助平台处理涉及的网络犯罪活动。第三，国家市场监督管理总局要切实做到监管电商平台的市场经济活动，包括查处平台上的不正当竞争行为、垄断行为等，为电商平台提供一个公平竞争的良好空间。第四，税务机关要负责查处和监督电商平台及其经营者的真实税务情况，确保依法纳税，严厉打击电商行业中的偷税漏税行为，规范税收秩序。维护国家税收权益。

4.3. 更新技术监管手段

由于当前电商平台的交易数据和用户信息规模庞大，因此监管部门需要借助大数据分析技术建立风险预警模型，更加精准地识别交易异常情况。逐步实现由被动监管向主动预防转变。合理地利用人工智能图像识别技术，快速检测平台的商品图片是否存在侵权行为、虚假宣传等问题，要保护好检测的相关数据，未经当事人明确许可不得对外公开其数据信息。同时，消费者也要积极参与监督和投诉从而形成全方位、多层次监管合力。

4.4. 加强跨境电商监管国际合作

尽管不同国家不同地域的贸易政策、税收政策、执法主体存在较大差异。但可以通过有效调节来加强跨境电商监管国际合作。第一，各国政府可以签订双边或多边合作协议，明确合作的目标、范围、方式和责任。第二，依托世界贸易组织(WTO)、国际电信联盟(ITU)等国际组织的平台和框架，参与推动制定电商平台国际监管的规则和标准，共同应对全球性的电商监管挑战。第三，建立跨境执法协作机制，明确跨境执法的程序、权限以及责任，加强在调查取证、案件移送等方面的合作，共同打击网络犯罪活动，降低监管成本。

4.5. 加大对虚假宣传商品的打击力度

虚假宣传是国际条约明确禁止的不正当竞争行为[6]我国《反不正当竞争法》中，第八条规定了经营者不得以虚假或者引人曲解的方式，宣传自己商品的性质、作用、品质、销售状况和用户评价以及曾经获得过的荣誉等来欺骗或者误导消费者。为进一步净化市场环境，维护消费者合法权益与市场公平竞争秩序，应从多个角度强化对虚假商品宣传行为的规制与惩处。将刑法作为防范社会风险的主要手段，尽管商家采用虚假销售行为对于一个消费者来说并不会达到犯罪标准，但是通过网络的迅速传播性，其累积的违法所得是巨大的，对消费者和经济的发展都会后患无穷，针对平台虚假销售行为目前的现状，应当采取积极预防性刑法观[7]。对于电商类新型犯罪，应站在网络视角下，重新建立传统法条与网络平台的新关联。平台虚假销售行为模式众多，故需先对其进行分类，后逐类打击、专项治理[8]。显著增强针对虚假商品宣传行为的打击强度，切实保障消费者的合法权益。

5. 结语

在数字经济蓬勃发展的当下，电商平台已深度融入人们的日常生活之中，逐步成为商业活动的重要平台。构建完善的电商平台法律监管制度，是推动行业长远发展的关键所在。然而，目前电商平台监管制度存在着诸多困境，严重制约着电商行业的高质量发展。完善电商平台法律监管制度是一项系统且紧迫的工程，必须以明确监管职责为导向，及时更新并细化法律法规，加强国内外监管合作，打破地域限制，共同应对全球性的电商监管挑战。保障各方主体的合法权益，推动电商行业在法治的轨道上稳步前行。

参考文献

- [1] 邓倩. 内容电商与传统电商的比较研究[J]. 财会学习, 2019(31): 212-213.
- [2] 彭文婷. 社交电商平台法律监管制度研究[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 西南政法大学, 2021.
- [3] 郭小聪. 政府经济学[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2003: 51-52.
- [4] 田原. 电商平台监管法律制度研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 中国社会科学院研究生院, 2017.
- [5] 马晨焜. 电商虚假宣传的法律规制研究[D]: [硕士学位论文]. 太原: 山西大学, 2024.
- [6] 王瑞贺, 杨洪灿. 中华人民共和国反不正当竞争法释义[M]. 北京: 中国民主法制出版社, 2017: 43.
- [7] 刘艳红. 积极预防性刑法观的中国实践发展——以《刑法修正案(十一)》为视角的分析[J]. 比较法学研究, 2021(1): 62-65.
- [8] 刘佳音. 平台虚假销售行为的刑法规制[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北方工业大学, 2024.
- [9] 宋燕妮. 《中华人民共和国电子商务法》精释与适用[M]. 北京: 中国民主法制出版社, 2018.