

电子商务平台经营者责任认定的法治化完善

桂明霞

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年5月9日; 录用日期: 2025年5月23日; 发布日期: 2025年6月19日

摘要

电子商务的发展日益蓬勃, 电子商务平台经营者在市场经济发展过程中的地位日益重要。但是目前对于电子商务平台经营者法律责任的认定方面存在着许多问题, 这些问题的产生影响了市场秩序和消费者的权益, 本文聚焦于电子商务平台经营者责任认定完善展开研究, 从电子商务平台经营者责任认定的理论基础出发, 包括过错责任、连带责任等方面, 剖析了目前在认定电子平台经营者责任方面的困境与问题, 如, 法律法规模糊, 责任界定问题、举证与证据层面的问题等。接下来对这些问题提出相应的解决建议, 旨在推动电商行业的健康发展。

关键词

电子商务平台, 法律责任, 法治化

Improvement of the Rule of Law in the Determination of Liability of E-Commerce Platform Operators

Mingxia Gui

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: May 9th, 2025; accepted: May 23rd, 2025; published: Jun. 19th, 2025

Abstract

The development of e-commerce is becoming more and more prosperous, and the status of e-commerce platform operators is becoming more and more important in the process of market economy development. However, at present, there are many problems in the determination of e-commerce platform operators' legal responsibility, and these problems affect the market order and consumers' rights and interests. This paper focuses on the research on the determination of e-commerce platform

operators' responsibility to improve the study, and from the theoretical basis of the determination of e-commerce platform operators' responsibility, including fault liability, joint and several liability, etc., it analyzes the current dilemma and problems of determining the responsibility of e-platform operators, such as the ambiguity of laws and regulations, the problem of defining responsibility, and the problem of proof and evidence. Next, it puts forward corresponding solutions to these problems, aiming to promote the healthy development of the e-commerce industry.

Keywords

E-Commerce Platform, Legal Responsibility, Legalisation

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. 电子商务平台经营者责任认定的理论基础

(一) 电子商务平台经营者的概念与特征

按照《电子商务法》的规定，电子商务平台经营者指的是在电子商务活动里，为交易双方或多方给予网络经营场所、促成交易撮合、进行信息发布等各类服务，让交易双方或多方能够独立开展交易活动的法人组织或者非法人组织。根据概念可知其具有以下特点：一是为交易双方搭建了网络经营场所，提供交易的虚拟空间；二是制定交易制度，规范交易行为；三是并不直接参与到交易当中，仅提供相应服务和管理。如淘宝、美团等电商平台，它们为诸多商家和消费者提供了可交易平台，并且详细地制定了商品上架、交易、退换货等的流程规则，本身没有销售商品，这是电子商务平台经营者最为典型的特征。

平台经营者与平台内经营者的概念并不相同，平台内经营者的具体含义是通过电子商务平台提供服务或者销售商品的主体，它直接参与到交易当中，属于交易中的一方，而平台经营者主要是在其与消费者进行交易过程中提供服务和管理的主体。平台经营者也不同于网络服务提供者，网络服务提供者是指提供网络接入、服务器托管等基础服务的主体，两者概念具有重叠，又有区别。重叠之处在于，为了实现电子商务平台的交易功能，平台经营者必然要向平台用户提供网络传输、缓存、储存、搜索定位等网络服务，否则无法保障信息的顺畅流转和交易的顺利开展。但相较而言，电子商务平台所提供的服务更广，具有多样性和增值性的特征[1]。

(二) 责任认定所涉及的相关法学理论

1、过错责任原则

依据《电子商务法》第二十七条、三十八条第二款的规定，平台经营者需履行资质审核、安全保障等义务。平台经营者有义务对入驻商家或者服务提供者的资质进行严格审核以及保障交易安全。若电商平台经营者未能履行应尽义务而导致损失发生，那么其理应承担相应责任。从侵权责任层面分析，平台经营者在资质审核和安全保障义务方面存在不作为的情况，这种侵权责任应划归至过错责任原则的范畴。

依据《民法典》第一千一百五十六条规定，电子商务平台经营者承担侵权责任需满足以下条件：一是，平台经营者违反法定义务。若平台经营者未履行或未全面履行相关义务，极有可能要承担侵权责任。二是，消费者在平台上遭受损失。要确定存在侵权责任意义上的损害，必须有客观的损害事实，涵盖经济损失、人身损害以及精神损害等方面。三是，平台经营者主观存在过错。通常，判定电子商务平台主观过错时，主要有以下两种情形：其一是“知道或者应当知道”；其二是“侵犯了法定的注意义务”。若

电商平台经营者主观上对商品服务的侵权性存在明知或应知，却放任不管，这类主观认知属于故意范畴。当平台内经营者提供的商品关乎个人健康时，若电商平台经营者不依法履行审核义务或保障义务，同样应认定其主观存在过错。四是，平台经营者的相关行为与消费者的损害之间存在因果联系。即当平台经营者未履行相应义务致使消费者权益受损，即便客观上平台没有直接实施侵害行为，但消费者遭受的损害与平台的不作为存在法律上引起与被引起的关系。

过错责任中涵盖了过错推定原则。根据《民法典》第一千一百六十五条第二款规定，对于过错推定原则的适用有着严格限制，法条明确表述为“依照法律规定”。也就是说，只有当法律做出明确、具体的规定时，才能够适用过错推定原则。基于这一前提，举证责任从被侵权人处转移，举证义务转嫁给侵权人承担。该结论契合无过错责任原则排除适用的理论基础，在当前的法律体系下，针对平台经营者违反法定义务这一情形，并没有特别的法律规定来支持适用过错推定原则。所以，就目前而言，过错推定原则不能作为判定平台经营者违反法定义务时的归责原则。

2、连带责任原则

连带责任是指无论行为人在主观上是否存在过错，只须其行为与损害结果之间存在因果关系，就必须承担相应的侵权责任。关于平台经营者在哪些情形下需要承担连带责任，《电子商务法》《食品安全法》《消费者权益保护法》等多部法均有相关规定。在《电子商务法》里，第三十八条清晰表明，倘若电子商务平台经营者知晓或者理应知晓平台内经营者所销售的商品，或是所提供的服务，不符合保障人身、财产安全的标准，又或者存在其他侵害消费者合法权益的行为，却没有采取切实有效的措施，那么便要依法和该平台内经营者一同承担连带责任。第四十五条规定，要是平台经营者明知平台内经营者存在侵犯他人知识产权的情况，却没有积极主动地采取有效举措，同样应当承担连带责任。《食品安全法》第一百三十一条第一款对平台经营者的责任作了专门的规定，即平台经营者只有在未对平台内经营者进行实名登记、审查许可证，或者未履行报告、停止提供网络交易平台服务等义务时，承担连带责任^[2]。另外，《消费者权益保护法》第四十五条第二款、第三款以及《广告法》第五十六条第二款都明确规定，倘若涉及关系到消费者生命健康的商品或者服务的虚假广告，并且该广告造成了消费者损害，那么广告经营者、广告发布者、广告代言人以及其他对其进行推荐的人，都应当和广告主共同承担连带责任。

通过对上述法条的梳理可知，平台经营者在承担连带责任时主要有以下三种情况：首先是基于共同侵权行为的所需承担的连带责任。如果平台经营者与平台内经营者存在共同故意或者过失，导致消费者或者第三方权益受损，二者需要承担连带责任。例如，平台明知商家所销售的产品是假冒伪劣的，却仍为其提供便利条件，导致消费者因此权益受损；然后是基于帮助行为所需承担的连带责任。平台经营者若是为平台内经营者的侵权行为提供帮助，就可能构成帮助侵权，例如平台内经营者收到知识产权权利人的侵权通知后，并没有立即采取合理措施，导致侵权行为持续或扩大，这时，平台的行为构成帮助侵权；最后是违反安全保障义务所需承担的连带责任。平台经营者作为网络交易场所的管理者，对平台上的用户负有安全保障的义务。当平台未尽到安全保障义务时，平台应承担连带责任。如平台未履行交易安全义务，导致支付系统出现漏洞被黑客利用，消费者资金被盗，平台需与盗刷者承担连带责任。

3、安全保障义务理论

安全保障义务是指因某种社会活动可能对他人带来一定危险之人，应对其尽到合理的注意，在危险发生前采取一切合理措施防止其发生，以及在危险发生后予以补救，从而尽可能地避免损失的扩大的义务^[3]。这一理论借鉴自德国的“交往安全义务”。依照德国侵权法律，从法律层面看，危险源的开启方或维持方必须落实必需的保护手段，防范他人遭受损害，早期该理论仅在交通安全领域实施，但随着类似案件数量增长，适用范畴逐步拓宽，应用边界持续向外部领域拓展。

《民法典》划定的安全责任主体范围包含公共场所管理单位及群众活动策划单位，《民法典》涉及

公共管理者等主体违反安全义务需担责的条文，该规则能否拓展至电商平台领域？关键在于分析两者的责任构成特征是否本质趋同，以及责任限度与轻重程度是否类似，较公共管理实施主体而言，在线平台运营者需承担额外的秩序维护职能，其对交易活动的干预深度与覆盖范围均超越场所管理人。首先平台经营者对于平台内经营者的直接侵权行为提供了必要的条件，其次平台经营者对于平台内经营以及其所开展的业务具有一定的管控力，最后平台经营者直接或者间接通过平台内经营者的经营行为而获利^[4]。综合前文分析，电商平台方需要担负起更严格的安全保障义务。

平台方应落实的安全保障义务范畴，主要聚焦于以下四类：其一是保障网络安全的义务。一方面平台经营者有责任保障平台运行所依赖的服务器、网络设备等硬件设施的安全，另一方面平台经营者收集了大量用户和商家的个人信息、交易数据等敏感信息，必须采取严格的数据保护措施；其二是保证交易安全的义务，首先平台经营者应当对入驻商家的信息和用户进行严格的身份审核，确保其提供的是真实有效的信息，其次对于平台来说保障支付安全是其重要职责之一，最后平台应当规范整个交易流程，确保交易的公平、公正、透明。其三是确保商品和服务质量的安全。平台虽然不是商品的直接生产者，平台有责任对平台上所销售的商品质量和所提供的服务进行监督；其四是，保障信息内容安全。平台要对商家发布的广告和宣传的内容进行审核，确保其真实、合法，不含有虚假、误导性的信息或是侵犯他人知识产权的内容，此外平台还应当采取有效措施防止平台上出现违法有害的信息，比如淫秽、暴力、恐怖等内容，以及侵犯他人名誉权、隐私权等信息。

2. 电子商务平台经营者责任认定的困境与问题

(一) 法律法规宽泛

现行法律法规对平台经营者责任的具体界定，主要依据《民法典》《电子商务法》及《消费者权益保护法》的条文，某些条文内容呈现出概括性强而具体性弱的特点，在实际执行环节里，存在语义模糊风险，核心争议聚焦于三处：其一是，当前缺乏对平台经营者主观过错的清晰界定。当前法律依据平台经营者客观层面的侵权表现裁量，以判定侵权事实，从主观维度看，单纯采用“知道或应当知道”这一判断依据，现行规定未能提供充分明确的指引，法官在类似案件审理阶段，对“应当知道”的界定存在理解偏差。实务中存在法院主张，经营者对平台内全部数据具有“应当知道”的认知义务；也有法院认定，需消费者主动要求平台实施法律职责时，相关数据信息才构成平台经营者“应当知道”的范畴，实务中的理解分歧，引发各法院对相似案件的判决结果不一致。

其二是，《电子商务法》规定的“相应责任”并未对其涵义进行具体说明。依据《电子商务法》第三十八条第二款的规定，对于关系到消费者生命健康的商品或者服务，平台经营者承担相应的责任。在对“相应的责任”进行理解时，出现了不同的观点。突出观点有：首先是认为相应责任不仅包括民事责任，还包括行政责任和刑事责任；其次是认为相应责任属于民事责任，可能是连带责任，也可能是按份责任，还可能是按份责任^[5]；最后是认为相应责任就是相应的补充责任^[6]。由于对“相应责任”理解不同，法官缺乏明确指引，从而导致自由裁量权过大，同案不同判的现象时常发生。

从现实层面看，平台经营主体的审核义务标准存在模糊地带，依照《电子商务法》条款，与消费者生命健康相关的商品服务需接受平台审核，重点核查平台内经营者提交的身份证明及相关材料的真实有效性，并有义务实时更新备案资料，但确认手段未形成统一要求，平台对仅采用官方数据验证的方式存疑，必须由发证机关人工审核验证，考虑到资质文件本身具有时效更替属性，诸如业务领域变动、资质证书续签等变化，然而对资质更新及复查的频率未作清晰界定。因法律未设定平台对普通商品的强制审核要求，实践中易引发部分经营者信息核验不力的问题，网络平台呈现明显的开放性，且平台商品及服务规模可观，司法裁决往往对平台责任采取宽松态度，但若长期维持，平台最终或将损害消费者的合法

权益。

(二) 责任界定不明

在平台经济模式下，一个明显的特点就是所涉及到的主体是较多的，包括平台经营者、平台内经营者、消费者以及第三方服务提供商等。平台内各主体角色并非是完全独立的，存在着大量的重叠和交叉，当出现纠纷时，责任分配面临着诸多的问题和困境，使得责任难以界定。如在关系到商品质量时，平台虽对其负有审核和监管的义务，但是平台在面临商家复杂的生产和供货环节，难以做到全面把控。一旦商品出现质量问题，一时难以判断出是平台审核问题，还是因为商家存在可以隐瞒的情况，进而导致双方互相推诿，致使消费者的权益难以得到保障。

在广告宣传方面，更是涉及到多方主体，如广告经营者、广告发布者、商家等，平台对于商家的广告内容肩负一定的管理责任，但是商家采取一定的隐蔽手段进行虚假宣传，平台难以做到完全察觉和有效制止，这使得责任归属难以明确。

在消费者层面，消费者与平台之间的关系并不平等，平台在交易中处于优势地位，消费者则处于劣势。一些平台为了减轻自身的责任，往往会采取制定一些不合理的格式条款，从而加重消费者负担，限制消费者的退换货权利，并且设置复杂繁琐的投诉和维权流程。在责任认定过程中，消费者与平台信息不对称，消费者难以获取证据，责任认定结果可能会对消费者不利，从而导致消费者权益难以得到保障。

(三) 举证困难

我国法律并无针对消费者权益保护诉讼的专门举证规则^[7]。因此当消费者合法权益受损提起诉讼时，适用《民事诉讼法》成为必然逻辑。一般而言，谁主张谁举证是民事诉讼法规定的基本举证规则，减轻或者免除举证规则属于特别的和例外的规定^[8]。此外最高人民法院的司法解释要求“权利受到妨害的当事人”对“权利受到妨害的基本事实承担举证证明责任”，在消费者保护之诉中，也意味着消费者承担举证责任^[9]。电子商务交易大都是通过网络进行交易，交易记录、聊天记录等电子数据容易被篡改或者销毁。当消费者发现自己的权益受损时，可能会因为缺乏专业知识和技术手段，无法对证据进行有效固定。不仅如此，平台经营者和商家都掌握着交易信息和技术，消费者想要获取证据面临着许多的阻碍，这使得消费者在责任认定过程中处于不利地位。

我国现阶段在电子证据方面的立法是从具有较高效力的基本法律到法阶较低的地方性规范，全面覆盖^[10]。但是这些法律之间并未形成体系，也并未解决电子证据的可采性和证明力的特点。由于电子证据具有易损性、高技术性、分散性与连续性等特点使其在真实性、关联性、合法性的认定上存在难度。不同地区、不同法院对于电子证据的可采性标准并不相同，有的法院对于电子证据的形势要求较为看重，而有的则侧重于证据的实质内容。这种不统一的标准导致在类案中，不同法院可能做出不同的责任认定结果。

(四) 监管与执行不足

目前，我国针对电子商务平台经营者责任认定的监督，已经陆续出台了一系列法律，如《电子商务法》《网络交易监督管理办法》等，为监督提供了有力的证据。不仅如此，为了提升监管效能，各监管部门之间已经形成了协同监管的格局。由市场监管局牵头，联合工信部、公安部、网信办等部门，建立了常态化的协同管理机制。虽然对于电子商务平台责任认定的监管力度在不断加强，在多个方面都取得了不错的成绩，但也面临着一些挑战和问题。

由于电子商务所涉及的部门较多，从而导致监管主体众多，在职责划分上出现模糊地带。市场监督管理部门、网信办、工信部等部门在实际工作中，有协调不足、多头管理或者是管理空白的情况。比如电商平台上出现虚假宣传的行为，市场监督管理部门注重于对商品或者服务本身的真实性进行监督，但是网信部门侧重于对传播内容合法性的关注，这就可能导致在处理具体案件时，两个部门之间有重复监

管或者互相推诿的情况，影响监管效能。另外电子商务发展迅速，平台数量以及交易规模都呈现急剧增长，监管任务不断加强。然而，监管部门的人力、物力等资源有限，难以应对日益增长的监管需求，面临着人员短缺、专业技术人才匮乏、执法装备落后等问题。在这种情况下，社交电商、直播带货等新业态的不断涌现让监管的复杂性和难度更进一步。

即便对平台经营者的责任进行了认定，在执法环节也存在着一些问题。一方面有一部分监管部门在执法过程中具有畏难情绪，针对一些有影响力的电商企业或者大型的电商平台，担心执法会影响到当地的经济或者引发社会舆论压力，导致执法力度不够，对于违法违规行为的惩处并未到达该有的威慑力。另一方面，执法手段有限，对于拒不履行的电商经营者，除了罚款等传统处罚手段外，缺乏有效的制约手段，很难保证责任得到切实履行。

3. 电子商务经营者责任认定的法治化完善的建议

(一) 细化法律法规

必须对平台经营者的主观过错程度进行明确区分，鉴于“知道或应当知道”的表述存在模糊空间，会引发事实相近案件裁判分歧，因此在法律层面，要进一步完善平台经营者主观过错的界定标准，如何认定“应当知道”的情形，可选取两个维度展开讨论：若平台存在违反法定义务的安全疏漏或审核缺失，则其主观认知可归入“应当知道”领域。按《电子商务法》的规范要求，平台需对入驻商家的相关信息履行审核义务，若商户在平台发布虚假内容，事实表明平台未能有效执行其法定义务，主观上确有过失，应当承担相应义务，消费者向平台经营者完成通知发送后，若平台经营者接到通知后，未按规定时限采取关键行动，又或未落实信息公示要求，主观过错由此可认定。

规范责任的具体实施，应当区分“相应的责任”与行政刑事责任的不同范畴，从既有法律传统出发，民事立法中普遍采用的“相应的责任”表述与此处用法完全吻合，从总则到侵权责任编，《民法典》各组成部分均采用这一标准表述，《民法典》第一百七十七条、一千一百七十二等条款均采用了责任这一法律概念，并均归属于民事责任范畴。将《电子商务法》第三十八条第二项“相应责任”扩大解释至行政及刑事责任范畴，同立法惯例相左。

需从分类角度解析“相应责任”的涵义，该情形之一可归为连带责任，平台经营者违反法定义务的行为与平台内经营者侵权相结合造成消费者损害的情形，此种情形双方构成连带侵权，平台经营者须与其他侵权方连带担责；其二表现为补充责任的形式。我国法律框架下，补充责任采用顺位承担机制，即出现首要责任方赔付能力不足时，由补充责任人进行承担，假设平台经营者的失误仅直接导致消费者风险阈值上升，平台经营者虽已尽责但损害结果依旧出现，需进行补充性赔偿。最后界定的“相应责任”与责任分摊具有不同内涵，按份责任构成所需的“行为”要素，限定于“作为”范畴，即通过积极作为实施的侵害，将不作为排除在外，电子商务法第三十八条第二款将“安保义务缺位”和“审核疏漏”明确界定为不作为。

要细化平台经营者在审核义务方面的标准要求，可实施形式审核与实质审核相结合的审查制度，所谓的形式审查，基本工作是对入驻商户的登记文件、身份验证、许可资质做完备性检查，实质性审核则需符合前述要求，且要求报送材料真实可信。对平台技术可实现的健康相关商品服务资质审查内容，平台应承担真实有效的审核职能，从法律制度的整体协调性切入，财产权益的维护构成《电子商务法》第三十八条第一款的核心内容，规定平台对此类情形承担连带责任；生命健康权益是本条款的主要保障对象，针对该情况平台担“适当责任”，从逻辑结构层面看，若消费者的生命健康遭受损害，平台所承担的责任明显不足，如此安排显然与健康权优先的现代法治价值理念存在冲突，与消费者生命安全相关的商品及服务，平台必须落实实质性的审核义务。

(二) 明确责任界定

立法机关应当细化关于明确平台经营者和平台内经营者在商品品质方面的责任界定的相关法律法规。对于平台来说，应当规定详细的审核和监管义务标准与范围，例如可以要求平台定期对商家商品进行抽检，明确抽检的比例和方式；规定平台在知晓商品质量问题后的处理时限和具体措施等。对于平台内经营者，要明确其对于商品质量的首要责任，包括生产、采购、销售全过程的质量把控义务。当商品出现质量问题时，便可依据这些明确的标准具体判断责任归属，避免双方出现互相推诿的情况。

针对广告宣传设计多方主体的情况，强化平台监管义务和技术手段，要求平台建立商家准入审核机制，对商品质量、广告内容进行动态监测。相关部门可以明确规定平台对商家广告内容的深度和广度进行审查，如可以要求平台对广告中的关键信息进行核实，对可能存在误导消费者的内容进行额外的提醒。对于商家采用隐蔽手段进行虚假宣传的情况，可以建立“平台首问负责制”，要求平台先行处理纠纷，再向责任方追偿，避免推诿。同时，加大对虚假宣传行为的惩处力度，提高违法成本。

对于如何更好保障消费者权益方面。首先平台应当制定公平合理的运营规则，杜绝不合理的格式条款。简化消费者退换货流程，明确退换货条件及时限，以此保障消费者合法权益。不断优化投诉和维权流程，提供便捷的投诉渠道，确保消费者的诉求可以得到及时的回复。另外，平台应加强信息披露，向消费者公开平台内经营者的详细信息，包括资质证书、经营状况、信用评价等，在交易过程中，及时向消费者提供商品或服务的关键信息，避免信息不对称。同时鼓励消费者通过合法途径主动收集证据。

(三) 规范举证与证据

鉴于消费者在电商交易中处于弱势地位，举证是维权路上的一大阻碍。因此，建立电子证据保全制度刻不容缓。可以发展第三方电子证据存证机构，这些机构可以凭借着专业的技术和规范流程，为消费者提供便捷、可靠的证据保全服务。例如消费者在进行重要交易时，可以通过这类机构对交易界面、对话记录等关键信息进行实时保全，确保证据的原始性和完整性。同时可以强制要求平台和商家在交易中自动留存关键信息。平台和商家不仅要留存，还应当保证信息的完整性和真实性，以防信息被篡改或者丢失。另外，应赋予消费者在合理范围内获取平台和商家相关信息的权利。在很多情况下，消费者掌握信息寥寥无几，若要维权成功就需要掌握更多的关键信息。如消费者有权要求平台经营者提供商家的真实身份信息、联系方式等，以便在维权时能够顺利收集到证据。

关于电子证据应当统一其认定标准。电子证据因其特殊性，在认定过程中容易引发争议。明确电子证据的真实性、关联性和合法性认定标准，是司法公正的关键。对于真实性，应当从证据的生成、存储、传输等环节进行审查，判断其是否被篡改或是伪造；关联性方面，需确定电子证据与案件事实之间是否存在实质性的联系；合法性则着重审查证据的收集方式是否符合法律规定。此外，规范电子证据的收集、提取、保存和出示程序同样重要。各方在诉讼过程中务必按照统一标准提供和质证电子证据，避免因程序不当导致证据证明力受到质疑。最后，应当对法官进行系统培训，提高法官对电子证据的审查判断能力，使其能够准确把握电子证据的特性和认定要点，以确保在不同地区、不同案件中，电子证据的认定标准一致，做到司法公正。

(四) 加强监管与执行

首先建立健全电子商务监管协调机制，明确各监管部门的职责分工，避免职责交叉和空白通过制定详细的监管职责清单，明确各部门在电商准入、经营行为监管以及消费者权益保护等方面的具体职责。同时各部门之间应当加强信息共享和协同执法，建立定期沟通会议制度和联合执法机制等，针对电商违法案件，可以组织开展联合行动，形成监管合力。

其次是加大对监管技术研发的投入，推动大数据、区块链、人工智能等新兴技术应用于电商监管领域。通过大数据分析手段，对电商交易数据展开实时监测与分析，以便迅速察觉异常交易行为以及潜在

风险；运用人工智能对电商平台内容进行智能审核，以此提高监管的效率和精准性；灵活利用区块链确保电商交易数据不可篡改和真实性，为监管提供可靠的数据支持。另外，还可以探索建立电商信用监管体系，通过对平台经营者的信用评级和分类管理，实施差异化监督，一方面可以节约监管资源，另一方面可以提高监管效率。

最后加强对电商违法违规行为的惩处力度。除了传统的罚款、吊销营业执照等处罚行为，还可以借鉴实行限制从业、列入失信名单等更为严厉的惩处方式，对违法经营者形成威慑。同时，加强执行保障措施，建立健全执行联动机制，与金融机构等部门合作，对拒不履行责任的平台经营者在融资贷款等方面进行限制，确保责任认定结果能够得到有效执行。

4. 结语

综上所述，平台经营者责任认定法治化完善意义重大且刻不容缓。目前，电商行业发展日新月异，新的问题不断出现，只有加快推进法治化完善，才能让平台运营合规、监管有力、消费者权益得到保障。从理论层面看，法治化完善有助于填补法律漏洞，消除法律冲突，使电子商务领域的法律更加协调统一。面向未来，技术变革与商业模式的不断创新将会带来更多的问题与挑战，法治化建设需紧跟时代的脚步，既要关注新技术应用，更要实时更新法律规则。

平台经营者责任认定的法治化完善是一个动态持续的过程。只有不断适应发展的需求，强化法律各环节建设，才能营造规范有序的电商市场环境，保障各方权益，达成促进社会经济高质量发展的目标。

参考文献

- [1] 郑佳宁. 电子商务平台经营者的民事责任规范进路[J]. 学术研究, 2024(9): 57-66+177.
- [2] 武腾. 电子商务平台经营者的侵权责任[J]. 法商研究, 2022, 39(2): 103-115.
- [3] 王利明. 民法总论[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2015: 126.
- [4] 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.
- [5] 王道发. 电子商务平台经营者安保责任研究[J]. 中国法学, 2019(6): 282-300.
- [6] 杨立新. 电子商务民事责任之立法基础与基本规则[J]. 甘肃社会科学, 2019(1): 100-107.
- [7] 李适时. 中华人民共和国消费者权益保护法释义[M]. 北京: 法律出版社, 2013: 93.
- [8] 宋建立. 推荐算法运用下的平台义务与责任[J]. 法律适用, 2024(7): 13-23.
- [9] 肖顺武. 论消费者权益保护法的谦抑性[J]. 法商研究, 2019, 36(5): 147-158.
- [10] 张楚. 电子商务法[M]. 第3版. 北京: 中国人民大学出版社, 2011: 278.