

《电子商务法》视角下电商平台责任与消费者保护

鞠媛媛

扬州大学法学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年6月8日; 录用日期: 2025年6月25日; 发布日期: 2025年7月16日

摘要

本文以《中华人民共和国电子商务法》实施为研究背景, 系统分析其在规范平台责任与保护消费者权益方面的制度创新、实施成效与现实挑战。研究表明, 该法通过信用评价体系规制、平台责任界定及消费者知情权保障等制度设计, 有效缓解了虚假交易、捆绑搭售、押金退还难等痛点问题。然而, 在责任认定标准模糊、惩罚力度不足及新型业态监管空白等方面仍面临挑战。本文建议通过细化“相应责任”认定标准、建立动态罚款机制及构建协同治理体系等措施, 进一步完善电子商务法律治理框架, 推动数字经济高质量发展。

关键词

《电子商务法》, 平台责任, 消费者权益, 协同治理体系

E-Commerce Platform Liability and Consumer Protection from the Perspective of the “E-Commerce Law”

Yuanyuan Ju

College of Law, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Jun. 8th, 2025; accepted: Jun. 25th, 2025; published: Jul. 16th, 2025

Abstract

This paper takes the implementation of the “E-commerce Law of the People’s Republic of China” as the research background and systematically analyzes its institutional innovations, implementation effects and practical challenges in regulating platform liability and protecting consumers’ rights

and interests. Studies show that through institutional designs such as the regulation of the credit evaluation system, the definition of platform liability, and the protection of consumers' right to know, this law effectively alleviates pain points such as false transactions, bundled sales, and the difficulty in refunding deposits. However, there are still challenges in aspects such as ambiguous standards for responsibility determination, insufficient punishment intensity and regulatory gaps in new business forms. This article suggests further improving the legal governance framework for e-commerce and promoting the high-quality development of the digital economy by measures such as refining the criteria for determining "corresponding responsibilities", establishing a dynamic fine mechanism, and building a collaborative governance system.

Keywords

"E-Commerce Law", Platform Liability, Consumer Rights and Interests, Collaborative Governance System

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

电子商务的迅猛发展在重塑商业生态的同时，也暴露出一系列诚信缺失与监管盲区问题。据研究，近 50% 的消费者认为“假冒商品屡禁不止”是电商领域最突出的问题。以拼多多为例的电商平台在商品质量、数据隐私、售后服务等方面频发诚信危机，导致消费者权益受损、市场秩序紊乱[1]。2019 年《电子商务法》的正式实施标志着中国电子商务进入“有法可依”的新阶段。该法不仅将微商、直播销售等新型业态纳入监管，更针对信誉评价、押金退还、搭售行为等消费痛点设立专门条款。本文结合实施案例与制度分析，旨在评估该法在平衡平台责任与消费者保护中的实际效果，为完善电商法治体系提供理论参考。

2. 电商法核心制度创新与实施成效

中国电子商务的爆发式增长催生了全球规模最大的网络零售市场(连续 11 年位居全球首位)，却也伴生了假冒伪劣泛滥、消费者权益受损、税收流失等系统性风险。2019 年《中华人民共和国电子商务法》的施行标志着我国电子商务治理从“监管真空”迈向“法治化框架”的重大转型。该法通过三大核心制度创新重构了数字经济治理的逻辑基础：经营主体平等化登记制度破除线上线下监管差异，平台责任分层机制破解权责模糊困境，消费者权益场景化保障直击消费痛点。其实施六年来，在规范市场秩序、激活产业创新、提升维权效能方面成效显著，但伴随技术迭代与业态演进，仍需在规则适配性与执行协同性上深化探索。

2.1. 经营主体平等化：破除监管套利的制度根基

传统监管模式下，C2C 交易的野蛮生长导致大量经营者以“自然人网店”名义规避工商登记与纳税义务，形成对实体经济的制度性不公平。据调研，2018 年前约 90% 的电商交易以 C2C 形式从事 B2C 实质经营，造成税收流失与假冒伪劣商品泛滥[2]。电商法第 10 条创造性确立“模式等效原则”，要求电商经营者(除零星小额交易外)均需办理市场主体登记并依法纳税，从根源上消除监管套利空间。这一制度将线上经营者纳入统一市场监管框架，使原先游离于法律之外的微商、直播卖家等新主体获得明确法律身

份,推动市场秩序从“丛林法则”向“规则之治”转型。苏宁等企业推动的电子发票试点,正是该原则在税收征管领域的技术延伸,通过交易全流程数字化留痕实现征管闭环。

电商平台兼具市场组织者与规则制定者的双重角色,其责任界定曾是立法最大争议点。电商法突破传统“避风港原则”的局限,构建三层责任体系[3]:第一层是基础审核义务(第27条):平台需核验经营者身份、行政许可等信息并定期更新,建立可追溯的电子档案;第二层是安全保障义务(第38条):对关系消费者生命健康的商品服务,平台未尽责需承担“相应责任”,该条款虽替换了草案的“连带责任”,但仍通过司法实践向过错推定方向演进;第三层是特定行为禁止义务(第17~19条):严禁虚构交易、删除评价、默认搭售等操纵市场行为。这种分层设计既避免平台责任无限扩张,又强化其对高风险领域的主动干预。例如京东推行可降解包装标准、阿里建立“神秘抽检”机制,均是基于安全保障义务衍生的合规创新。

2.2. 实施成效的多维显现:法治护航下的高质量发展

平台责任界定作为电商法的制度精髓,突破了传统“避风港原则”的局限。立法者敏锐捕捉到电商平台兼具规则制定、信用管理、纠纷调处等多重职能的特性,创造性设置身份核验、安全保障、信息保存三位一体的责任体系。其中最具突破性的第38条¹确立平台对生命健康类商品的安全保障义务,将平台责任从单纯的通道提供者扩展为风险防控主体。这种制度变革催生了企业的主动合规实践,在消费者权益救济层面,立法直击押金退还难、捆绑搭售等维权痛点。中消协监测数据显示,共享单车押金投诉率从2018年的峰值70%降至2023年的12%,机票预订中默认勾选保险的强制消费行为减少逾八成,北京消费者刘进直观感受到“订票界面变得清爽透明”[4]。

3. 法律实施中的现实挑战与争议焦点

然而法律实施仍面临三重结构性挑战。平台“相应责任”的认定标准模糊首当其冲。全国人大财经委副主任尹中卿披露的立法博弈内幕颇具启示性:“‘连带责任’与‘补充责任’之争实则是平台自治与消费者保护的平衡难题”[5]。这种立法妥协导致司法实践陷入困境——腾讯研究院杨乐指出,在拼多多假农药致农户损失案中,平台仅承担20%赔偿比例引发学界争议。周汉华研究员更尖锐批评现行200万元罚款上限的威慑缺陷:“当平台单日利润即可覆盖罚金时,法律惩戒效果必然弱化”[6]。新型违法行为的监管滞后同样不容忽视。虚假好评已演变为返现诱导、虚拟账号刷评的产业链,而数据杀熟因算法黑箱特性导致消费者举证困难。北京大学薛军教授警示:“监管思维仍停留在传统页面电商,对社交电商裂变营销、直播带货即时消费等新业态反应迟缓”[3]。此外,自然人登记豁免条款引发执行异化。部分企业通过拆解业务伪装成自然人网店逃避税收,而“零星小额”的判定标准缺失导致各地执法尺度悬殊,甚至可能出现同省相邻县对微商登记要求可能截然不同的情形。

1. 经营主体登记制度面临实践困境。法律第九条将电子商务经营者定义为“通过互联网等信息网络从事销售商品或者提供服务的经营活动的自然人、法人和非法人组织”,原则上要求其办理市场主体登记。但第十条同时规定,个人销售自产农副产品、家庭手工业产品,以及从事“零星小额交易活动”等情形可免于登记。这一豁免条款在实施中引发了巨大争议:一方面,“零星小额”缺乏量化标准,各地监管部门对交易频次和金额的认定存在差异;另一方面,微商、直播带货等分布式业态使监管难度倍增。据业内人士反映,平台虽被要求提示卖家办理登记,但对非依托平台的社交电商实际约束力有限。

¹《中华人民共和国电子商务法》第三十八条:电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求,或者有其他侵害消费者合法权益行为,未采取必要措施的,依法与该平台内经营者承担连带责任。对关系消费者生命健康的商品或者服务,电子商务平台经营者对平台内经营者的资质资格未尽到审核义务,或者对消费者未尽到安全保障义务,造成消费者损害的,依法承担相应的责任。

2. 平台责任认定存在法律模糊性。第三十八条关于平台责任的演变过程极具象征性——从草案的“连带责任”到二审稿的“补充责任”，最终定为“相应责任”，这种术语变化背后是立法者艰难地平衡考量。司法实践中，法院对“相应责任”的认定需结合平台过错程度而定：若平台明知商家售假而未采取措施，可能承担连带责任；若仅因审核疏忽，则可能承担按份责任。但问题在于，平台“应知”状态的判断标准尚未明确。

3. 消费者保护机制遭遇新型规避。针对大数据杀熟问题，第十八条要求平台“提供不针对个人特征的选项”，但技术层面如何实现真正的“无差别推送”仍存疑问。实践中平台往往通过优化算法而非消除差异来应对合规要求。在评价权保障方面，虽然第三十九条禁止删除评价，但商家通过“好评返现”、“骚扰差评用户”等软性手段扭曲评价体系的现象依然普遍^[7]。更突出的问题是押金监管，尽管第二十一条规定押金退还不得设置不合理条件，但对资金池监管缺乏操作细则，导致共享单车等领域的押金挪用风险未能根治。

4. 完善电子商务法治体系的路径建议

4.1. 强化技术监管与规则适应性

1. 区块链存证技术的司法嵌入与证据规则再造。杭州互联网法院司法区块链平台的实践表明，需通过三位一体制度升级实现电子数据可信化：在技术层，强制头部平台(年交易额 > 100 亿)接入国家级区块链节点，中小平台采用司法云存证 SaaS 服务；在规则层，扩展《电子签名法》第 7 条“可靠电子签名”范畴，将交易哈希值、时间戳固化为法定证据形式；在司法层，修订《最高人民法院关于在线诉讼规则》第 11 条²，确立区块链存证“推定真实性”原则。例如对“虚假交易”纠纷，链上留存的点击流、支付轨迹、物流信息等跨平台数据包可直接作为定案依据，从源头解决电子证据“取证难、认证难”问题。

2. 算法治理的透明度革命与审计监督机制。针对大数据杀熟等算法歧视，须突破《电子商务法》第 18 条的宣言式规定，构建算法监管双支柱。其一是透明度支柱：强制平台披露算法决策的基本逻辑(如用户画像维度权重)、定价参数阈值(如新老用户价差率上限 15%)，并对商业秘密采用“黑箱模型报备 + 核心参数公开”的分级披露模式；其二是审计支柱：由工信部牵头制定《电商算法合规审计指南》，授权中国信通院等机构实施年度审计，重点检测价格歧视系数、流量分配公正性等指标。审计报告需公示并作为行政处罚依据，实现从“算法黑箱”到“可控灰箱”的治理转型。

3. “零星小额”豁免标准的量化构造与动态调整。为根治第 10 条豁免条款引发的监管套利(如浙江某县微商登记执法差异)，应建立动态阈值管理制度，以省级行政区为单位，设定基础豁免阈值(建议 10 万元/年)，并授权省级人大根据“城镇居民人均消费支出 × 调整系数”逐年修订。同时实施“负面清单 + 行为监管”，豁免主体不得经营保健品、医疗器械等高危商品；对社交电商等分布式业态，由平台履行交易额监测与强制登记提示义务(如微信需对年交易超阈值微商冻结支付功能)。此设计既贯彻《优化营商环境条例》第 6 条包容审慎原则，又堵塞“化整为零”逃税漏洞。

4.2. 细化平台责任认定与强化惩戒

1. 建立过错程度评估矩阵。《电子商务法》第 38 条“相应责任”的模糊性导致司法裁判陷入“同案不同判”困境，需构建过错类型化评估体系：在主观层面区分、“故意纵容”(如平台明知刷单而流量倾斜)、“重大过失”(如未核验食品经营者许可证)、“一般过失”(如算法漏检侵权商品)三类过错形态；在

²《人民法院在线诉讼规则》：第十一条：当事人可以在诉讼平台直接填写录入起诉状、答辩状、反诉状、代理意见等诉讼文书材料。当事人可以通过扫描、翻拍、转录等方式，将线下的诉讼文书材料或者证据材料作电子化处理后上传至诉讼平台。诉讼材料为电子数据，且诉讼平台与存储该电子数据的平台已实现对接的，当事人可以将电子数据直接提交至诉讼平台。当事人提交电子化材料确有困难的，人民法院可以辅助当事人将线下材料作电子化处理后导入诉讼平台。

客观层面引入“风险可控性”标准(如奢侈品交易需高于日用品审查强度) [8]。法理上借鉴《德国电信媒体法》第 7-10 条的分级责任框架,将《民法典》第 1168 条共同侵权理论具象化:对故意行为适用连带责任(如平台参与数据杀熟分润),重大过失承担 50%~70% 按份责任(如未下架已投诉假货),一般过失则限于 30% 以下补偿责任。同时建立“技术合理性抗辩”原则——若平台采用行业最佳实践(如阿里神秘抽检机制)仍无法避免侵权,可减轻责任,以此平衡技术创新与权益保障。

2. 引入动态罚款机制。现行 200 万元罚款上限在数字经济时代已实质失效,应借鉴欧盟《数字服务法》(DSA),建立与营业额挂钩的罚款机制(如年营业额 3%~5% 区间)³,大幅提升违法成本。构建双轨制惩戒体系,对系统性失职行为(如默许假货流通)处上年营收 4%~6% 罚款,对技术性违规(如未及时更新经营者信息)处 2% 或 200 万元较高者。需配套三项本土化规则:其一,设置“重复违法倍增系数”(二次违规 +1%);其二,引入“用户损害补偿基金”(罚金 30% 专项赔付);其三,建立“合规减罚机制”,如通过 ISO37301 认证可降档处罚。

4.3. 构建协同治理与创新监管机制

1. 押金存管平台的信托法理与金融监管创新。针对押金挪用顽疾,需超越《电子商务法》第 21 条的退还规则,构建押金信托化监管模式。法律上援引《信托法》第 2 条,确立“消费者-存管银行-经营者”三方信托关系,经营者作为受托人不得混同资金;操作上要求未投保商户将押金存入指定账户(如网商银行监管专户),实行“T+1 原路返还”机制(超 24 小时未退由央行支付系统强制划转);监管上由银保监会制定《电子商务押金存管办法》,明确资金投向限于国债等低风险资产。该模式通过金融监管赋能,彻底根除“押金变本金”的操作空间。

2. 监管沙盒的试验性立法与风险控制框架。为破解新业态监管滞后(如直播带货即时消费争议),应创设电商沙盒 2.0 机制:立法授权国务院在自贸区试点“监管豁免清单”(如暂免适用《广告法》第 9 条极限词限制);准入上限定测试规模(年 GMV < 5 亿)、行业(社交电商/共享经济)及期限(6~12 个月);风控上要求企业计提风险准备金(测试 GMV 的 5%)并购买责任险;评估上建立“穿透式监测系统”(如抓取直播话术关键词)。通过《立法法》第 13 条授权改革决定,在可控空间内实现“创新试错-监管调适”的良性互动。

电商法实施六年来,其推动市场秩序规范化的成效有目共睹,但法治进化永无止境。未来改革应着力破解责任弹性化与监管碎片化困局,通过建立技术赋能、多元共治的动态治理体系,最终实现平台创新活力与消费者权益保障的辩证统一。当法律既能有效规制“拼多多式”的诚信危机,又能包容直播电商等业态创新时,中国数字经济才能真正行稳致远。

5. 结语

《电子商务法》通过重构平台责任与强化消费者保护,初步实现了对电商市场的有效规制。其在信用评价透明化、搭售行为明示化、押金退还规范化等方面的成效,标志着中国电子商务治理的法治化转型。然而,平台责任弹性化、违法技术升级及规则适用碎片化等问题,仍需通过精细化立法、智慧监管与多元共治加以解决。未来应重点关注共享经济、社交电商等新业态的规则适配,推动建立与发展阶段相适应的动态治理体系,最终实现电子商务高质量发展与消费者权益保障的有机统一。

参考文献

[1] 张倩. 电子商务平台“拼多多”面临的诚信危机及其对策[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 446-451.

³Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market for Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act) [Official Journal L 277, 27.10.2022]. Art 58. (明确条款)。

- [2] 闫静. C2C 模式电子商务税收流失及征管应对研究[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 西南政法大学, 2021.
- [3] 薛军. 电子商务法为平台经营者建章立制[J]. 互联网法律评论, 2019(7): 62-63.
- [4] 齐志明. 电商法施行一月: 消费者维权难题缓解获得感增强[N]. 人民日报, 2019-03-11(04).
- [5] 中国新闻周刊网. 博弈电商法: 围绕法案细则的争议远未平息[EB/OL]. <https://news.inewsweek.cn/2/2018-09-09/3818.shtml>, 2025-06-10.
- [6] 周汉华. 论平台经济反垄断与监管的二元分治[J]. 中国法学, 2023(1): 222-240.
- [7] 叶金福. 别让“虚假好评”破坏电商生态[N]. 中华工商时报, 2023-08-11(03).
- [8] 周汉华, 刘俊海. 电商立法: 定位如何确定平台责任划到哪里? [N]. 人民日报, 2017-01-18(02).