

电子商务平台的安全保障义务研究

陈金雅

扬州大学法学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年6月27日; 录用日期: 2025年7月11日; 发布日期: 2025年8月4日

摘要

当前正处于网络经济飞速发展的时代, 电子商务平台已经逐渐取代实体商铺成为公民日常生活消费的主要场所之一, 目前我国现行法律规范为电商平台的经营者设置了安全保障义务。从风险控制理论与报偿原理、制度演进以及消费者权益保护的角度考虑, 该义务的设置具有其正当性。但在现有法律体系中, 电商平台经营者安全保障义务的使用规范仍存在诸多缺陷。对此应当依托《电子商务法》第38条第2款的条文规定, 从消费者权益保护的角度重构电商平台经营者安全保障义务的解释论。

关键词

电子商务平台, 安全保障义务, 经营者, 消费者

Research on the Security Assurance Obligations of E-Commerce Platforms

Jinya Chen

Law School, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Jun. 27th, 2025; accepted: Jul. 11th, 2025; published: Aug. 4th, 2025

Abstract

At present, we are in an era of rapid development of the online economy. E-commerce platforms have gradually replaced physical stores and have become one of the main places for citizens' daily consumption. Currently, the legal norms in China have set security guarantee obligations for the operators of e-commerce platforms. From the perspectives of risk control theory and compensation principle, institutional evolution, and consumer rights protection, the establishment of this obligation has its legitimacy. However, in the current legal system, there are still many deficiencies in the usage norms of the security guarantee obligations of e-commerce platform operators. In this regard, the interpretation of the security guarantee obligations of e-commerce platform operators should

be reconstructed from the perspective of consumer rights protection based on the provisions of Article 38, Paragraph 2 of the “E-commerce Law”.

Keywords

E-Commerce Platform, Obligation of Security Guarantee, Operator, Consumer

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

在数字经济蓬勃发展的时代浪潮下，电子商务平台已深度融入社会生产与生活中，成为连接亿万市场主体、重塑交易模式的关键枢纽。在平台交易过程中，用户在享受便捷服务的同时，也面临着虚假商品、信息泄露、交易欺诈甚至人身安全隐患等风险，因此《电子商务法》等法律规范通过对电商平台经营者设置安全保障义务以维护消费者权益。由于电商平台的虚拟性特征，理论与实践对其承担安全保障义务的合理性以及如何建构安全保障义务的适用框架存在诸多争议。本文旨在系统探讨电子商务平台经营者安全保障义务的正当性依据、现行规范缺陷及完善路径，并对上述问题做出回应。

2. 电商平台经营者承担安全保障义务的正当性

2.1. 法理基础：危险控制理论与报偿原理

危险控制理论认为，从事特定活动或拥有特定场所的人，对该活动或场所中潜在的危险具有更强的认知和控制能力。因此，他们应当承担相应的安全保障义务，采取合理措施消除或减少危险，以保护他人的安全。电商平台通过构建虚拟交易空间主动开启了社会交往风险，为平台商家与平台用户之间提供了交易所必须的公共设施，并制定了一系列平台交易规则，对依托该平台进行的交易活动进行管控，对交易环境中的潜在危险(例如假药销售等)具有绝对控制优势。传统侵权法理论将安全保障义务的范围限定于物理意义上的“公共场所”，电商平台因其具有虚拟性特征似乎并不在承担安全保障义务的范围之内。然而，安全保障义务本质上是一种防范危险发生的义务，该责任的承担对经营活动处于的场所如何在所不问。

根据报偿原理，在经济活动中，获得利益的一方通常应当承担相应的风险。在电子商务平台的运营过程中，经营者通过对平台交易抽取手续费、对商家收取广告费等手段获取经济利益，因此，电商平台的经营者也应当积极采取措施对平台交往中的潜在风险进行防范。平台掌握大数据、AI 算法等技术工具，能低成本实施风险筛查，平台对技术工具的掌握使其承担安全保障义务具有现实可能性。

2.2. 角色转换：“共同企业”与“卖家”地位

目前，一些电商平台已经转向了复杂的盈利性企业功能与利润模式，从平台每笔交易中获得收益，并可以控制交易行为。^[1]在此背景下，电商平台已经脱离了最初所预设的“被动的、工具性的、中立的”网络服务提供者地位，其角色逐渐从市场中介服务的提供者转变为社会生产生活的管理者和组织者，^[2]从纯粹的居间服务提供者转变为了与电商平台内经营者具有共同商业目的、共享所获经济收益的另一个“卖家”。在一定程度上，可以将电商平台经营者与电商平台内经营者视为“共同企业”。如果对电商平

台经营者延续仅承担居间责任的传统责任范式，势必会导致各方权利义务的失衡，对消费者权益造成损害。平台角色的转变导致立法采取了扩张责任范围的措施，《电子商务法》第 38 条第 2 款所设立的安全保障义务，正是对这一现实的立法回应。

2.3. 利益平衡：消费者保护与实质公平

电子商务平台的安全保障义务，本质上是对其技术控制、规则控制与数据控制的必要制衡，以实现数字经济时代的分配正义与实质公平。在平台交易的过程中，平台相较于用户具有更强大的信息搜集能力，电商平台能够通过大数据预测用户的喜好，通过算法向用户推荐商品，并通过格式合同与数据垄断进一步强化优势。而用户则面临着信息差、技术依赖、维权困难等多重困境，需以安全保障义务实现对消费者的倾斜保护。出于消费者权益保护的需要，对平台科以安全保障义务具有现实必要性。

3. 电商平台经营者安全保障义务现行规范适用缺陷

3.1. 《民法典》第 1198 条适用缺陷

民法典第 1198 条安全保障义务设置的核心法理基础在于社会活动中的安全注意义务。该义务原先指维持交通安全，后扩张至其他社会交往活动，强调在社会生活中应负防范危害的义务，即在自己有责任的领域内，从事或持续特定危险的，负有采取必要防范措施保护第三人免于危险的义务。^[3]根据民法典第 1198 条规定，宾馆、商场、银行、车站、机场、体育场馆、娱乐场所等经营场所、公共场所的经营者、管理者或者群众性活动的组织者，未尽到安全保障义务，造成他人损害的，应当承担侵权责任。若要援引民法典第 1198 条作为请求电商平台经营者承担安全保障义务的责任的请求权基础，关键在于将开放性的电商平台解释为公共场所，或者将电商平台经营者解释为群众性活动的组织者。

有学者认为，开放性网络空间在性质上与餐馆、宾馆、商场无异，可供不特定人参与活动，属于侵权法意义上的公共场所。^[4]诚然，电商平台具有开放性，任何人都可以自由地登录网站浏览商品信息、与卖家进行交易、针对所购入商品的质量发表评论，可供不特定人在这一空间内进行活动，从这一点来看，电商平台具有公共性的特征，可以认为电商平台属于公共场所。但是，从文义解释的角度出发，宾馆、商场、银行等公共场所都拥有物理意义上的空间，而电商平台处于虚拟的网络世界当中，由海量的数据和算法构筑而成，并不存在实质的经营空间，因此不具备适用《民法典》1198 条的客观条件。传统侵权法理论认为，经营者或管理者对公共空间的有效控制，系承担安全保障义务的前提。只有当公共空间是现实存在的物质实体时，经营者或者管理者才能够进行风险防范，将公共空间中可能造成他人损害的因素予以排除。显然电商平台并不具备这一特质，无法援引《民法典》1198 条作为请求权基础。

将电商平台经营者解释为群众性活动的组织者也并不恰当。群众性活动体现为多个不特定人共同参与同一活动，而平台交易则发生在卖家与买家之间，具有鲜明的“一对一”特征。尽管这些交易总量很大，但是各个合同的履行活动并非聚集在同一时空中，不存在与群众性活动类似的公共空间。^[5]因此无法通过将电商平台经营者扩张解释为群众性活动的组织者来援引《民法典》1198 条作为请求权基础。

3.2. 《电子商务法》第 38 条第 2 款适用缺陷

《电子商务法》(2018 年施行)第 38 条第 2 款明确规定平台经营者对消费者人身安全的安全保障义务，这一条款承袭《消费者权益保护法》的立法精神，在经营者与消费者之间构建了法定安全保障关系。其法理基础植根于电商平台经营者与消费者之间形成的特殊交易结构，鉴于消费者由于信息不对称、数据依赖等因素在平台交易过程中的弱势地位，法律通过创设此种非对等义务实现对弱势方的倾斜保护，并由此确立安全保障义务的法定防控范围。

《电子商务法》第38条第2款对电商平台经营者安全保障义务的规定存在其局限性：第一，《电子商务法》第38条第2款所明确的电商平台经营者安全保障义务的对象仅局限于消费者，[6]消费者概念被狭隘界定为生活消费目的的自然人，而不涉及进入该开放性场所的其他用户，致使电子商务平台交易领域中本应具备的普适性安全保障义务未能有效建构。例如在“花椒直播案”中，“花椒直播”平台对用户上传的具有显著人身风险的视频内容，未能履行其应尽的合理注意义务与风险管控职责，致使原告之子吴永宁攀爬高楼坠亡，法院认为吴永宁通过上传视频获取打赏的行为不属于消费者的范畴，只是纯粹的网络平台用户，因而拒绝适用《电子商务法》第38条第2款。这种主体资格的严格限定构成该条款的首要局限。第二，《电子商务法》第38条第2款将电商平台经营者安全保障义务的义务范围限定在消费者的生命健康权之中，对诸如隐私权、肖像权等其他支配权以及纯粹经济损失则在所不问。这一义务范围明显小于传统侵权法理论中经营者安全保障义务的义务范围，义务范围过于狭窄。平台安全保障义务的核心是消费者合法权益保障，[7]从消费者权益保护的角度出发，消费者在电商交易过程中所面临的安全隐患并不仅仅局限于生命健康安全，还面临着诸如个人信息泄露等其他潜在隐患，因此电商平台经营者的安全保障义务范围需要进一步的扩张。第三，《电子商务法》第38条第2款既未阐明或列举带有电商平台特性的安全保障义务的具体内容，也未明确责任的具体承担方式，容易导致司法实践中对该条款的适用标准不统一、个案裁量结果差异大的后果。

4. 安全保障义务在电商平台中义务内容的构建

传统侵权法框架下的安全保障义务的适用已经成熟，无需为了扩张至电商平台的适用而突破其已经稳定的适用框架。并且电子商务平台也并非传统意义上主体平等的私主体，电子商务平台安全保障义务解释之所以存在争议，也是因为从目前社会经济实际来看，电子商务平台具有社会公共性，不再是从事简单的平等主体之间商事交易。[8]在此意义上，依靠传统民法理论构建电商平台经营者安全保障义务的解释论并不适合，依托《电子商务法》第38条第2款从消费者权益保护的角度重构电商平台经营者安全保障义务的解释论更加合理。

4.1. 适用范围

在适用范围方面，电商平台经营者的安全保障义务应涵盖线上线下双重维度。一方面，电商平台经营者的安全保障义务应当包括将线上网络空间的信息审核、风险预警等技术性作为义务；另一方面，电商平台经营者的安全保障义务更需延伸至线下实体空间的履约保障义务。除了纯粹信息产品交易外，绝大多数电商合同均需通过现实世界的实体交付或服务履行完成闭环。当商品运输、服务提供等线下环节存在安全隐患时(如网约车行程中的司机侵害风险、生鲜配送中的食品安全漏洞)，平台作为交易生态的组织者与经济利益的受益者，必须承担与线下场景适配的安全保障责任。这种义务的连续性，本质上源于数字经济中虚拟契约与实际履约的不可割裂性特征。例如，在“易道用车案”¹中，法官在判决书中认为，网约车平台经营者作为承运人，负有保障运营安全及乘客合法权益的作为义务，也即安全保障义务。[9]该义务包括准入资质严审义务(对驾驶员身份信息、从业资格实施实质性核查)、行程风险管控义务(通过技术手段实时识别并预警行驶中出现的异常偏航等危险因素)以及应急响应义务(如乘客一键报警系统接入)。此裁判要旨揭示：平台对线下履约环节的安全保障责任，本质上源于其对整个交易过程的技术控制力。

4.2. 义务主体

在义务主体方面，目前法律规范所限定的主体范围过于狭窄，电商平台安全保障义务的主体范畴亟

¹上海市第一中级人民法院(2019)沪01民终8142号判决书。

需突破形式化限定,向实质提供交易服务的综合平台扩展。尽管现行立法将义务主体锚定于传统电商平台经营者(如淘宝、京东),但实践中大量以社交、内容、娱乐为主业的平台(如微信小程序、小红书种草社区、抖音直播)已深度嵌入交易闭环——当平台开放商品展示、订单生成、在线支付等核心功能时,其实质经营行为已完全等同《电子商务法》第9条定义的“交易撮合服务”。根据平台的连接对象和主要功能,电商平台属于连接人与商品的网络销售类平台,然而平台的具体商业活动并非按照监管者预设的那样一成不变、泾渭分明,[10]当上述平台开展的经营行为实质上等同于“交易撮合服务”时,相关平台的经营者在具体交易中实质上已经属于电商平台的经营者范畴,理应承担其合理的安全保障义务。

4.3. 权利主体

在权利主体方面,目前《电子商务法》中安全保障义务条款所规定的权利主体范围过于狭窄,应当将主体范围从“消费者”扩大至“他人”。依据学界通说,“消费者”被狭义解释为“为生活目的而进行消费的自然人”,这一范围明显窄于实际生活中进入电商平台进行交易的各类民事主体。除了消费者以外,安全保障义务条款的权利主体范围还应涵盖以下三类对象:进行生产消费的企业(如通过平台采购原材料或设备)、潜在消费的注册用户(如已完成注册但未实际交易者)以及进入网络平台的访问者(如浏览商品信息的非注册用户)。在权益保护范围方面,现行《电子商务法》第38条第2款将安全保障义务的权益保护范围限定于生命权与健康权,此规定明显过窄,应对其保护范围扩张至“绝对权和法益”的双重保护。具体而言,在绝对权的保护上,应当包括所有权(如商品运输中毁损灭失)、人格权(如平台纵容侮辱性评论致名誉受损)、知识产权(如盗版影视作品在平台传播);在法益层面,应当将个人信息权益纳入保护范围,但需明确排除纯粹经济损失,因为参与者应自负财产管理责任,并且平台对此类间接损害缺乏预见可能性。

4.4. 责任承担

在责任承担方面,现行《电子商务法》第38条中“相应的责任”表述过于模糊,同时这也赋予了法官过大的自由裁量权,导致司法实践运用不统一。[11]因此,应当放弃使用“相应的责任”这一表述,重新构建电商平台经营者安全保障义务的责任形态体系。具体而言,需要明确区分两种侵权情形:当电商平台经营者自身违反安全保障义务直接导致损害时(如算法错误标记导致商品下架损失),应承担直接侵权责任;当损害由第三人行为引发,且平台未尽到安全保障义务时(如未审核商户资质导致销售伪劣产品),平台仅承担一定的补充责任,并在担责后享有向实际侵权人的追偿权。

5. 结语

电子商务平台的安全保障义务,是数字经济时代平衡平台权力与用户权益、实现实质公平的必然要求。然而,我国现行法律体系中,《民法典》第1198条因难以将虚拟电商平台解释为“公共场所”或“群众性活动组织者”,其作为请求权基础存在适用障碍;《电子商务法》第38条第2款虽创设了平台对消费者的特殊保障责任,但其在对象、保护权益范围方面存在显著局限,无法满足平台交易场域普适性安全保障的需求。因此,需要超越传统侵权法框架,依托《电子商务法》第38条第2款从消费者权益保护的角度对其进行扩张性解释与适用,构建契合平台特性的安全保障义务体系。

参考文献

- [1] 陈思静. 电商平台经营者民事责任设置基础: 逻辑构成与利益平衡[J]. 法学论坛, 2024, 39(5): 65-76.
- [2] 曹险峰, 王莹宇. 论电子商务平台审核义务的规范构造[J]. 云南大学学报(社会科学版), 2025, 24(3): 111-121.
- [3] 郭保朝. 违反安全保障义务致人损害赔偿问题探讨[J]. 合作经济与科技, 2011(10): 124-125.

-
- [4] 刘文杰. 网络服务提供者的安全保障义务[J]. 中外法学, 2012, 24(2): 395-410.
 - [5] 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.
 - [6] 林洹民. 电商平台经营者安保义务的规范解读与制度实现[J]. 现代法学, 2020, 42(6): 195-209.
 - [7] 魏昀天. 电子商务平台安全保障义务的实证考察与理论进路[J]. 法律适用, 2021(3): 34-44.
 - [8] 蓝寿荣. 消法视角下的电子商务平台安全保障义务[J]. 政法论丛, 2023(2): 37-46.
 - [9] 曹凡. 电商平台经营者安全保障义务标准构建[J]. 学习与探索, 2024(2): 73-81.
 - [10] 郑佳宁. 电子商务市场主体的认定与规范[J]. 东方法学, 2023(2): 46-60.
 - [11] 莫杨桑. 电子商务平台经营者违反安全保障义务的侵权责任构造[J]. 重庆大学学报(社会科学版), 2025, 31(2): 226-240.