

电子商务平台自治的权力边界及其规制完善

郝迪

扬州大学法学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年7月4日; 录用日期: 2025年7月24日; 发布日期: 2025年8月22日

摘要

平台经济迅猛发展的当下, 电子商务平台凭借数据控制和技术支撑成为在线管理的优势主体, 在平台准入规则制定、平台交易行为规制、纠纷处理等方面有极大的话语权。但电商平台在技术权力和逐利性的加持下, 加剧算法技术的不公平、消解公权力机关的监管职能、侵蚀用户权利, 通过控制账号权重、“引流”、“限流”等手段随意影响在线商家的可见性, 甚至滥用自治处罚权。平台自治属于公共属性的私权力, 其权力来源于公权力机关授权、算法架构赋权以及用户私权利的让渡。而对电商平台自治权力的约束机制缺位, 以及算法的“黑箱性”和技术使用的“非中立性”, 增加了权力滥用和失范的风险。因此需要加强程序性审查, 约束电商平台自治处罚权的行使; 确立算法解释权制度, 增强算法透明度; 设立第三方平台监督机制, 构建协同监管体制, 以此对电商平台自我治理进行有效规制, 促进电商经济平稳有序的规范化发展。

关键词

电商平台自治, 私权力, 自治处罚权, 权力边界

The Power Boundaries of E-Commerce Platform Autonomy and the Improvement of Its Regulation

Di Hao

School of Law, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Jul. 4th, 2025; accepted: Jul. 24th, 2025; published: Aug. 22nd, 2025

Abstract

In the current era of rapid development of the platform economy, e-commerce platforms, with their data control and technological support, have become the dominant players in online management, enjoying significant influence in setting platform access rules, regulating platform transaction behaviors,

and handling disputes. However, under the influence of technological power and profit-driven motives, these platforms have implemented algorithmic tyranny, undermined the regulatory functions of public authorities, and encroached upon user rights. They manipulate the visibility of online merchants by controlling account weights, “draining traffic”, “limiting traffic”, and even abusing their autonomous penalty powers. The autonomy of platforms, which is a private power with public attributes, originates from the authorization of public authorities, empowerment by algorithmic architecture, and the transfer of users’ private rights. The absence of a constraint mechanism for the autonomous power of e-commerce platforms, along with the “black box” nature of algorithms and the “non-neutrality” of technology usage, increases the risk of power abuse and disorder. Therefore, it is necessary to strengthen procedural review to restrict the exercise of autonomous penalty powers by e-commerce platforms; establish an algorithm explanation rights system to enhance algorithm transparency; set up a third-party platform supervision mechanism to build a collaborative regulatory system, effectively regulating the self-governance of e-commerce platforms and promoting the stable and orderly standardized development of the e-commerce economy.

Keywords

E-Commerce Platform Autonomy, Private Power, Autonomous Penalty Power, Power Boundary

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. 电商平台自治行为的权力属性分析

1.1. 电商平台自治行为的公共属性

平台经济时代，社会最基础层面流动的不是物质生产而是信息，[1]平台利用算法技术的赋能形成强大的信息匹配能力，实现海量信息的聚合与流散。[2]针对电商平台内的商家，其实际享有市场准入权、资源调配权和实际管控权。[3]电商平台通过单方制定各种平台规则决定商家是否能够获得进入资格，而商家必须接受平台对自身权利的限制，并遵守平台规则才能确保享受完整服务，这相当于变相地为商家设置了平台准入门槛。此外，基于算法技术结构性嵌入社会运行系统的特征，数据成为数字经济时代的新型生产要素，平台根据消费者的浏览记录、停留时长等进行全方位数据监控，由此产生海量数据基底，进行用户精准画像、个性化推送。平台利用在数据控制上的绝对优势获得资源调配的权力，如制定平台交易规则、纠纷处理规则等，其效力相当于“平台法律”，能够对平台内的商家与消费者产生更直接具体的利益影响。针对电商平台用户的不良行为，平台可以施加删除广告内容、降低账号搜索权重甚至是封禁账号等直接处罚措施，许多平台内部也建立起纠纷解决机制，用以处理用户之间的纠纷。电商平台看似是普通的市场经营者，但实际拥有制定规则、维护秩序、解决纠纷等多项权力，事实上承担着维护电商经济秩序、保障用户权益的公共职能，其公共属性日益凸显。[4]

1.2. 电商平台自治行为的私权力属性

电商平台与用户之间看似是通过平台内部规则建立起的契约关系，实则内部已经形成严格的管理与被管理的关系。商家与消费者作为服务使用者，与平台之间本应是松散平等的关系，由于电商平台事实上承担着维护平台经济生态的责任，其与用户之间更是一种社会关系。平台基于技术优势和经济优势，超越了契约双方的平等结构，居于社会关系中的优势地位，[3]对用户产生了支配力和控制力。权力即是

特定主体凭借占有一定的资源或优势而具有的支配他人或影响他人的力量，[5]衡量权力的实质标准是看是否存在事实上的支配力或影响力。数字化、网络化的纵深发展愈发消解了现实与网络、公法与私法的界限，以平台权力为代表的社会权力的崛起改变了传统的“权力-权利”二元对立框架，公权力向其他社会主体分散，形成了智能互联网时代的“公权力-私权力-私权利”三元博弈的新格局。[6]即便电商平台已被视为一种公共设施，但其私主体身份的属性仍没有改变；同时算法技术和数据资源的赋能使得电商平台对其用户内含了以各种手段对另一方进行规训的权力服从关系。[7]

因此，电商平台的自治权力是一种典型的私权力。作为数智时代新生产力组织者，电商平台进行内部行为管理是为维护电子交易的有序进行，从而实现长期利益追求，且其治理活动仅局限于平台内部场域，其本质是一种私人利益维护的行为。权力形式上，电商平台实际上拥有着市场准入权、资源调配权和实际管控权的“准公权力”，基于技术资源优势与用户之间形成非对称性的管理与被管理关系。

2. 电商平台自治权力的生成逻辑

2.1. 公权力机关授权

就电商平台和政府的权力关系而言，政府的技术能力和执法资源难以承受海量交易行为带来的监管压力和执法成本，对线上交易行为进行规制时，电商平台的算法架构相比于政府直接管控有着无法比拟的优势。买卖双方的任何交易活动都要通过电商平台搭建的服务器进行，平台内的商家需提供电商平台要求的基本个人身份信息与经营信息并完成注册程序才能在平台上线服务。在此过程中，电商平台实际上拥有直接监控不良卖家和商品交易情况的能力，能够通过后台实名认证及时锁定纠纷买卖双方。相较于公权力机关，电商平台的技术资源和数据资源使其参与公共治理的成本更小、收益更高。因此，政府部门基于治理能力和行政成本的考量，往往倾向于对电商平台课以监管责任，令其适度承担电商经济生态治理和监管的职能。《电子商务法》第七条规定“国家建立符合电子商务特点的协同管理体系，推动形成有关部门、电子商务行业组织、电子商务经营者、消费者等共同参与的电子商务市场治理体系”。电商平台能够以较低的成本实现平台经济生态治理，因此监管部门重视充分发挥电商平台的私权力，鼓励电商平台依法进行自我管理，并尊重电商平台在合法范围内所制定的各项规则，以此弥补政府规制能力的不足，电商平台承担了实质意义上的公法义务。

2.2. 算法架构赋权

电商平台进行内部自我管理的权力同样也来源于算法技术赋能。人工智能时代，公共领域和私人领域的界限早已被模糊，电商平台利用智能算法调配资源的力量使其形成一种事实上的技术权力。电商平台通过算法技术对平台商家信息和各类广告进行智能化筛选、排序和推荐，实现大规模信息的过滤与重组，同时能够根据消费者的兴趣偏好、行为模式等进行精准的内容分发，打造电商平台私人经济生态系统。另外，电商平台凭借智能化技术审查实现把关电商平台商品质量的要求，由智能算法对电商平台内部的商家和商品信息进行全覆盖的主动审查，人工审查根据电商平台用户的反馈进行被动的二次审核。对于不够优良的商品，电商平台逐渐倾向于用“隐形禁止”的方式干预内容传播，而非完全切断访问源。利用技术权力对商品信息内容进行排序、降低账号搜索权重，干预特定商品信息内容的可见性，降低内容被看见的可能性。庞大的权力资源提高了电商平台商业主体的地位，突破权利空间迈向权力领域，[8]成为社会治理的重要角色。

2.3. 用户私权利让渡

在电商平台与用户之间的权力体系中，电商平台凭借强大的网络效应和规模效应成为数字经济时代

新型社会基础服务提供者，通过前置性用户服务协议建构电商平台与用户之间不对等的隐性权力结构。于用户而言，电商平台搭建的线上公共交易场域以及提供的个性化推荐等服务具有极高的价值吸引力。用户享受电商平台服务就意味着必须遵守电商平台单方面制定的各项规则，其背后蕴藏着电商平台服务依赖与个人权益保护的利益权衡，用户通常需要让渡部分隐私权和数据使用权来换取便利的电商平台服务。于电商平台而言，由于算法、大数据分析等技术的介入，电商平台能够通过用户留下的“信息痕迹”对用户元数据进行分析、挖掘、研判与处理，经由结构性分析导入生产消费环节进而产生“数据监控”现象。用户失去对个人数据的控制权，在电商平台上的任何行为都会受到算法审视，电商平台获得海量数据样本，产生非对称性数据占有之优势。在用户让渡的权利空间内，电商平台成为实际上的管理者，取得管理在线交易行为和维护电商平台商品交易生态的权力。用户对个人私权利的让渡为电商平台对商品信息内容打标签、影响商家账号权重、施加自治惩戒权等自治管理行为披上合法性外衣。

3. 电商平台自治的权力异化风险

电商平台早已超越了传统市场经营者的角色，市场监管者的身份使其增加了维护电商领域市场秩序和经济秩序的责任。然而在技术权力的加持下，电商平台的逐利性难以有效控制，加剧算法不公、消解公权力监管、侵蚀公共性生产的风险日渐凸显。

3.1. 加剧算法不公

电商平台是数字经济时代最重要的社会生产组织，而算法则深入到电商平台业态的技术逻辑层面。

[1]电商平台利用算法技术捕捉用户数据信息、监控用户数据活动，致使电商平台私权力过分膨胀，出现“信息茧房”不断强化、数据监控等利用算法技术导致的不公平情形。

从理论上讲，带有公共属性的电商平台应营造出充分自由、平等的商品交易场域，每一位商家和消费者都可以平等地享受电商平台的算法推荐服务，每一个优质商品都能获得同样的流量关注度，然而事实并非如此。智能媒体时代下的算法技术打破了传统媒体基于人主体性的解释或表达的传播规律，通过对海量数据监测、分析、提取的决策行为，可以精准挖掘用户的兴趣特征、个人偏好等相关性的结果，以此实现精准的信息投喂。这样一来，信息传播场域通过电商平台预设的规则被分割成细碎的空间，每个商品信息内容只能在电商平台创造的标签场域下传播，难以突破其营造的茧房边界。电商平台利用个性化推荐、集体化排序等技术进行精准商品信息分发，商家发布的商品信息内容“被看见”的机会和范围实际上由电商平台预设的规则判定。利用算法技术，电商平台构建起一个关于可见性的等级秩序和信息茧房屏障，[9]成为实际上的“算法权威”。

3.2. 消解公权力机关监管职能

电商平台通过算法技术在社会权力运行系统中的结构性嵌入，在与政府权力的博弈中逐渐占据优势地位，公权力机关的监管职能面临被消解的风险。电商平台往往利用前置性格条款迫使用户接受服务协议内容，在淘宝平台服务协议中明确规定“当您按照注册页面提示填写信息、阅读并同意本协议且完成全部注册程序后，即表示您已充分阅读、理解并接受本协议的全部内容，并与淘宝达成一致，成为淘宝平台‘用户’。阅读本协议的过程中，如果您不同意本协议或其中任何条款约定，您应立即停止注册程序。”¹利用强制性条款营造双方达成合意的假象，实现电商平台行为正当性以此规避公权力机关的监管。与现代物理空间的执法有所不同，监管部门难以对海量的交易信息一一核验，因此只能根据公众反馈对电商平台的自治结果进行监管，电商平台通常会以涉及核心经营信息或商业秘密保护为由拒绝披露

¹ 《淘宝平台服务协议》。https://terms.alicdn.com/legal-agreement/terms/TD/TD201609301342_19559.html

算法决策技术，公权力机关的实质监管只能被架空，外部监管难以发挥真正效用，电商平台的自治行为产生“自己监管自己”的窘境。

3.3. 侵蚀用户权利

电商平台凭借技术和数据资源优势，对用户产生了一种非对称性的控制。从进入电商平台开始，晦涩冗长的用户服务协议和电商平台规则以及“同意-进入”、“不同意-退出”的明确性结果导向，都在变相逼迫用户传达其妥协式同意。用户进入电商平台后，其利用账号权重机制构建电商平台生态、塑造电商平台秩序、实现对用户的规训。^[10]所谓“账号权重”是电商平台的一项内在数值，根据用户行为、商品质量等多方面因素进行的评价机制。被判定权重高的账号，电商平台会通过“引流”手段保证在线商品获得更多的“注意力”和更高效的信息匹配；反之，电商平台权重较低的账号非但不能获得电商平台“奖励”，甚至会被施以隐性“限流”。这种“引流”、“限流”的审查措施具有隐蔽性，用户难以识别电商平台凭借技术手段对商品信息传播的影响。用户为争取更高的内容可见性，只能顺从电商平台规则，无论其公正与否。比如新浪微博的会员制，开通微博会员的用户不仅能够获得置顶微博、内容再编辑等特权功能，还能因为会员身份、等级等因素增加账号权重，从而直接影响引流、营销的效果。^[10]此外，账号权重机制在电商平台内容管理上具有双重面向，^[10]一方面电商平台可以通过账号权重机制，监管用户行为，实施审查措施。另一方面，用户若想要确保商品信息得到更多的“注意力”，就必须迎合占据优势地位的电商平台自主设定的评判机制，以此换取账号权重的提高。所以，电商平台通过算法技术能够固化和形塑用户的偏好和认知，干预在线商品信息内容的自由传播，侵蚀用户的自由交易、自主选择权利。

4. 电商平台自治行为的现实困境剖析

4.1. 电商平台自治权力的约束机制缺位

电商平台对平台内交易行为进行监管的技术优势和数字权力是不可否认的事实，凭借强大的网络效应和规模效应成为数字经济时代的新型公共基础设施，但电商平台归根结底仍是商业利益的聚合体，需要对私人治理进行监管，以免加剧电商平台自我管理权力异化的风险。

当前我国法律法规缺失对电商平台自治权的限制，对电商平台的授权仍处于粗放状态，既没有对电商平台自治权力授予机制做出明确规定，也没有对电商平台实施权力行为的程序做出约束，相关法条缺少进一步细化规定，放大了电商平台权力运行的失范风险。如前所述，电商平台通过制定电商平台规则，对用户实施“引流”、“限流”管理措施，建立电商平台内部纠纷解决机制等，实际上已经行使了“准立法权”、“准行政权”和“准司法权”。权力体现出的是绝对优势的主体对另一方的支配力量，因此必须对权力的实现加以规范，才不致一方的权益被过分侵蚀。国家行使公权力要坚持实体正义和程序正义的统一，实施具体行政行为时要遵循比例原则、平等原则、信赖利益保护原则，增强信息透明度保障社会公众的知情权和参与权，以此明确公权力的边界，防止权力无限扩张。而电商平台通过其技术优势获得自治权，却没有形成统一公开的电商平台权力行使程序，对电商平台自治规则和实施的透明度也没有任何要求，用户被实际排除在电商平台规则制定之外，只能被迫接受电商平台制定的规则和单方实施的管理措施。可以说，网络电商平台的权责结构设计存在一定差序化倾向，权责对应性框架尚未形成，用户权利保护责任相对被边缘化。^[11]电商平台作为管理者，不仅享有单方封禁账号、降低账号权重等决定权，还不用向公众说明决策原因，在享受实际行政管理权的同时不用遵循行政法基本原则的限制。但目前仍缺乏对电商平台内容审查权力的约束机制，因此私权力无序扩张也将成为必然。

4.2. 算法“黑箱性”和技术使用的“非中立性”

所谓算法，是指基于数据进行输入、输出程序的特殊指令，用输入的数据得到输出的结果是其本质。算法被模块化组装到电商平台架构上，根据大数据进行自主学习生成决策规则，也就是电商平台所称的“自动化决策”。电商平台将算法推荐技术结构性嵌于商品内容分发机制之中，由机器程序自动执行内容审核与内容分发指令，这种数据输入与结果输出之间存在的“断层”，也被称之为“技术黑箱”，其内在逻辑与实际运行规律不为人知。^[12]这种“技术黑箱”是由算法本身的自主性和复杂性所造成的，程序员可以利用算法，却无法破解算法的运行逻辑。算法的“黑箱性”导致电商平台自治审核机制不透明，用户只能收到平台审查的结果，却不被允许知道内容审查的逻辑。因为技术的不可知性，用户只能被迫接受事实，而无法检验审核标准中立与否，导致私人权利被侵蚀。例如，2016年商家因“疑似售假”被拼多多平台直接冻结账户货款案例中，多数商家表示只能收到平台处置的结果而无法获得平台判定依据。²

另外，算法的“黑箱效应”成为电商平台推诿责任的工具和屏障，当出现审核决策失误时，电商平台可以将其归为决策是由技术中立的算法模型作出而拒绝承担责任，最终引发算法决策的可责性问题。^[13]不可否认，算法技术本身是中立的，但基于人类主观设计的算法是存在价值选择的，也即算法的实现过程具有主观性色彩。^[8]在社交媒体电商平台中，电商平台内容与商业利益是紧密连接的，对商品信息的分配、管理一定程度上反映出电商平台的利益导向。此外，内容的可见性可以被人工介入，电商平台一般设有“商业化中心”，流量被明码标价，信息的热度和可见度能够通过购买流量人为操纵，而这显然不符合“算法中立”的要求。

5. 电商平台自治的私权力规制路径

5.1. 约束电商平台自治权力行使，加强程序性审查

电商平台自治权力失范的重要原因之一就是电商平台自我管理规则的制定和实施缺少程序性要求。目前我国对于电商平台的规定多为抽象的原则性规范，针对电商平台实施的具体惩戒管理举措缺少细化规定，特别是缺少对电商平台自治行为的程序正当性要求，导致电商平台随意干预线上商品信息内容的可见度。因此，为规制电商平台私权力行使，应加强对电商平台行使自治权力的程序性审查，坚持基本的程序正义标准。电商平台要主动公开电商平台规则的制定程序和惩戒性管理措施的决定程序，充分保障用户的知情权，保持电商平台规则的稳定性，不能随意更改与用户利益关联度较高的规则，保护用户对于电商平台规则的可期待利益。对用户作出不利决定之前，要明确告知用户，充分说明决策理由，坚持比例原则和信赖利益保护原则，提升公众对电商平台的信任度。

5.2. 确立算法解释权制度，增强电商平台决策透明度

导致电商平台权力异化的另一重要原因就是算法技术的不可知性。电商平台借由技术壁垒形成隔离性特征，将算法权力与普通民众和现有法律制度隔离，通过对数据资源和专业技术知识的垄断，使决策机理难以以为普通公众所理解。因此建构算法解释权制度提高算法决策的透明度，重塑算法决策的可责性是合乎逻辑的治理方式。欧盟《一般数据保护条例》虽未明确提出算法解释权概念，但已实际上确立了算法解释权制度，条例规定了控制者在获取个人数据时，为确保处理过程公正和透明，必须向数据主体提供包括数据画像及有关的逻辑程序和有意义的信息，以及此类处理对数据主体的意义和预期影响，^[13]该条款的目的就是确保处理过程的公正和透明，这对于规范电商平台行使惩戒性管理权力具有极高的借鉴价值。

²<https://finance.sina.com.cn/chanjing/gsnews/2016-10-26/doc-ifxwztru7193162.shtml>。

5.3. 设立第三方电商平台监督机制，构建协调监管体制

电商平台多元化的发展趋势和竞争行为决定了“防止电商平台权力无序扩张”的监管主体必然是多方参与的联合体，引入第三方独立主体监督电商平台的算法工作机制能够有效地确保电商平台自治行为的公平性和透明度。从机构性质来看，该机构应是完全独立于电商平台的第三方力量，运行资金可来源于政府专项支持，以保证其监督电商平台权力的独立性和公正性；从人员组成来讲，第三方电商平台监督机制成员应是人工智能技术专家、法律专家等专业性较强的技术人员，且不能同时在电商平台内兼任职务，以增加第三方力量的可信度；从运行机制上看，第三方监督委员会要定期向社会公众公开监管情况，接到用户投诉或反馈后要及时审查电商平台内容管理的举措是否符合实体正义和程序正义，并将审核结果及时反馈给相对人。

6. 结语

数字传播时代，电商平台作为重要的商品交易场所，由其承担一定的电商市场监管职责符合当前我国网络治理的发展现状，但目前伴随着电商平台公共性的影响日益扩大，其逐利性难以有效控制。在技术权力的加持下，电商平台不仅消解了公权力机关的监管职能，还通过控制账号权重、“引流”、“限流”等手段随意影响在线商家的可见性，甚至滥用自治处罚权侵蚀用户权利。可见缺失对电商平台私权力监管机制将会大大增加权力失范的风险，只有坚持“政府－个人－社会力量”三位一体的治理路径，优化电商平台自我监管的配套设施，增强电商平台自治行为的决策透明度和行为可控度才能取得良好的电商平台自我治理效果，电商平台经济生态的健康发展才能得到切实保障。

基金项目

2024 年江苏省研究生科研与实践创新计划项目：直播营销最低报价协议的法律规制研究(项目编号：SJCX24_2171)。

参考文献

- [1] 张凌寒. 权力之治: 人工智能时代的算法规制[M]. 上海: 上海人民出版社, 2021: 37.
- [2] 孔祥稳. 网络平台信息内容规制结构的公法反思[J]. 环球法律评论, 2020, 42(2): 133-148.
- [3] 刘晗. 平台权力的发生学——网络社会的再中心化机制[J]. 文化纵横, 2021(1): 31-39, 158.
- [4] 刘权. 网络平台的公共性及其实现——以电商平台的法律规制为视角[J]. 法学研究, 2020, 42(2): 42-56.
- [5] 卓泽渊. 法政治学研究[M]. 北京: 法律出版社, 2011: 160.
- [6] 马长山. 智能互联网时代的法律变革[J]. 法学研究, 2018, 40(4): 20-38.
- [7] 汪志刚. 论民事规训关系——基于福柯权力理论的一种阐释[J]. 法学研究, 2019, 41(4): 40-60.
- [8] 张璐. 平台管理内容可见性的权力及其规制[J]. 国家检察官学院学报, 2024, 32(3): 100-117.
- [9] 易前良. 算法可见性: 平台参与式传播中的注意力游戏[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2022, 44(9): 16-25, 74.
- [10] 孙逸啸. 网络平台自我规制的规制: 从权力生成到权力调适——以算法媒体平台为视角[J]. 电子政务, 2021(12): 69-79.
- [11] 郭渐强, 陈荣昌. 网络平台权力治理: 法治困境与现实出路[J]. 理论探索, 2019(4): 116-122, 128.
- [12] 喻国明, 韩婷. 算法型信息分发: 技术原理、机制创新与未来发展[J]. 新闻爱好者, 2018(4): 8-13.
- [13] 张恩典. 大数据时代的算法解释权: 背景、逻辑与构造[J]. 法学论坛, 2019, 34(4): 152-160.