E-Commerce Letters 电子商务评论, 2025, 14(9), 734-744
Published Online September 2025 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ecl
https://doi.org/10.12677/ecl.2025.1492972

Hans汉斯

论惩罚性赔偿规则在电商实践中的缺位及改善

周翠彬，蔡炎灼

武汉科技大学法学与经济学院，湖北 武汉

收稿日期：2025年8月11日；录用日期：2025年8月22日；发布日期：2025年9月8日

摘 要

与传统商务领域相同，惩罚性赔偿规则在电商领域也具有维护消费者合法权益、营造良好市场环境的重要作用。目前，消费领域惩罚性赔偿规则在《中华人民共和国消费者权益保护法》等法律中有明确规定，但实践中惩罚性赔偿规则在电商领域的运用仍呈缺位状态，主要原因可归结为电商平台的假货认定标准单一、电商平台经营者应承担的审核义务不明确、消费者的维权成本与举证责任较大，对此，可通过改进假货认定标准、完善《电子商务法》中电商平台经营者审核义务的规定与减轻消费者在诉讼中应承担的举证责任这三种现实可行的方法，以推进惩罚性赔偿规则在电商实践中发展运用。

关键词

电子商务平台经营者，惩罚性赔偿规则，审核义务

On the Absence of Punitive Damages Rules in E-Commerce Practice and Their Improvement

Cuibin Zhou, Yanzhuo Cai

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: Aug. 11th, 2025; accepted: Aug. 22nd, 2025; published: Sep. 8th, 2025

Abstract

Similar to the traditional business realm, the punitive compensation rule also plays a crucial role in safeguarding the legitimate rights and interests of consumers and creating a favorable market environment within the e-commerce domain. At present, the punitive compensation rule in the consumer sphere is explicitly stipulated in laws such as the *Law on the Protection of Consumer Rights and Interests*. Nonetheless, in practice, the application of the punitive compensation rule in the e-

文章引用: 周翠彬, 蔡炎灼. 论惩罚性赔偿规则在电商实践中的缺位及改善[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 734-744.
DOI: 10.12677/ecl.2025.1492972

commerce field is still lacking. The primary reasons can be summarized as follows: the criteria for identifying counterfeit products on e-commerce platforms are simplistic; the auditing obligations that e-commerce platform operators should assume are not clearly defined; and the costs of rights protection and the burden of proof for consumers are relatively high. In response to these issues, three practical and viable approaches can be taken. Firstly, improve the criteria for identifying counterfeit goods. Secondly, refine the regulations regarding the auditing obligations of e-commerce platform operators in the *E-commerce Law*. Thirdly, alleviate the burden of proof that consumers need to shoulder during litigation. By implementing these measures, we can promote the development and application of the punitive compensation rule in e-commerce practice.

Keywords

E-Commerce Platform Operators, Punitive Damages Rules, Review Obligations

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

随着我国各项政策的鼓励支持与信息技术的快速发展，电子商务活动逐渐普及，网络零售额呈现逐年增长的趋势。同时，由于网络购物具有无法当场检验实物、难以辨别信息真实性的风险，消费者在网络购物过程中难免会出现不良体验，有关网络消费的投诉也呈现逐年增长的趋势。根据网经社电子商务研究中心发布的，2023 年第一季度至 2025 年第一季度，共计 9 份《中国电子商务用户体验与投诉数据报告》可知，[1]在电商实践中，纠纷多发生于网络欺诈、网络售假和商品质量三种问题之中。即在很长一段时间内，商品质量与商家行为问题在全国网络消费投诉问题类型中占据着较大比重，这是我国在电商实践探索中急需解决的问题。在我国消费领域引入惩罚性赔偿规则对保护消费者的合法权益，营造良好的市场环境具有积极的促进作用，而加强消费领域惩罚性赔偿规则的运用对减少上述三种问题的发生具有积极的促进作用，故在我国电商实践中加强惩罚性赔偿规则的运用迫在眉睫。

2. 消费领域惩罚性赔偿规则概述

惩罚性赔偿规则是指由法庭作出的最终赔偿数额超出实际损害数额的一种赔偿制度[1]。现代意义上的惩罚性赔偿规则属于舶来品，我国惩罚性赔偿规则应用于知识产权侵权、环境侵权、食品安全、消费者权益保护等多个领域。由于现阶段我国消费领域的惩罚性赔偿规则仍处于不断发展成熟时期，故本文将消费领域的惩罚性赔偿规则确定为研究对象。

2.1. 消费领域惩罚性赔偿规则的历史沿革

在消费领域，惩罚性赔偿规则的运用能够使受到实际损害的消费者获得惩罚性损害赔偿金。惩罚性损害赔偿金是在私人民事诉讼中，除补偿性损害赔偿金之外，判给原告的金钱赔偿，用于惩罚公然侵犯原告权利的被告[2]。在民事领域适用惩罚性赔偿规则起源于英国，该规则的运用最早可追溯至 Rookes v. Barnard 一案[3]，该案将被告“蓄意”为自己谋取利益而损害他人合法利益的行为纳入惩罚性赔偿规则

[1]9 份《中国电子商务用户体验与投诉数据报告》显示，商品质量、网络欺诈、网络售价问题，常年处于全国网络消费投诉问题类型中的前十名。2023 年第四季度，因商品质量问题产生的投诉甚至在全国网络消费投诉问题类型中达到了占比 11.55%的高度。因商品质量、网络欺诈、网络售价问题产生的投诉在全国网络消费投诉问题类型中的总占比在 11.05%~27.74%间波动，占据着较大的比重。

的规制范围内。早期的惩罚性赔偿规则是针对一些羞辱性行为的惩罚，通过比补偿性更严厉的赔偿来加强法律的威慑力，彰显对此类行为的遏制作用[4]。在美国，惩罚性赔偿规则也在不断发展运用，其在消费领域多应用于产品责任、虚假广告等案件，随着实践的不断深化，美国还确立了一系列规则来平衡消费者权益与企业利益之间的关系，限制惩罚性赔偿的数额，以保证该制度的运用更为合理。现如今，基于惩罚性赔偿规则具有的制度优势，该制度对普通法系国家也产生了一定的影响。

我国在古代便有惩罚性赔偿思想的产生，如唐代的“倍备”制度，[2]但该思想的运用通常体现在刑事犯罪领域。我国在消费领域引入惩罚性赔偿规则始于 1993 年通过的《消费者权益保护法》，[3]其中第四十九条将使用惩罚性赔偿规则的情形限定在商品交易过程中存在欺诈行为，惩罚性金额的范围限定在“消费者购买商品的价款或者接受服务的费用一倍”。随着消费者权利意识的觉醒与消费者权益保护的重视程度的提升，惩罚性赔偿规则也在不断发展变化。2013 年经过修正的《消费者权益保护法》，[4]进一步完善了我国的惩罚性赔偿制度。相较于 1993 年规定的惩罚性赔偿条款，该制度进行了三处较大规模的改动。首先，加大了对消费领域欺诈行为的惩罚力度，从原来的“退一赔一”增加至“退一赔三”；其次，增加了最低额保障的规定，规定最低额赔偿金额为 500 元，不论商品价款或服务费用的三倍是否达到 500 元；最后，此次修改还为惩罚性赔偿规则增加了兜底性条款，使惩罚性赔偿规则与其他法律中的有关规定相衔接，如针对食品安全问题，可以适用《食品安全法》的规定，适用“退一赔十”的惩罚性赔偿规则。现如今，我国消费领域的惩罚性赔偿规则不仅在《消费者权益保护法》有所体现，在《电子商务法》《食品安全法》《药品管理法》等法律中均有所规定。

2.2. 消费领域惩罚性赔偿规则的功能

惩罚性赔偿规则在消费领域的适用，对消费者与不法行为实施者等市场主体具有不同的功能。

首先，从保护消费者的角度来看，惩罚性赔偿规则的运用具有超额损失赔偿功能。根据上述法条的规定可知，消费者在遭遇特殊情况时，可以向不法行为实施者主张“退一赔三”。传统的民事损害赔偿规定通常只要求不法行为人将受到损害的权利恢复原状，而惩罚性赔偿规则能够让消费者获得比实际损失更多的赔偿款项。此功能向消费者传递出法律对消费者的权益予以高度重视和充分保护的信号，有助于增强消费者的安全感以及对法律的信任。同时，此种超额损失赔偿功能也可以在一定程度上弥补消费者在维权过程中所付出的成本，助推消费者更加积极主动地运用法律手段来维护自身的合法权益[5]。

其次，从打击不法行为者的角度来看，惩罚性赔偿规则的运用具有惩罚与遏制的双重功能。现行《消费者权益保护法》有关惩罚性赔偿规则的规定增加了不法行为人的潜在违法成本，减少了不法行为人实施不法行为之后仍然有利可图的情形的发生。与传统民事损害的“等额赔偿”相比，惩罚性赔偿规则对不法行为人而言更具有惩罚的立法意图。同时，对不法行为人适用该项规则不仅可以惩罚行为人的违法行为，还可以通过超额支出的罚款对行为人和其他经营者起到警示作用，遏制欺骗消费者行为的发生。

最后，从规范市场秩序的角度来看，惩罚性赔偿规则在消费领域的适用还具有优化市场环境的功能。惩罚性赔偿规则具有的超额损失赔偿功能将激发消费者维护自身合法权益的积极性，填补市场监管主体因监管面广泛而存在的监管不及时等漏洞，提高市场监管的群众参与度；该规则对不法行为者而言所具

[2]该制度在唐代针对的是盗窃犯罪行为，《唐律疏议》规定盗窃的犯罪行为人，不仅要承担相应的刑事责任，还需要在偿还原脏的基础上，再加一倍赔偿给事主。

[3]1993 年通过的《消费者权益保护法》在第四十九条中规定，“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的一倍”。

[4]2013 年修改后的《消费者权益保护法》在第五十五条中对惩罚性赔偿规则进行了规定，“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元。法律另有规定的，依照其规定”。

有的惩罚与遏制功能，也会倒逼经营者减少欺诈行为的实施，从而推动市场秩序的规范，优化市场环境。

3. 惩罚性赔偿规则在电商实践中呈缺位状态

在电子商务依托信息技术飞速发展的今天，网络购物基于其商品多样化、购物便利化的特征，已成为众多消费者自主选择的主要购物方式。“某东”、“某宝”、“拼某某”作为网络购物的主要平台，消费者与商家在平台上的日常交易频繁，因交易而产生的纠纷消费者通常也会优先选择在平台上与商家或平台客服先行沟通。由于上述电商平台通常会依据法律和其制定的平台细则来处理纠纷，故法律规定的惩罚性赔偿规则在上述电商平台制定的电商细则中具有的实效，会让消费者对法律与电商平台的信任产生极大的影响。

3.1. 某东平台

某东平台运营模式多元，在平台内存在某东 POP 店铺、某东小店与某东自营店铺等多种店铺模式，[5] 平台对不同类型的店铺在规定的入驻要求、采取的监管措施等方面存在差异。根据《某东开放平台招商管理规则》可知，某东 POP 店铺商家入驻时，通常以提供法定代表人身份及企业营业执照为申请的基础条件；某东小店商家入驻时，以提供身份证或个体工商户营业执照为申请条件。在监管上，由于开展电商活动的身份不同，某东平台在以电子商务平台经营者的身份，针对某东 POP 店铺与某东小店开展活动时，其通常依照《某东开放平台出售假冒商品细则》《某东开放平台个人/个体开店管理规则》等规定对商家在平台内开展的经营活动进行监管；某东平台以电子商务平台内经营者的身份，开展某东自营店铺的经营时，除上述规定外，其还可以依据《某喜自营商品质量不合格管理规则》等规定，对交易商品在质量上进行较为严格的管控，从源头处遏制欺诈行为的发生。由于某东平台作为电子商务平台内经营者时已形成了较为高效完善的质量监管与售后服务体系，故此处以某东平台作为电商服务平台经营者时，对惩罚性赔偿规则的运用为主要研究对象。

我国惩罚性赔偿规则所规定的欺诈行为，在电商商品交易活动中通常表现为实质性与宣传性经营欺诈[6]，即商家存在知假售假、虚假宣传的行为。对此，某东平台制定了相关规则来进行规制。[6]从某东平台电商规定细则来看，平台内各项规则的制定，对减少平台内假货交易或虚假宣传行为、为消费者明晰维权路径发挥了一定积极作用。例如在规则的推动下，某东上线了“智臻生活”小程序，通过溯源系统为消费者提供商品详细信息查询，帮助消费者辨别商品真假[7]。但是，某东平台公开的各项规则对消费者权益保护而言仍具有一定的局限性。该平台公开的各项规则对商家在平台内开展的行为进行了规范，但对于商家的违规行为，通常只规定了某东平台对涉事商家可以采取的惩罚措施，平台方对消费者权益的保障未进行直接规定。对于惩罚性赔偿规则的适用也仅在《某东开放平台假一赔四服务规则》中出现，且该规则明确规定赔付义务由商家承担，平台方不具有先行代为赔偿的义务。

3.2. 某宝平台

某宝平台以商家入驻平台，平台从商家与消费者的交易中抽取佣金为主要的运营方式。根据《某宝网开店规范》可知，在店铺开设上，根据开设主体的不同，某宝平台将店铺分为个人店铺与企业店铺，

[5]某东 POP 店铺主要包括旗舰店、专卖店与专营店三种类型，某东小店是一种针对个体工商户和个人商家的 POP 入驻模式，此模式支持个体商户入驻，某东自营店铺则是某东作为经营者参与到电商交易之中，该店铺中商品的物流、管理、客服、售后都有某东负责。
[6]《某东开放平台出售假冒商品细则》对商家被某东认定出售假冒商品的情形作出了规定，“(1) 经司法、行政机关认定商家出售假冒、盗版商品的行为。如：各级人民法院通过判决等司法文书或市场监管、海关等行政机关通过行政文书等认定商家出售假冒商品/盗版商品；(2) 经权利人或其授权的代理人鉴定为假冒、盗版商品。如：某东抽检商家的商品，被权利人或其授权的代理人鉴定为假并出具鉴定报告”。《某东开放平台假一赔四服务规则》规定了商家赔偿责任。《某东开放平台虚假宣传细则》也对平台内经营者的虚假宣传行为作出了相应的规定。

不同主体入驻平台时均需按照相应要求通过实名认证并缴纳一定保证金。某宝平台在运营中主要利用其监管者的身份，对平台内的交易行为进行监管。平台对知假售假、虚假宣传行为的规制主要体现在《某宝网市场管理与违规处理规范》与《内容创作者管理规则》之中。[7]但是对于商家的违规行为，某宝平台也只是规定了平台对涉事商家可以采取的惩罚措施，通常表现为平台对商家进行扣分处理。在对卖家出售假冒、盗版商品行为的认定上，平台仅列举了三种情况，即经司法、行政机关认定的卖家出售假冒、盗版商品的行为、卖家自认其出售假冒、盗版商品的行为和有关权利人出具了鉴定该商品为假货的鉴定报告的行为。平台方对消费者权益的保障仅体现在其实行的“三振出局”制度，[8]以及平台方可以利用商家缴付的保证金对符合规定的消费者进行先行赔付。

3.3. 拼某某平台

拼某某平台相较于上述两平台在运营模式上较为单一，拼某某平台主要负责为平台内交易双方完成应用产品或服务商品交易提供技术服务，该平台运营者自身并未以平台内经营者的身份开展自营业务。根据《服务市场服务协议》可知，相较于其他平台，拼某某平台在入驻门槛、需要缴纳的保证金等方面要求较低，个人店铺的开设成功率高，故吸引了较多个人卖家在该平台内开设店铺。拼某某平台对商家违规行为的规制主要体现在《开放平台违规处理规则》与《服务市场争议处理规则》之中。但拼某某平台在上述规制之中并没有明确地将商家出售假冒伪劣产品、虚假宣传的行为列举在违规具体情形之中，相较于某东平台与某宝平台的规定，该平台对于商家出售假冒伪劣产品的行为也未进行明确的规定。

上述三平台在平台规则、营销推广上存在一定的差异。平台规则上，拼某某平台规定的入驻门槛较低，惩罚较为宽松，同时某东与某宝平台运营者在其平台内有自营店铺运营，拼某某平台并未运营自营店铺；营销推广上，拼某某平台以团购秒杀，降低价格来吸引消费者，某宝平台通常以直播间优惠、消费节等满减活动吸引消费者，某东平台则通常以物流快速、平台内的商品质量有保障来吸引消费者。但上述三平台在制定电商细则时，均未从消费者权益保护方面，对平台内商家实施的售假或虚假宣传行为，平台方需承担的责任进行规定。

在电商案件的司法审判活动中，消费者最终也难以从电商平台经营者处获得赔偿。大量案件中，电商平台经营者都会因被法院认定为“已尽到其作为网络交易平台提供者对入驻经营者资质的核查义务”，且消费者不能提供“电商平台经营者存在知道或者应当知道平台内经营者存在侵害消费者合法权益而未采取必要措施的行为”的确切证据，而最终被判定不承担赔偿责任。[9]消费者以电商平台经营者与电商平台内经营者为共同被告的，法院对证据确实充分的案件会判决由平台内商家对消费者承担惩罚性赔偿责任。但实际上，部分商家在案件审理之前便发现为“空壳公司”，在案件审理时因无正当理由拒不到庭而适用缺席审判程序，即使消费者获得了对自己有利的判决结果，但也会因无法有效联系到平台

[7]《某宝网市场管理与违规处理规范》第二十四条对出售假冒商品的行为进行了相应规定：“[定义]出售假冒商品，指卖家出售假冒注册商标或盗版商品的行为。[违规行为纠正]某宝网删除会员所发布过的假冒、盗版商品的行为。[违规类型]出售假冒商品(C 类)[违规扣分与违规处理措施] (一) 卖家出售假冒、盗版商品情节一般的，每次删除商品；(二) 卖家出售假冒、盗版商品且情节严重的，每次扣 C 类 24 分；(三) 卖家出售假冒、盗版商品情节特别严重的，每次扣 C 类 48 分；某宝网针对出售假冒商品实行‘三振出局’制，即卖家每次出售假冒商品的行为记为一振，若同一卖家出售假冒商品累计达三振，将被查封账户。同时某宝网视情节严重程度可采取下架商品、删除商品、限制发布商品、限制解冻保证金、支付违约金、查封账户等措施。”《内容创作者管理规则》第四章违规情形及处理中，对推广假冒商品、描述不当等违规行为进行了规定。

[8]某宝平台对平台内商家出售假冒商品实行“三振出局”制，即卖家每次出售假冒商品的行为记为一振，若同一卖家出售假冒商品累计达三振，将被查封账户。

[9]笔者在中国裁判文书网上对电商平台经营者最终先行承担惩罚性赔偿责任的案例进行检索，未发现有成功获得电商平台经营者赔偿的案例，大部分案例如北京市大兴区人民法院作出的(2016)京 0115 民初 5416 号判决书、广州互联网法院作出的(2023)粤 0192 民初 15740 号、北京互联网法院作出的(2024)京 0491 民初 16604 号、德州市德城区人民法院作出的(2021)鲁 1402 民初 193 号民事判决书，都不认为电商平台经营者具有赔偿责任。

内商家等情况而出现判决执行难的问题，使判决结果最终成为“法律白条”。

综上可知，在电商实践中，消费者最终实际能够从电子商务平台经营者或者平台内经营者处运用惩罚性赔偿规则的规定获得赔偿的难度较大。

4. 惩罚性赔偿规则难以在电商平台推进的原因分析

消费者在遭遇电商平台内商家的欺诈行为时，可以通过联系商家、与电商平台客服沟通并举报、向消费者保护协会投诉或自行提起诉讼等多种方式来维护自身的合法权益，获得法律规定的惩罚性赔偿。但在电商实践中，受多种原因的影响，我国惩罚性赔偿规则在电商平台的运用存在着难以持续推进的困境。消费领域惩罚性赔偿规则在我国电商平台难以持续推进主要存在以下三种原因。

4.1. 电商平台的假货认定标准单一

根据上文可知，欺诈行为通常包括商家的虚假宣传行为与知假售假行为。其中对于售假行为的认定，平台规定的假货认定标准较为严格，将认定假货的方式限定为消费者取得国家公权力机关出具的文书和消费者提供有鉴定资质的机构出具的鉴定报告这两种方式。由于从国家公权力机关处获取到相关文书通常也以消费者向该机关提供鉴定报告为前提，故实际上平台是以消费者出具的鉴定报告为唯一认定假货的标准。

电商平台经营者实际上将消费者出具的鉴定报告作为认定平台内经营者出售假货的唯一标准，通常是基于对平台以及平台内经营者的保护。不可否认，随着消费领域惩罚性赔偿规则的制定，开始出现一批明知商家销售的商品为假货，仍故意频繁购买假货，以此获取大额赔偿来牟利的“职业打假人”。采取严格的假货认定标准在一定程度上可以提高职业打假人的打假成本，防止其对平台与平台内经营者的恶意维权与滥诉行为，同时还可以节约平台内人工客服介入假货纠纷的人工与时间成本。

但该项认定标准同样也提高了绝大多数普通消费者的维权门槛。对于小额交易而言，部分商家销售的商品与正品在外观、商品标签等方面有明显的差异，无需鉴定便可使一般人产生该商品为假货的内心确信。根据上述 9 份《中国电子商务用户体验与投诉数据报告》可知，我国消费者投诉的商品或服务的金额主要集中在 100~500 元之间，依照我国惩罚性赔偿规则的规定，此类商品最终能够获得的最高赔偿额为 500 元。但如果对该商品进行鉴定，存在着消费者需承担的鉴定费用高于其能够获得的最高额赔偿款项的情况，此时消费者会基于维权所耗费的成本与时间的考量，被迫选择放弃维护自身的合法权益。在平台内售假但未获得任何经济上惩罚的商家会因该行为的可获利性而倾向于继续从事扰乱市场秩序的相关行为。通过对上述三平台的规则进行检索可知，部分平台发现商家出售假冒商品的事实有多种途径，[10]但实践中，当受损失的消费者向平台方维权时，其仅支持一种认定商家存在出售假冒商品事实的方式，此种单一的假货认定方式会对惩罚性赔偿规则在电商平台的推进造成一定的阻碍。

4.2. 电商平台经营者应承担的审核义务不明确

电商平台自行制定的规则中要求商家在入驻平台时交纳保证金、交易服务费、运营支持服务费等资金来进行平台的运营与商户的管理，故某东等电子商务平台经营者便需要对平台的运行与平台内经营者的行为履行相应的管理职责。同时根据法律规定可知，电商平台经营者在明知平台内经营者实施了侵权行为或者未尽到审核义务、安全保障义务时将承担相应的责任。[11]其中，电商平台经营者对平台内经营者

[10]在某东规则平台中，对于“某东是如何发现商家‘出售假冒商品’的？”这个问题，平台作出了如下回答，“某东发现的渠道包括但不限于采用某东抽检、行政部门通报、媒体报道、其他投诉反馈等。投诉反馈包括：权利人投诉、消费者投诉以及其他渠道投诉反馈等”。

[11]电商平台经营者应承担的义务在法律规定上主要体现在《中华人民共和国电子商务法》第二十七条第一款、第三十八条、第五十

身份的适格性与其提供的商品或服务的安全性存在着审核义务[8]，对平台内的用户信息与网络交易安全存在着安全保障义务。但现行法律对电商平台经营者承担的审核义务需达到的标准并无明确规定，如电商平台经营者需要对平台内商家进行实质审核还是形式审核未进行明确规定，这使得审核范围是否包括平台内商家售卖的商品的质量、商家提交的资质是否具有有效性等内容在消费者、电子商务平台经营者与平台内经营者之间产生了分歧，司法审判上对该义务的审查标准也存在较大的争议。[12]

同时，商主体的营利性也意味着电商平台经营者为获取更大的利润，需要不断吸收新的平台内经营者入驻，提供更具有吸引力的商品来吸纳更多的消费者在该平台消费。而降低平台入驻审查条件是吸收新的平台内经营者最便捷的方式。实践中便存在着部分平台自行降低入驻资格审查条件以吸引更多商家入驻平台的现象[9]。电商平台经营者降低资格审查条件这样的行为具有可操作性，便是基于现如今法律规定的电商平台经营者应承担的审核义务具有一定的概括性。平台自行降低审查条件的行为，不仅降低了平台的入驻门槛，也在一定程度上降低了商家的违法成本，使商家在实施欺诈行为之后，可以使用其他人员的身份重新在平台内开设新的店铺，或者换驻另一个入驻门槛较低的平台实施欺诈行为，助长平台内经营者的欺诈行为。当消费者向电商平台经营者维权时，电商平台经营者往往会因审核义务的边界模糊的原因，将自己排除在先行承担惩罚性赔偿责任的范围之外，要求消费者与平台内商家自行解决。例如对于大额交易，在消费者出具了鉴定意见后，部分平台同样也会存在基于各种理由拒绝承担责任的情况[10]。

依据《电子商务法》可知，电子商务平台经营者的审查行为需要具有连续性，需对商家的各项信息进行定期核验更新，但“定期”一词较为概括抽象，赋予电商平台经营者较大的自主性，同时由于缺乏是否需要对平台内经营者的商品质量、宣传内容进行定期核验的具体规定，电子商务平台经营者、平台内经营者与消费者在此方面存在较大的分歧。在基于审核义务而产生的信息披露义务上，对电商平台部分商家公示的信息进行查阅可以发现，电商平台对平台内商户的证照信息都进行了公示，但部分店铺商家的有效联系方式如联系电话，并未对消费者直接公开，消费者只能在平台内与商家进行文字沟通。这使得消费者选择通过其他手段维权时，会出现因无法与商家取得有效联系而最终无法实现其获得惩罚性赔偿的目的。

法律对电商平台经营者的审核义务规定得较为概括抽象，这给予了电商平台经营者较大的经营自由，其在经营过程中会出于运营成本、技术能力限制、付出回报率等多种因素的考量，不愿意主动承担更重更耗费时间与金钱的实质审查义务。

综上，由于目前的《电子商务法》与《消费者权益保护法》对电商平台经营者应承担的审核义务规定不够明确，使得电商平台经营者通常会以平台已履行相应的义务为由，尽可能避免先行承担责任。

4.3. 消费者举证责任较大

维权成本与司法诉讼中承担的举证责任，是影响消费者运用惩罚性赔偿规则来维护自身权益的重要因素。

八条第三款以及《中华人民共和国消费者权益保护法》第四十四条第一款。其中《中华人民共和国电子商务法》第二十七条第一款规定了应审核的基本内容，即“电子商务平台经营者应当要求申请进入平台销售商品或者提供服务的经营者提交其身份、地址、联系方式、行政许可等真实信息，进行核验、登记、建立登记档案，并定期核验更新”；第三十八条规定了电子商务平台经营者可能承担相应责任的情况，即“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”。

[12]笔者通过中国裁判文书网进行了相关案例检索，发现司法实践中呈现出部分判决只要求平台进行形式审查，部分判决要求平台进行实质审查的现象。如贵州省遵义市中级人民法院(2021)黔 03 民终 4416 号民事判决书、重庆市第四中级人民法院(2020)渝 04 民终 198 号民事判决书、安徽省亳州市中级人民法院(2020)皖 16 号民终 2574 号民事判决书。

维权成本通常包括消费者所需要消耗的时间成本与金钱成本。在网络购物中，消费者自身权益受到损害时，通常会先与商家进行沟通。以某东平台为例，某东平台在进行售后服务时，首先会介入到消费者与平台内商家的沟通页面，但一旦消费者与商家产生分歧，试图向平台客服寻求帮助时，会发现某东平台大部分客服为机器人客服，人工客服的接入难度较大，通过电话等方式与某东客服进行联系通常也需要等待较长的时间。此时所耗费的时间成本已让部分小额交易消费者选择放弃维护自身权益。且电商平台认定假货的方式较为严格，通常需要消费者出具商品为假货的鉴定意见，在所获惩罚性赔偿远低于维权所耗金钱成本时，消费者会被迫选择放弃维护自身合法权益。

如果消费者选择以向 12315 投诉的方式维护自身权益，当投诉地区的市场监督管理局发现商家并未在该地存在实际经营活动，无法与投诉商家取得联系时，有关机关也只能终止调解，建议消费者通过司法途径来维护自身合法权益。

在司法实践中，消费者为加大获得实际赔偿的可能性，通常会以电子商务平台经营者与平台内经营者为共同被告，或者仅以电子商务平台经营者为被告，向法院提起民事诉讼。但如果将电子商务平台经营者纳入被告的范围，要求其承担相应的责任，依据“谁主张，谁举证”的原则，根据法律的规定，消费者通常需要承担平台方存在过错的举证责任，即需要证明平台经营者未履行审核与信息披露的义务或者平台经营者明知或者应知销售者存在的侵权行为而未采取必要措施。但要求消费者举证证明平台经营者明知或者应知销售者存在的侵权行为而未采取必要措施的举证难度较大。例如，消费者可以从之前有消费者对该商家的欺诈行为进行过投诉，但平台未对该店铺采取闭店整治等措施，而纵容该商家继续实施欺诈行为的角度来证明电商平台经营者存在过错，但由于平台内消费者与平台客服都是进行独立沟通，沟通的电子数据也由平台方掌握，消费者自行收集此类证据的难度较大。且电商平台经营者出于自身利益的考量，会选择利用与消费者之间的信息差以及现行法律对电商平台的审核义务与“应知”的规定不明确，滥用“红旗规则”，[13]营造对平台内经营者实施的侵权行为不知情的假象。消费者与电商平台经营者在举证责任与举证能力上的差距，且采用诉讼的方式维护自身权益，收集证据所耗费的时间成本较大，也会影响消费者选择运用司法诉讼途径来维护自身获取惩罚性赔偿的合法权益。

5. 推进惩罚性赔偿规则在电商实践中落实的建议

基于上述造成我国惩罚性赔偿规则在电商平台运用的困境及原因分析，可以从以下几方面来推进惩罚性赔偿规则在电商实践中落实。

5.1. 改进假货认定标准

电商平台假货认定的方式不应局限于具有鉴定资质的机构出具的鉴定意见这一种。商品所具有的不同的属性与价值会让消费者对是否值得耗费金钱成本进行鉴定作出考量。尤其是对于小额交易，在最终能够获得的赔偿金额明显会低于进行鉴定所需支付的金额时，如不进行鉴定平台便无法认定为商品为假货，大部分平台内消费者会选择放弃适用惩罚性赔偿规则，从而加大平台内经营者在小额交易领域实施欺诈行为的潜在风险。故为减少此类情况的出现，电商平台可以从交易的金额等方面来对平台内假货的认定方法进行规定。

对于部分小额交易，可以采取整体感观法来进行假货的认定。对一些商品特征与正品明显不符，一般理性人能够直观分辨出该商品与正品在商品特征如颜色、外形上存在明显差异的，可以无需进行鉴定。此处的一般理性人并不以年龄为划分标准，而可以理解为具有普通智力水平和基本识别能力，在遇到相

[13]“红旗规则”是指《中华人民共和国民法典》第 1197 条规定的“网络服务提供者知道或者应当知道网络用户利用其网络服务侵害他人民事权益，未采取必要措施的，与该用户承担连带责任”。

同情况时能做出相同或者类似的判断的人群。一般理性人通过与商品进行直观的视觉与触觉接触，感知到商品的颜色、外形与正品有明显差异的，电商平台经营者可以选择适用该方法。同时，为了防止消费者对此方法的滥用与平台方做出主观判断的随意性，平台方在接受消费者的维权投诉时，可以要求平台内经营者出具相应商品的采购凭证，对于部分商品还可以要求商家出具代为销售的授权委托书，通过相关凭证来进一步判断商品的真伪。如果商家拒不提供，基于上述情况，可以直接推定平台内商家实施的销售假货的行为。此时，平台可以利用商家在入驻平台时交纳的保证金，直接代为对消费者进行惩罚性赔偿，并及时按照平台规定对商家采取惩罚措施，以遏制平台内欺诈行为的发生。其次，对于大额交易案件，大部分消费者会选择通过鉴定来验证商品的真假状况。在出现部分商品具有鉴定资质的机构拒绝出具鉴定报告的情况时，电商平台经营者可利用技术研发部门积极研究新型技术，以助力消费者查明平台内交易商品的真假情况。如某东平台的“智臻链”技术，对商品的来源、出售、运输等全过程进行记录。通过该技术的运用并结合消费者的开箱证明、订单信息、与商家的聊天记录等内容形成较为完整的证据链，帮助消费者认定平台内商品真实状况。

电商平台经营者多样灵活的假货认定方式，不仅可以推进惩罚性赔偿规则在电商平台的落实，还可以缓和消费者与电商平台经营者、平台内商家之间的矛盾，减少消费者维护自身权益所耗费的成本，减少诉讼行为的发生，节约司法资源。

5.2. 完善《电子商务法》中电商平台经营者审核义务的规定

我国《电子商务法》在第二十七条第一款、第三十八条对电商平台经营者应承担的审核义务进行了相应的规定，但未明确审核义务中是否包括对商品质量、商家提供的资质的有效性等实质性内容进行审核。在电子技术日益发展成熟的基础之下，电商平台已经具备承担审核义务的能力。但如果将电商平台的审核义务限定为形式审核、事后审核、被动审核，则在一定程度上会对平台内消费者权益保护产生不利的影响[11]。特别是随着电商平台侵权案件的不断增多，如果继续保持较为保守的形式审核、事后审核的审核方式与标准，会难以实现规避风险、保护消费者的合法权益的目的[12]。对此，需要在《电子商务法》中增加电商平台经营者对平台内经营者提交的部分文件需要进行实质性审核的规定，以及进一步细化电商平台经营者的持续性审核规定。

电商平台经营者对入驻商家进行进驻平台资格审核时，需要对商家提交的营业执照、品牌授权书等内容进行实质性审查。对此，可以积极推动电商平台经营者与各地区市场监督管理局建立有效联系，由两方主体对商家是否在办理营业执照后开展实际经营，是否能够及时与商家取得有效联系进行持续性调查审核，避免由于电商平台经营者仅对入驻商家提交的文件进行形式上的审核，导致发生侵权行为时，消费者通过各种途径都难以直接联系到商家，加大消费者维权难度的情形的出现。同时，对于持续性审核的规定，可以参照域外的规定来完善我国的持续性审核规定。欧盟于 2022 年通过的《数字服务法》，对平台经营者作出了平台需要对平台内的高风险产品采取有效行动的规定，并规定了相应的处罚措施[13]。我国的《电子商务法》也可以明确规定平台经营者需要对部分高风险商品，如母婴用品、食品类产品进行持续性的审查，可以对此类商品由平台每一季度进行抽检、要求平台利用 AI 等新兴技术实时监控商家店铺内商品的评价，对好评与差评激增的较为异常的店铺积极进行监测，对发现存在欺诈现象的店铺积极作出响应。同时，对基于审核义务而衍生出来的信息披露义务，可以在《电子商务法》中明确规定，电商平台经营者每年至少需要向消费者公示受到消费者投诉具有欺诈行为的店铺以及平台的认定处理结果一次，并对公示的信息配备快速检索工具，帮助消费者能快速查询到相关店铺的有关信息。

5.3. 减轻消费者在诉讼中应承担的举证责任

消费者相对于经营者而言在市场经济中处于较为劣势的地位，在交易信息不对称方面尤为明显[14]。

在电商平台进行交易，具有证明力的电子数据等证据大都掌握在平台与平台内经营者手中，部分平台内经营者在欺诈行为败露后，会选择注销店铺，消灭其与消费者之间的聊天记录，使消费者难以提供电子数据原件，加大消费者在诉讼中的举证难度，影响消费者提供的证据的证明力。消费者根据《民事诉讼法》及其司法解释的规定可知，[14]在民事诉讼中，如果消费者要向经营者追究责任，待证事实需要达到“排除合理怀疑”的证明程度，但这对本就处于交易劣势地位的消费者而言不公平。消费者的举证难度也会直接影响到其通过司法途径来维护其自身合法权益，如果对消费者应承担的举证责任规定过于苛刻，则会引起消费者对于法律的权威性的质疑。对此，基于消费者与电商平台经营者举证能力的考量，对于电商平台经营者是否应当承担赔偿责任，在举证责任分配上应实行举证责任倒置，即要求平台经营者自行承担已履行审核、信息披露义务、安全保证等义务的证明责任，如果平台经营者不能对此进行证明，则平台经营者自行承担败诉的后果。而在消费者将电子商务平台经营者与平台内经营者为共同被告的诉讼案件中，消费者需承担平台内商家存在欺诈行为、消费者因欺诈行为遭受损失、欺诈行为与损害结果之间存在因果关系的证明责任，且对于平台内电子数据的固定，消费者有权要求电商平台经营者提供协助。

6. 结语

《电子商务法》是我国电子商务领域的首部综合性法律，其运用法律手段对电子商务出现以来存在的各种问题进行约束，为电子商务由高速发展转变为高质量发展提供了有力的法律保障[15]。电子商务平台经营者对于维护平台内交易秩序、保障消费者合法权益、推动电商技术不断优化升级具有重要作用，是电商交易的重要一环。因此，在电商实践中需要充分发挥电子商务平台经营者的作用，通过上文的论述可知，惩罚性赔偿规则在电商实践中存在缺位的现状，对此，希望能够通过立法的完善、电商平台经营者积极承担社会责任，与有关部门一起通力协作，共同推进惩罚性赔偿规则在电子商务消费领域的运用，积极维护消费者合法权益，营造良好的市场秩序。

参考文献

[1] 王利明. 惩罚性赔偿研究[J]. 中国社会科学, 2000(4): 112-122+206-207.

[2] Owen, D.G. (1994) A Punitive Damages Overview: Functions, Problems and Reform. *Villanova Law Review*, **39**, Article 363.

[3] Taliadoros, J. (2015) The Roots of Punitive Damages at Common Law: A Longer History. *Cleveland State Law Review*, **64**, Article 251.

[4] 李毅君. 消费者权益保护法中惩罚性赔偿条款的适用[J]. 人民司法, 2015(23): 82-86.

[5] 施雯馨, 谢可训. 民商法视阈下惩罚性赔偿制度应用研究[J]. 河北法律职业教育, 2024, 2(12): 86-90.

[6] 杨立新. 商品欺诈惩罚性赔偿责任适用范围争议之我见[J]. 江汉论坛, 2017(1): 114-120.

[7] 拓天财富. 某东“智臻生活”上线, 类似拼某某的假货问题再也无需担心? [EB/OL]. 2018-08-03. https://caifuhao.eastmoney.com/news/20180803160122122011110, 2025-07-05.

[8] 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.

[9] 法治日报. 消费者网上买到假货为何难获赔偿[EB/OL]. http://www.xinhuanet.com/legal/20240827/21f74bf6d21d441781ca6a3c1ff21898/c.html, 2024-08-27.

[10] 大众青岛网. 某东买天梭表鉴定为假, 假一赔三变补偿 200?小伙: 我倒贴 500 鉴定费! [EB/OL]. https://baijiahao.baidu.com/s?id=1816842637658626508&wfr=spider&for=pc, 2024-11-27.

[11] 曹险峰, 王堃宇. 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(3): 111-121.

[14]主要体现在《中华人民共和国民事诉讼法司法解释》第一百零九条，即“当事人对欺诈、胁迫、恶意串通事实的证明，以及对口头遗嘱或者赠予事实的证明，人民法院确信该待证事实存在的可能性能够排除合理怀疑的，应当认定该事实存在”。

[12] 叶逸群. 互联网平台责任: 从监管到治理[J]. 财经法学, 2018(5): 49-63.

[13] Wilman, F. (2022) The Digital Services Act (DSA)—An Ooverview. *SSRN Electronic Journal*. https://doi.org/10.2139/ssrn.4304586

[14] 姜智颖, 马明飞. 论消费者权益保护法中惩罚性赔偿制度适用的界定[J]. 武汉冶金管理干部学院学报, 2022, 32(2): 19-22.

[15] 王文华, 张傲霜. 《电子商务法》实施五周年回顾与展望: 有效促进数字经济与实体经济融合发展[J]. 中国市场监管研究, 2024(1): 15-19.