

电商平台对平台内经营者的监管义务研究

钱彦润

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年10月14日; 录用日期: 2025年10月29日; 发布日期: 2025年11月24日

摘要

随着数字经济的快速发展, 电商平台已成为连接生产与消费的关键枢纽, 其作为市场组织者和管理者角色日益凸显。平台内经营者数量激增、业态复杂, 其经营行为直接影响消费者权益、市场秩序与社会公共利益。因此, 明确电商平台对平台内经营者的监管义务, 具有重要的理论价值与现实紧迫性。本研究系统分析了电商平台监管义务的理论内涵、法律属性及具体内容, 指出其在商事准入、日常运营与违规处置等环节的具体要求。研究进一步揭示了平台在履行监管义务过程中面临的技术能力局限、利益冲突与标准模糊等现实困境。最后, 提出通过技术赋能、规则优化、协同治理等体系化路径, 提升平台监管效能, 构建更加安全、可靠、活跃的平台经济生态。

关键词

电商平台, 经营者监管, 平台责任

Research on the Regulatory Obligations of E-Commerce Platforms towards Operators within the Platform

Yanrun Qian

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 14, 2025; accepted: October 29, 2025; published: November 24, 2025

Abstract

With the rapid development of the digital economy, e-commerce platforms have become a key hub connecting production and consumption, and their role as market organizers and managers has become increasingly prominent. The number of operators within the platform has surged, and the business models have become complex. Their business activities directly affect consumer rights,

market order, and social public interests. Therefore, clarifying the regulatory obligations of e-commerce platforms towards operators within the platform holds significant theoretical value and practical urgency. This study systematically analyzes the theoretical connotation, legal attributes, and specific content of the regulatory obligations of e-commerce platforms, pointing out specific requirements in areas such as business access, daily operations, and violation handling. The study further reveals the practical difficulties faced by platforms in fulfilling their regulatory obligations, such as technical capacity limitations, conflicts of interest, and ambiguous standards. Finally, it proposes systematic paths such as technology empowerment, rule optimization, and collaborative governance to enhance the regulatory efficiency of platforms and build a safer, more reliable, and more vibrant platform economic ecosystem.

Keywords

E-Commerce Platform, Operator Supervision, Platform Responsibility

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

电商平台的崛起重塑了市场交易模式，也催生了关于其责任与义务的全新理论论辩。厘清平台监管义务的法理基础，首先需回归国内外关于平台责任的经典理论谱系。早期，以“通知-删除”规则为核心的避风港原则占据主导地位，该规则源于美国《数字千年版权法》，其法经济学逻辑在于：通过设定免责条款激励平台配合权利人维权，同时将初始侵权识别成本分配给更具信息优势的权利人，以实现社会总成本的最小化。然而，随着平台规模的扩张与权力的集中，这一被动、反应式的责任框架日益显现其局限性。理论界随之发展出更具解释力的分析范式。一是平台权力理论，该理论认为，平台通过制定规则、控制流量、处理数据，已行使着类似传统政府的“准公权力”，其私主体身份与公共职能产生了深刻矛盾，因而必须承担与之匹配的监管责任[1]。二是数字守门人理论，该理论由欧盟《数字服务法》《数字市场法》等立法实践推向前沿，强调大型在线平台作为关键通道的“守门人”地位，其对平台内非法有害内容的控制能力决定了其必须履行积极主动的风险管理义务，包括部署内容审核系统、进行风险评估与独立审计等。上述理论共同指向一个核心议题：平台的责任已从消极的“中介责任”转向积极的“管控责任”。在此理论背景下，中国《电子商务法》等立法实践确立了平台“看门人”的法律地位，但其义务边界、履职保障与激励机制仍存在理论与实践的巨大张力。本文的理论切入点正在于此：在吸收“数字守门人”理论内核的基础上，立足于中国本土立法演进与平台实践，重点剖析平台监管义务从“原则性宣示”到“操作性规则”转化过程中所面临的现实困境，并探索构建一个兼顾监管效能、平台发展与权益保障的协同治理框架。本研究旨在通过这一分析，为完善具有中国特色的平台责任理论体系与制度设计提供学理支撑。

2. 平台监管义务的法律性质辨析

在系统分析立法现状之前，有必要首先厘清“平台监管义务”这一核心概念的法律性质。平台监管义务并非传统的单一法律义务，而是在数字经济背景下衍生出的、兼具公私法属性的复合型法律义务[2]。

首先，平台监管义务区别于传统的“注意义务”。传统注意义务源于民法，强调行为人对特定或可预见的相对人负有合理的谨慎义务，以避免造成损害。其适用范围相对特定，如《民法典》第1198条规

定的公共场所安全保障义务。而平台监管义务则具有显著的公共性与主动性，其对象是不特定的广大消费者和平台内经营者，其目标在于维护整体的交易秩序和市场环境，远超出对特定个体损害的预见与防范。

其次，平台监管义务与“安全保障义务”既有联系又有区别。二者均源于行为人对特定风险的控制能力与优势地位。《电子商务法》第38条将安全保障义务引入平台责任，要求其对消费者损害承担相应责任。但平台监管义务的外延更为广泛，它不仅包括对人身、财产的安全保障，还延伸至对信息真实性(如商家资质审核)、交易公平性(如禁止虚假交易)、知识产权保护(如侵权商品处置)等多维度的秩序维护。例如，在“淘宝诉姚某服务合同纠纷案”¹中，法院认可了平台依据规则对销售假冒商品的商家进行处罚的权力，这已超出了传统安全保障义务的范畴，体现了平台作为市场组织者对整体交易秩序的维护职责。

平台监管义务不同于政府的“行政监管权力”。行政监管权源于公法授权，具有国家强制力与单向性。而平台的监管义务，一方面来源于法律的直接规定(如《电子商务法》)，具有法定性；另一方面源于其与经营者之间的服务合同约定，具有契约性。尽管大型平台在实践中承担了部分类似行政监管的职能(如资质审核、行为监控)，但其本质仍是私法主体基于其市场支配地位和技术能力而负有的特殊责任，其采取的监管措施(如删除商品、限制流量)主要依托平台规则与合同授权，而非行政处罚。2021年“美团二选一垄断行政处罚案”²则从反面说明，当平台滥用其管理地位实施垄断行为时，其承担的是反垄断法上的公法责任，这与其应履行的公正监管义务背道而驰，也凸显了厘清其义务边界的复杂性。

综上所述，平台监管义务是一种融合了民事注意义务、安全保障义务色彩，并带有准行政监管功能的、独特的复合型法律义务。其法律根基在于平台作为“关键组织者”对平台内生态所具备的强大控制力与信息优势，法律因而要求其承担与之相匹配的、积极的风险防控和秩序维护责任。

3. 电商平台监管义务立法现状分析

随着数字经济的深入发展，电商平台作为连接商家与消费者的核心枢纽，其监管义务的立法框架也在不断完善。当前，中国关于电商平台监管义务的立法体系呈现出责任不断强化与边界持续探索的双重特点[3]。从立法演进来看，平台的责任从早期的被动响应逐渐转变为主动管理，其“看门人”角色日益凸显；然而，在责任强化的同时，立法也面临责任边界模糊、利益冲突难以完全规避等挑战，需要在“强监管”与“促发展”之间寻求平衡。

3.1. 责任的持续强化与细化：从“避风港”到“看门人”

中国电商平台监管义务的立法进程清晰地展现了责任不断强化的趋势。这一过程大致可分为三个阶段：早期阶段的“避风港”原则适用、里程碑阶段的体系化责任框架构建，以及近年来的责任深化与扩展。在早期阶段，立法对平台的责任设定相对宽松，主要借鉴了国际通行的“避风港”原则。2010年实施的《侵权责任法》第36条规定了网络服务提供者的“通知-删除”规则，即平台在接到侵权通知后，若未及时采取必要措施，则需对损害的扩大部分承担连带责任[4]。这一规则体现了当时立法对互联网新兴产业的保护倾向，平台的责任主要是被动响应，而非主动管理。此时的电商平台更多被视为技术中立的服务提供者，而非市场的管理者。2019年实施的《电子商务法》标志着平台监管义务立法的重大转折。该法首次系统性地构建了电商平台的责任框架，明确了其“看门人”角色。具体而言，该法从事前、事中、事后三个环节细化了平台的义务。在事前准入环节，第27条要求平台对申请进入的经营者进行身份核验和登记，并定期向市场监管部门报送信息。这一规定改变了以往平台对商家资质审核流于形式的局

¹淘宝诉姚某服务合同纠纷案，浙江省杭州市中级人民法院（2020）浙01民终2772号民事判决书。

²美团二选一垄断行政处罚案，国家市场监督管理总局国市监处（2021）74号行政处罚决定书。

面,赋予了平台实质性的审核责任。在事中监控环节,第 29 条要求平台发现平台内经营者有违法行为时,依法采取必要的处置措施(如删除、屏蔽、断开链接等),并向主管部门报告。这不仅超越了被动的“通知-删除”规则,还引入了主动监控和报告的义务,使平台成为市场监管的重要辅助力量。在事后保障环节,第 38 条规定平台若未尽到审核义务或安全保障义务,造成消费者损害的,需依法承担相应责任。这一条款为平台设定了更高的注意标准,使其责任范围从单纯的程序性合规扩展到实质性安全保障。2020 年实施的《民法典》进一步巩固了平台的责任地位[5]。其第 1194 至 1197 条继承了《侵权责任法》的“通知-删除”规则,并增加了“反通知”程序,在保护权利人的同时也防止权利滥用,体现了立法的平衡性。但更重要的是,《民法典》再次强调了平台在“知道或应当知道”侵权行为时的连带责任,为后续执法和司法实践提供了基础。

近年来,平台监管义务立法进一步向纵深发展。2021 年实施的《网络交易监督管理办法》作为《电子商务法》的配套规章,对平台的义务进行了更精细化的规定。例如,明确了“零星小额”交易免于登记的具体标准,使平台审核更有据可依;强化了对消费者个人信息的保护义务;要求平台对经营者自行声明的业态(如农产品直销、家庭手工业产品)进行公示,增强了透明度。这些规定使平台的责任从原则性要求转化为可操作的具体规则。2024 年 7 月即将实施的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》则代表了责任强化的最新动向。其第 13 条明确规定,平台经营者应当对平台内经营者侵害消费者合法权益的行为采取必要措施,未采取必要措施的,应当对损害承担连带责任。这一规定将平台的监管义务与赔偿责任紧密挂钩,进一步加大了平台的责任压力。总体来看,立法对平台监管义务的规定经历了从被动到主动、从原则到具体、从单一到全面的演变过程。平台的角色已从单纯的技术提供者转变为市场的管理者和秩序的维护者,其责任不断强化和细化。

3.2. 责任边界的模糊与探索：在“强监管”与“促发展”之间寻求平衡

尽管立法在不断强化平台的责任,但平台监管义务的边界仍存在模糊之处,如何合理界定责任范围以避免过度苛责,成为立法者面临的重要挑战。当前立法在平台责任的边界设定上仍处于探索阶段,主要体现在“应知”标准的模糊性、自身业务与平台业务的利益冲突等方面[6]。“应知”标准的模糊性是平台责任边界不清的典型体现。《电子商务法》第 38 条和《民法典》第 1197 条均规定,网络服务提供者知道或应当知道侵权行为而未采取措施的,需承担连带责任。然而,“应当知道”(即“应知”)是一个高度抽象的法律概念,缺乏明确的判断标准。平台需要投入多少技术和管理资源进行监控才算履行了“应知”的义务?算法监控的边界在哪里?这些问题在立法中并未得到清晰解答。实践中,平台往往面临两难困境:若过于积极监控,不仅成本高昂,还可能因误判而承担法律责任;若监控不足,有可能因未能达到“应知”标准而被认定未尽到义务。这种模糊性使得平台在履行监管义务时缺乏明确预期,也可能导致执法和司法裁判的不一致性。平台自身业务与第三方业务的利益冲突也是责任边界的模糊地带。许多大型电商平台同时开展“自营业务”和“第三方平台业务”,这在实践中可能引发不公平竞争和责任规避问题[7]。例如,平台可能对自营业务给予流量倾斜,而对第三方商家则采取更严格的监管措施;或者在责任承担时,试图将自营业务与平台业务混淆以减轻责任。《电子商务法》第 37 条虽规定平台对其标记为自营的业务依法承担商品销售者的责任,但这仅解决了责任承担问题,并未完全解决监管过程中的利益冲突问题。这一点在“美团二选一垄断行政处罚案”(2021)中体现得尤为明显,平台为追求自身利益最大化,利用其规则制定和实施权对商家施加不合理的限制,恰恰暴露了其作为裁判员与运动员角色冲突的深层矛盾。平台如何在对自营业务和第三方业务履行监管义务时保持公平和中立,仍是立法需要进一步明确领域。此外,责任边界的不清晰还体现在平台与政府监管部门的职责划分上。随着平台承担越来越多原本属于政府的监管职能,如资质审核、行为监控、违规处置等,公私边界逐渐模糊。平台

在多大程度上可以替代政府行使监管职能？其监管行为的法律性质如何认定？这些问题在现行立法中尚未得到充分回应。若平台过度承担监管责任，不仅可能超出其能力范围，还可能引发权力滥用的问题；若责任不足，又可能导致市场监管漏洞。面对这些边界模糊的问题，立法也在积极探索平衡之道。例如，《网络交易监督管理办法》通过细化规则(如“零星小额”标准)为平台提供更明确的指引；《电子商务法》通过公示要求增强平台操作的透明度；司法实践则通过案例逐步形成“应知”标准的判断依据(如考虑侵权行为的明显程度、平台的监控能力等因素)。这些探索体现了立法者在“强监管”与“促发展”之间寻求平衡的努力。

4. 电商平台监管义务实际履行存在的问题

4.1. 平台审核能力与实际需求之间存在显著差距

面对平台上数以百万计的商户和亿万级的商品信息，平台审核资源显得捉襟见肘。虽然各大平台都投入了大量资金开发 AI 审核系统，但机器识别能力仍然有限。特别是在处理一些刻意规避监管的违规内容时，比如使用谐音字、模糊图片等方式发布的违禁商品信息，算法往往难以准确识别。这种情况下仍然需要大量人工审核进行补充，但人工审核又面临着成本高、效率低的问题。这种两难境地导致平台审核工作往往只能做到重点抽查，难以实现全面覆盖。

4.2. 平台自身存在着明显的利益冲突

电商平台作为商业实体，其首要目标是盈利和保持增长。这就导致平台在履行监管职责时可能会受到商业利益的影响。例如，对于一些销售额巨大的品牌商家或重要合作伙伴，平台在监管时可能会采取相对宽松的态度。“美团二选一垄断行政处罚案”即是明证，平台为了巩固自身市场地位，利用监管权力变相强制商家站队，严重扭曲了公平竞争秩序。特别是在“二选一”等垄断行为方面，平台既是规则制定者又是参与者，很难真正做到公正监管[8]。此外，平台自营业务与第三方业务之间也存在竞争关系，这可能导致平台在监管时对自营业务网开一面，而对第三方卖家则严格执行规则。

4.3. 监管标准不统一给平台执行带来困难

不同品类商品有着不同的监管要求，比如食品、药品、化妆品等特殊商品需要相应的行政许可，但平台往往缺乏专业鉴别能力。同时，不同地区对同一商品的监管标准也可能存在差异，这给跨区域经营的平台带来了执行上的困惑。更重要的是，法律法规中的一些规定相对原则化，比如对“明知应知”的认定标准就不够明确，导致平台在具体操作时难以把握尺度[2]。

5. 电商平台对平台内经营者监管义务的纾困策略

电商平台在履行对平台内经营者的监管义务时面临诸多困境，需要采取多维度、系统化的纾困策略。这些策略应当从技术赋能、规则优化、协同治理等多个层面展开，以提升监管效能，平衡各方利益，促进平台经济的健康发展。

5.1. 技术赋能：构建“风险分级 - 智能触发”监管机制

电商平台应当加大对人工智能、大数据、区块链等前沿技术的研发投入，构建智能化的监管体系。目前平台面临的海量信息与有限审核能力之间的矛盾，必须通过技术手段来缓解。深度学习算法可以提升对违规商品和行为的识别准确率，比如利用自然语言处理技术识别虚假宣传、违禁广告等文本内容，通过图像识别技术监测侵权商品、违禁品图片。区块链技术的应用也能实现商品流转信息的全链条可追溯，为监管提供可靠的数据支撑[9]。建立动态的风险分级监管机制是提升监管效率的核心途径。具体而

言,平台应构建基于大数据的商家信用评估模型,综合经营者信用历史、商品风险类别、投诉举报频率、交易规模等维度,生成动态信用评分。根据评分将商家划分为高、中、低风险等级,并据此触发差异化的监管流程:例如,对高风险商家的新上架商品实施“AI初筛+人工复核”的双重审核机制,并提高其交易数据的抽查频次;对长期维持高信用分的低风险商家,则适用“绿色通道”,简化审核程序,实现“无事不扰”的精准监管。这样既能提高监管效率,又能降低合规经营者的运营成本,实现精准监管。

5.2. 规则优化:设立“平台监管合规官”与透明化规则体系

平台需要制定清晰透明的监管标准,让经营者能够明确了解行为边界。目前很多平台规则存在表述模糊、执行标准不统一的问题,这给经营者合规经营带来困难。平台应当制定具体、可操作的监管细则,明确各类违规行为的认定标准和处罚措施。通过发布监管白皮书、案例指南等方式,向经营者清晰传达监管要求。同时要建立规则解释和咨询机制,帮助经营者更好地理解和遵守平台规则[10]。为增强监管的独立性与公信力,建议在大型平台内部设立“平台监管合规官”(Platform Compliance Officer, PCO)。该职位应独立于业务运营部门,直接向董事会或专业委员会汇报。其核心职责包括:牵头制定年度监管计划与标准;监督平台规则执行的公平性与一致性;受理并调查针对平台监管行为不公的内部举报;以及作为主要联络人配合外部审计与监管检查。同时,完善“监管决定申诉机制”,允许经营者对处罚决定提出异议,并由PCO领导的独立小组进行复审,确保权利救济渠道畅通。

5.3. 协同治理:构建政企数据共享与“监管沙盒”试点

电商监管不能仅靠平台单打独斗,需要构建多方参与的协同治理体系。加强政企数据共享与协作是关键一环。推动平台与市场监管、税务、公安等部门建立标准化的数据交换机制,建议参考由国家市场监管总局牵头制定的《平台监管数据共享协议范本》,统一数据接口格式、共享范围(如高风险商家清单、异常经营行为特征库)与隐私安全标准,实现数据的自动化、标准化报送与共享。通过联合开发监管工具、开展联合执法行动等方式,形成监管合力。引入第三方专业机构可以弥补平台专业能力的不足[11]。聘请会计师事务所、检验检测机构、知识产权服务机构等第三方专业机构参与监管工作,比如委托专业机构进行商品质量抽检,聘请律师事务所处理知识产权侵权纠纷等。例如,“拼多多‘假一赔十’实践”中引入第三方检测机构对争议商品进行鉴定,有效提升了监管结论的公信力。这不仅能提高监管的专业性,也能增强监管的公信力。此外,可探索设立“监管沙盒”试点机制。在报备监管部门后,平台可在特定业务领域(如跨境电商、生鲜农产品)设立监管试验区,试行“首违不罚”、合规宽限期等柔性监管措施,并通过数据追踪评估政策效果,为更大范围的监管规则优化提供实证依据。

6. 完善激励约束机制

建立正向激励体系对促进合规经营具有重要意义。对信用良好、合规经营的商家给予流量扶持、佣金优惠、优先展示等激励措施。通过“白名单”制度,为优质商家提供快速通道服务,降低其合规成本。定期评选合规示范商家,发挥榜样引领作用,营造重视合规的经营氛围。创新监管方式也是必要的。探索实施“监管沙盒”机制,允许创新业务在可控范围内试错[12]。推行“首违不罚”制度,对初次轻微违规以教育引导为主。建立合规辅导机制,为经营者提供法律法规培训和合规指导,帮助其主动整改。这种柔性监管方式往往能取得更好的效果。

6.1. 加强能力建设

组建专业监管团队是提升监管水平的基础。建立具备法律、技术、行业知识的专业化监管队伍,定期开展业务培训,提升监管人员的专业能力和执法水平。聘请外部专家组成顾问团队,为复杂监管问题

提供专业意见,确保监管决策的科学性和准确性。开展合规培训与指导同样不可或缺^[13]。通过在线课程、线下培训、案例解析等多种方式,帮助平台内经营者理解监管要求,提升合规经营能力。建立合规咨询渠道,为经营者提供及时的专业指导,避免因不知规而违规的情况发生。

6.2. 应对跨境监管挑战

随着跨境电商的快速发展,跨境监管成为新的挑战。建立跨境协作机制显得尤为重要。与境外电商平台、监管机构建立合作关系,共享违规经营者信息,协同打击跨境违法违规行为。参与国际规则制定,推动建立跨境电商监管的国际标准,为跨境监管提供制度保障。完善跨境监管工具也是当务之急。开发多语言监管系统,提升对跨境商品和交易的监管能力。与海关、检验检疫等部门合作,建立跨境商品质量追溯体系,确保跨境商品的质量安全。这些措施的实施需要平台与政府部门密切配合,共同构建跨境监管的新格局。

6.3. 平衡监管与发展关系

在强化监管的同时,也要注意避免过度监管对创新活力的抑制。平台需要找到监管与发展的平衡点,既要有效防范风险,又要为创新留出空间。可以建立监管影响评估机制,对新出台的监管措施进行可行性评估,确保监管要求的合理性和必要性。同时要注重保护经营者合法权益。监管措施的制定和执行应当遵循比例原则,避免给经营者造成不必要的负担。建立畅通的投诉渠道和救济机制,确保经营者能够获得公平对待^[14]。只有这样,才能实现有效监管与健康发展的统一。通过这些纾困策略的实施,电商平台可以更好地履行监管义务,促进平台经济的规范健康发展。需要注意的是,这些策略应当根据平台规模、业务特点等实际情况有针对性地实施,并在实践中不断优化完善。最终要形成政府、平台、经营者、消费者等多方主体共同参与的协同治理格局,共同营造公平、透明、诚信的网络交易环境。

7. 结语

电商平台对平台内经营者的监管义务,是数字经济时代平台经济健康发展的基石。当前,平台在履行监管责任过程中面临的技术、利益和规则困境,需要通过技术创新、制度完善和协同治理等多维度措施来破解。本文通过引入典型案例深化了对平台监管义务法律性质与实践挑战的认识,并提出了“风险分级—智能触发”、“平台监管合规官”、“监管沙盒试点”等具体机制设计。未来,随着监管规则的持续优化、技术手段的不断升级以及多元共治格局的深化,电商平台将能更好地平衡监管与发展的关系,既有效维护市场秩序和消费者权益,又为经营者营造公平透明的营商环境,最终推动平台经济实现高质量发展。

参考文献

- [1] 杨昕宇. 电商平台竞价排名中平台审查义务研究[J]. 时代经贸, 2021, 18(6): 76-80.
- [2] 潘振武. 平台服务费下降对外卖平台盈利模式的影响研究[J]. 财会通讯, 2023(8): 146-150.
- [3] 褚海峰, 马潇骅, 赵振广. 数字时代智慧养老平台创新设计[J]. 现代营销(上旬刊), 2023(1): 100-102.
- [4] 林晓芳. 基于亚马逊平台的跨境电商选品策略分析[J]. 物流科技, 2023, 46(14): 64-67, 74.
- [5] 刘珣. 探究网络直播平台的发展阻碍与突破对策[J]. 营销界, 2022(6): 26-28.
- [6] 山竹, 李鹏. “仅退款”——平台、商家、消费者的博弈[J]. 中国储运, 2024(10): 26-27.
- [7] 荆坤. 浅析电子商务平台对“大数据杀熟”的监管义务[J]. 中国商论, 2021(13): 31-33.
- [8] 赵程成. 电商平台“二选一”行为的法律规制[J]. 中国价格监管与反垄断, 2025(9): 45-48.
- [9] 马更新, 王焕悟. 电商平台数据权益保护的反思与制度创新[J]. 行政管理改革, 2025(9): 45-54.

-
- [10] 张红展. 电商平台公司供应链金融风险控制研究[J]. 全国流通经济, 2025(16): 73-76.
 - [11] 高晓冉. 平台“二选一”行为的规制困境与法律调适[J]. 中国价格监管与反垄断, 2025(8): 52-54.
 - [12] 赵昶, 郭璘. 电商平台收费现状及影响因素研究[J]. 中国物价, 2025(8): 5-10.
 - [13] 倪楠, 丁元. 电商平台经营者违反安全保障义务的“相应责任”解构——以比例连带责任为中心[J]. 上海财经大学学报, 2025, 27(4): 138-152.
 - [14] 殷兰波. 全媒体营销对电商平台用户购买决策的影响[J]. 数字化传播, 2025(7): 78-80.