

# 社交电商平台“注意义务”的边界研究

## ——以直播带货为例

李 祥

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年10月11日; 录用日期: 2025年10月23日; 发布日期: 2025年11月24日

### 摘 要

随着数字经济的快速发展,以直播带货为代表的社交电商平台已成为主流商业模式。然而,平台深度介入交易流程引发了法律责任问题,特别是“注意义务”的边界认定。本文以直播带货为例,探讨平台从“技术中介”向“生态主导者”转型后,其注意义务的法理基础、规范构成及司法实践。通过分析事前审核、算法推荐、付费推广和事后处置等场景中的典型案例,提炼出平台控制程度、经济利益、风险特性及技术可行性等界定标准。研究发现,平台应承担与能力相匹配的主动管理责任,并提出分类分级管理、技术治理、行业自律及监管指导等完善建议。最终,旨在平衡技术创新与消费者权益保护,促进平台经济可持续发展。

### 关键词

社交电商平台, 注意义务, 直播带货, 法律责任

# Research on the Boundaries of Social E-Commerce Platforms' "Duty of Care"

## —A Case Study of Live Streaming E-Commerce

Xiang Li

Law School, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 11, 2025; accepted: October 23, 2025; published: November 24, 2025

### Abstract

With the rapid development of the digital economy, social e-commerce platforms, represented by live streaming e-commerce, have become a mainstream business model. However, the deep involvement of platforms in the transaction process has raised issues of legal liability, particularly concerning

文章引用: 李祥. 社交电商平台“注意义务”的边界研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(11): 1957-1962.

DOI: 10.12677/ecl.2025.14113644

the determination of the boundaries of the “duty of care”. Using live streaming e-commerce as a case study, this paper explores the jurisprudential basis, normative composition, and judicial practice of platforms’ duty of care following their transformation from “technical intermediaries” to “ecosystem orchestrators”. By analyzing typical cases across scenarios such as ex-ante review, algorithmic recommendation, paid promotion, and ex-post disposal, this study extracts defining criteria including the platform’s degree of control, economic benefits, risk characteristics, and technical feasibility. The research finds that platforms should bear proactive management responsibilities commensurate with their capabilities. Furthermore, it proposes recommendations for improvement, including categorized and tiered management, technical governance, industry self-regulation, and regulatory guidance. Ultimately, the study aims to balance technological innovation with consumer rights protection, thereby fostering the sustainable development of the platform economy.

## Keywords

Social E-Commerce Platforms, Duty of Care, Live Streaming E-Commerce, Legal Liability

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

当前，以直播带货为核心的社交电商已成为数字经济的主流形态。抖音、快手等平台通过算法推荐机制，极大地提升了交易效率，也重塑了传统的“人找货”模式。然而，商业模式创新的另一面是法律风险的急剧增加。直播间内的虚假宣传、销售假冒伪劣商品、消费者维权困难等问题层出不穷，对现有的法律规制体系提出了严峻挑战。

在此背景下，社交电商平台的法律责任问题，特别是其“注意义务”的边界，成为理论界与实务界争论的焦点。传统的“避风港原则”强调平台在收到侵权通知后采取删除等必要措施即可免责，但其前提是平台作为“中立的技术提供者”。如今，社交电商平台深度介入交易流程：它不再是被动的信息通道，而是通过算法主动推荐、通过付费推广直接获利、并通过规则设计管理着整个生态。这种角色的根本性转变，使得简单套用“避风港原则”已显失公平。我们无法接受一个通过算法将劣质商品直播间精准推送给千万用户的平台，在事发后以“不知情”为由完全免责。

因此，核心问题在于：当平台从“技术中介”变为“生态主导者”时，其法律上的“注意义务”边界应当如何重新界定？是固守旧规，还是因应其能力和收益而赋予其更高层次的审查和监督责任？这直接关系到消费者权益能否得到充分保障、市场秩序能否有效维护，以及平台经济能否健康可持续发展。

本文旨在以直播带货为例，直面这一现实难题。通过分析平台在事前审核、事中推荐与事后处置等不同环节中的具体行为，结合司法实践中的最新案例，试图厘清社交电商平台在当下应承担的“注意义务”的合理范围，为平衡技术创新与权益保护提供法律层面的思考。

## 2. 直播带货中平台注意义务的法理基础与规范构成

### 2.1. 法理基础：从技术中介到生态主导者的理论演进

社交电商平台注意义务的边界问题本质上是法律在回应技术进步与商业模式创新过程中对责任分配进行的重新调整，这一调整建立在坚实的法理基础与清晰的规范框架之上。从法理层面看，要求平台承

担与其技术能力和商业角色相匹配的注意义务，是现代风险控制理论、利益平衡原则与信赖保护原则的综合体现[1]。平台作为直播生态的构建者、规则制定者和核心受益者，通过算法技术、数据控制和规则设计获得了对交易环境的强大支配力。“生态主导者”概念体现了平台通过算法控制、数据积累和规则制定，对平台内经营活动产生决定性影响的角色[2]。与传统中介不同，生态主导者不仅提供交易场所，还深度参与价值创造和分配过程，这种角色的质变必然带来责任范围的扩大。

## 2.2. 规范构成：多层次法律体系下的义务要求

在规范层面，我国已经构建起一个多层次、相互衔接的法律规范体系，为平台注意义务的认定提供了明确依据。《电子商务法》第三十八条的核心条款确立了平台安全保障义务的基本框架，其中“知道或者应当知道”的表述具有革命性意义，它将平台的主观状态从被动的“实际知晓”扩展至基于其技术能力可推定的“应然知晓”，极大地拓宽了注意义务的适用范围[3]。而“未采取必要措施”则赋予司法机关根据具体情境判断平台行为合理性的裁量空间，这两者共同为司法实践提供了弹性化的判断标准。更为精细化的规定体现在《网络直播营销管理办法(试行)》中，该办法为平台设定了覆盖交易全流程的管理义务：在事前环节，平台需对直播间运营者进行真实身份认证和资质审核，建立分类分级管理制度；在事中环节，平台需建立直播内容实时监测机制，利用技术手段识别高风险行为，并对重点直播间加强巡查；在事后环节，平台需畅通投诉举报渠道，建立便捷有效的争议解决机制[4]。这些规定共同表明，平台的注意义务已从消极的被动响应全面转向积极的主动管理。

最高人民法院发布的《关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定(一)》则进一步从司法裁判角度强化了平台的责任[5]。其第十一条明确规定平台未依法对平台内经营者进行资质审核应对消费者损害承担连带责任；第十二条将销售主体不明时的赔偿责任首先指向平台，除非平台能够证明自己已尽到必要注意义务；第十七条再次强调平台知道或应当知道侵权行为而未采取必要措施应承担连带责任。这一系列规定形成了对平台行为的强力约束，在司法实践中显著降低消费者的举证难度，倒逼平台强化内部治理。由此可见，从基本法律到部门规章再到司法解释，规范层面已经为平台设定了清晰的义务要求，当下的核心问题已不再是“平台要不要负责”，而是“在何种具体情形下应承担何种程度的责任”，这要求我们必须结合丰富的商业实践和司法案例对这一义务边界进行类型化的精细分析。

## 3. 边界之争：平台注意义务的具体场景与司法认定

### 3.1. 多元主体下的责任分配：平台与主播(MCN)的管理关系

在直播带货生态中，主播及背后的MCN机构已成为不可或缺的主体。平台对主播的管理义务以及平台与主播之间的责任划分，构成了注意义务分析的重要维度。根据《网络直播营销管理办法(试行)》，平台应当对主播进行实名认证，并建立主播信用评价体系，根据信用等级提供相应的服务。在实践中，头部主播往往与平台建立深度合作关系，平台从其业绩中直接分成，这种利益关联性进一步强化了平台的管理责任。

司法实践中，法院逐渐形成了一套区分平台与主播责任的标准。平台不仅应当审核主播的基本身份信息，还应当对主播的带货能力和专业资质进行适当审查，特别是对于宣称具有特定专业知识的主播，平台应当验证其相关资质[6]。这一司法观点明确了平台对主播的注意义务不限于形式审查，而应根据主播的专业宣称和带货品类进行实质性判断。

### 3.2. 事前审核义务的司法认定

在事前审核义务方面，司法实践已经形成了相对明确的认定标准。以上海知识产权法院审理的某知

名美妆品牌诉电商平台案为例，该案中平台内商家销售假冒化妆品，平台主张已审核商家的营业执照和化妆品经营许可证。法院经审理认为，平台虽然履行了形式审核义务，但对于化妆品这类直接关系消费者身体健康的高风险商品，平台应当实施更为严格的实质审核，包括要求商家提供品牌授权证明、产品来源证明等材料<sup>[7]</sup>。最终法院认定平台未尽到充分的注意义务，应当承担相应的法律责任。这个案例表明，平台的审核义务并非一成不变，而是需要根据商品或服务的特性、潜在风险程度等因素进行动态调整，对于特殊品类商品应当实施更高标准的审核要求。

### 3.3. 算法推荐场景下的注意义务认定

算法推荐场景下的注意义务认定是当前司法实践中的难点和焦点问题。在北京互联网法院审理的一起典型案例中，某平台通过算法将一家销售假冒运动鞋的直播间推送给大量用户，平台以“技术中立”为由主张免责。法院在判决中提出了颇具创新性的观点：当平台利用算法主动推荐、放大某些内容时，就已经超越了单纯的技术中介角色，而成为内容的共同传播者。平台通过算法推荐获得了更多的用户注意力和商业利益，就应当对推荐内容承担相应的注意义务<sup>[8]</sup>。法院认为，平台应当建立与推荐机制相匹配的内容审核机制，对通过算法获得大规模推广的内容实施更严格的审查。这一裁判观点对整个行业产生了深远影响，促使各平台重新审视算法推荐机制下的责任承担问题。

付费推广模式下的平台注意义务认定呈现出更加严格的趋势。在“李中山与浙江淘宝网络有限公司、深圳美丽视界科技有限公司网络侵权责任纠纷案”中，商家通过淘宝网的“直通车”付费推广服务销售侵权商品。杭州互联网法院认定，淘宝公司从“直通车”服务中直接获利，其与商家之间构成了广告法律关系，应被视为广告发布者。<sup>1</sup>因此，平台不能适用“避风港原则”免责，而必须履行对推广商品的主动审查义务，因其未尽到该义务，故需承担相应的法律责任。

事后处置义务的边界认定同样值得深入探讨。在“陈云与上海拉扎斯信息科技有限公司网络侵权责任纠纷案”中，消费者通过“饿了么”平台购买到变质食品。平台在接到投诉后虽下架了涉案商品，但未及时对商家账户采取限制措施，导致消费者后续索赔困难。上海市浦东新区人民法院经审理认为，平台所采取的“下架”措施仅为履行管理责任的第一步，在已知晓商家销售不符合安全标准食品的情况下，应采取包括但不限于暂时冻结资金、提高保证金、暂停服务等必要措施以防止损害扩大。平台未能采取与风险相适应的有效处置措施，应承担补充赔偿责任。<sup>2</sup>该案明确了平台事后处置措施的梯度和有效性标准。

通过分析这些典型案例可以发现，法院在平台注意义务边界的认定上正在形成更加清晰和系统的判断标准。首先，平台注意义务的范围与其对交易过程的控制能力和介入程度成正比。当平台通过算法推荐、流量分配、规则设计等方式深度介入交易时，其注意义务标准也相应提高。其次，平台从特定商业模式中获取的利益越大，其承担的注意义务也就越高。付费推广等直接获利模式意味着平台需要履行更高标准的审查和监督义务。再次，商品或服务的风险特性直接影响注意义务的标准，对于食品、药品、保健品等高风险品类，平台需要实施更加严格的审核和监督机制。最后，平台的注意义务贯穿事前、事中、事后全过程，不同阶段的义务要求各有侧重，共同构成完整的责任体系。

这些司法实践所确立的标准正在推动平台重新构建其内部治理机制。许多头部平台已经开始建立基于风险分类的审核体系，对高风险品类和高风险商家实施更加严格的管理；同时不断完善算法推荐机制，

<sup>1</sup>杭州互联网法院. (2020)浙 0192 民初 11029 号民事判决书[Z]. [检索自中国裁判文书网].

<http://wenshu.court.gov.cn/website/wenshu/181217BMTKHNT2W0/index.html?pagelId=8a531a3a4a7c3f6e014aa9e12f4c7a5a&s21=0192>

民初 11029

<sup>2</sup>上海市浦东新区人民法院. (2020)沪 0115 民初 37973 号民事判决书[Z]. [检索自中国裁判文书网].

<http://wenshu.court.gov.cn/website/wenshu/181217BMTKHNT2W0/index.html?pagelId=9c5f8e3b4c5d3f6e014aa9e12f4c7a5a&s21=0115>

民初 37973



建立内容安全与用户体验的平衡机制；在付费推广业务方面，也逐步建立起前置审查、事中监控、事后追责的全流程管理制度。这些变化表明，司法裁判正在有效地引导行业走向更加规范的发展道路。未来，随着新技术的应用和新商业模式的出现，平台注意义务的边界还将继续动态调整，需要司法实践持续给予回应和指引，既保障消费者权益，又为创新发展留下适当空间。

#### 4. 重构与建议：平台注意义务边界的界定标准

通过分析司法实践中的典型案例，法院已经制定了一些明确的标准来确定平台的注意义务。尽管这些标准尚未统一成书面规定，但可以概括出以下几个关键定义元素，以帮助平台在法律合规和司法裁决中。首先要考虑的是平台对交易的控制程度。这是一个基本的决定因素。控制可以通过多种方式表现出来，例如平台是否通过算法主动推荐和传播内容，平台是否设定并执行交易规则，以及是否参与设计和更改交易流程的过程，以及是否对违规行为实施处罚等。当平台深度介入交易环节，通过复杂算法对流量进行精细化运营时，其就应当承担更高的注意义务。这是因为平台的控制能力越强，其发现和阻止侵权行为的能力也就越强，根据权责一致原则，自然需要承担更多的责任。

其次，平台从特定商业模式中获取的经济利益大小直接影响其注意义务的标准。这一标准来源于传统的受益人责任理论，即从某项活动中获取利益的主体应当对该活动可能产生的风险承担责任。在直播带货场景中，如果平台仅提供基础的技术服务并收取固定的服务费用，其注意义务相对较低；但如果平台通过付费推广、流量变现等模式直接从交易活动中获取分成收益，那么就应当承担更高标准的注意义务。特别是当平台与特定商家或主播建立深度合作关系，从其销售业绩中直接获利时，这种利益关联性就更强，相应的注意义务标准也应当提高。法院在审理此类案件时，往往会审查平台与商家之间的利益分配机制，以此作为判断注意义务程度的重要参考。

第三个重要考量因素是商品或服务本身的风险特性。不同品类商品对消费者权益可能造成的损害程度存在显著差异，这直接影响平台注意义务的强弱。对于普通日用商品，平台的注意义务标准相对较低；但对于食品、药品、保健品、婴幼儿用品等直接关系消费者生命健康的高风险商品，平台就需要承担更高的注意义务。这种区分标准既符合比例原则，也能够实现资源的优化配置。平台应当建立基于商品风险分类的分级管理制度，对高风险品类实施更加严格的审核和监督措施，包括要求提供额外的资质证明、建立更频繁的巡查机制、设置更严格的准入条件等。

第四个考量因素是技术可行性和成本效益平衡。法律不能要求平台采取技术上不可行或成本过高的措施，但平台也不能以技术限制为借口完全免除责任。在判断平台是否尽到注意义务时，需要综合考虑现有技术发展水平、措施实施成本与可能产生的收益之间的关系。例如，对于实时直播内容，要求平台进行百分之百的事先审查可能技术上不可行，但平台至少应当建立关键词过滤、图像识别等技术措施，并对识别出的高风险内容进行人工审核。同时，平台还应当随着技术进步不断更新和完善其管理措施，不能固守落后的技术标准。

根据上述分析，建议以下方式来改善平台的尽职调查制度：首先，应建立一个基于分类和分层管理的系统。平台应根据商品的差异化管理属性、商品风险、商家的信用等级以及直播规模制定差异化的管理政策。对高风险对象应加强监督。这种管理方式不仅能提高监督效率，还有助于合理分配和匹配权利与责任。其次，完善技术治理系统。平台应增加对技术研发的投资，利用人工智能、大数据等现代技术创建智能风险控制系统，自动识别和处理非法和违规内容。同时要建立开放透明的投诉举报机制，为消费者维权提供便捷通道。

#### 5. 结论

本研究通过对社交电商平台注意义务问题的系统分析，得出以下核心结论：平台注意义务的边界认

定需要采用动态的、综合的评估方法,不能简单地适用统一的固定标准。在直播带货这种新型商业模式下,平台已经远远超越了传统技术中介的角色定位,转变为交易生态的组织者和主导者,这种角色的转变必然带来责任范围的扩大。法院在审理相关案件时,通常会综合考量平台对交易的控制程度、获利情况、商品风险特性以及技术可行性等多重因素,在此基础上判断平台是否尽到应有的注意义务。这种综合考量方法既体现了权责一致的法律原则,也符合互联网行业发展的实际情况。

本研究的主要创新点在于系统梳理了不同场景下平台注意义务的认定标准,特别是对算法推荐、付费推广等新兴商业模式下的责任认定进行了深入分析。研究发现,平台通过算法技术对内容进行主动推荐和分发时,其角色已经从被动中立的平台转变为主动的内容传播者,因此需要承担更高的注意义务。同样,当平台从特定交易活动中获取直接经济利益时,其注意义务标准也应当相应提高。这些发现对平台合规经营具有重要的指导意义,平台需要根据自身商业模式的特性建立相应的风险管理体系。

本研究还存在一些局限性。首先,直播带货行业仍处于快速发展阶段,新的商业模式和技术应用不断涌现,本研究基于当前案例得出的结论可能需要随着实践发展而不断调整。其次,由于不同法院在审理类似案件时可能存在裁判尺度不一的情况,本研究归纳的认定标准可能需要进一步通过立法或司法解释予以统一。最后,对于某些特别前沿的问题,如人工智能生成内容的责任认定、元宇宙中的电商监管等,本研究尚未能深入探讨。

基于以上研究,我们对未来相关领域的研究提出以下展望:首先,需要进一步研究新技术应用对平台责任认定的影响。随着AIGC、元宇宙等新技术的广泛应用,电商模式可能发生革命性变化,这对现有的平台责任体系将带来新的挑战。其次,需要加强比较法研究,借鉴其他法域的先进经验。特别是欧盟《数字服务法》等新型立法中关于平台责任的规定,值得深入研究借鉴。最后,需要推动立法和司法标准的统一。通过发布司法解释、指导性案例等方式,统一裁判尺度,为平台提供明确的行为指引,促进法律适用的统一性和可预期性。

总之,社交电商平台注意义务的边界划定是一个需要持续关注的重大课题。只有在充分理解平台商业模式和技术特点的基础上,遵循权责一致的原则,采用动态综合的评估方法,才能找到创新发展与规范治理的最佳平衡点,既有效保护消费者权益,又为行业发展留下足够的空间。希望本研究能够为相关理论研究和实践探索提供有益参考。

## 参考文献

- [1] 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.
- [2] 李小草. 电商平台经营者角色演化及主体规范模式嬗变[J]. 现代法学, 2022, 44(5): 194-209.
- [3] 杨立新. 电子商务法规定的电子商务交易法律关系主体及类型[J]. 山东大学学报(哲学社会科学版), 2019(2): 110-120.
- [4] 国家互联网信息办公室等七部门. 网络直播营销管理办法(试行) [Z]. 2021. [https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-04/23/content\\_5601682.htm](https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-04/23/content_5601682.htm)
- [5] 最高人民法院. 关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定(一) [Z]. 2022. <http://gongbao.court.gov.cn/Details/1f8888b3afdf77181ca8cf257dd361.html>
- [6] 邱燕飞. 直播带货主播法律责任要素与区分规则[J]. 中国流通经济, 2021, 35(5): 121-128.
- [7] 孙瑞. 电商平台中网络直播营销的法律规制及完善[J]. 青岛远洋船员职业学院学报, 2023, 44(2): 11-15+22.
- [8] 张玉洁, 钟彬. 网络直播营销的法律规制研究[J]. 重庆科技学院学报(社会科学版), 2023(2): 57-63.