

电子商务平台审核义务从“形式化”陷阱到“实质化”进路的法律规制研究

吴颖斐

江苏师范大学法学院，江苏 徐州

收稿日期：2025年10月15日；录用日期：2025年10月29日；发布日期：2025年11月28日

摘要

为破解当前电子商务平台审核义务在实践中常流于“形式化”的问题，需系统剖析其成因并构建有效的法律规制路径。在分析审核“形式化”典型表现的基础上，深入揭示其背后审查范围模糊、规则不明及模式滞后等深层原因。进而提出转向“实质化”审核的法律进路，围绕如何推动平台审核义务走向实质化的法律规制提出系统性的建议，以期完善电子商务平台治理体系提供理论支撑。

关键词

电子商务平台，“形式化”陷阱，“实质化”进路，法律规制

Research on the Legal Regulation of the Transition of E-Commerce Platform's Review Obligations from "Formalism" Trap to "Substantive" Approach

Yingfei Wu

School of Law, Jiangsu Normal University, Xuzhou Jiangsu

Received: October 15, 2025; accepted: October 29, 2025; published: November 28, 2025

Abstract

To address the prevalent issue of "formalism" in e-commerce platforms' review obligations, this study systematically analyzes its root causes and develops an effective legal regulatory framework. After examining typical manifestations of formalistic review and identifying underlying problems

文章引用：吴颖斐. 电子商务平台审核义务从“形式化”陷阱到“实质化”进路的法律规制研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(11): 3337-3341. DOI: 10.12677/ec.2025.14113816

such as ambiguous review boundaries, vague regulatory standards, and outdated compliance models, the paper proposes a transition toward a “substantive” approach. It further puts forward systematic recommendations for advancing substantive legal regulation of platform review obligations, with the aim of providing theoretical support for improving the governance system of e-commerce platforms.

Keywords

E-Commerce Platform, “Formalization” Trap, “Substantive” Approach, Legal Regulation

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

《电子商务法》第二十七条、第二十九条就明确规定了电商平台负担的对平台内经营者的身份核验义务与商品、服务信息审查、处置和报告的义务。然而，在我国的执法与司法实践中，这一责任的履行出现了“形式化”的趋势，表现为平台对于经营者提供的资质证书只是一种被动的、表层的接受和形式的审查，缺乏主动的、深入的实质核查。这种“形式化”的困境，给实际带来了严重的问题。现实生活中在外卖平台上，“幽灵餐厅”并不是第一次出现，就是营业执照和营业执照都不符合真实地址的店铺，却能在网络上存活下来。在各种电子商务网站上，很多“假货门店”都是靠着一张假证或者是假证，就能轻易地将假冒伪劣产品摆到货架上。上述现象背后隐藏着一个核心的悖论：平台看似已完成了法定审查程序，却仍存在着严重的消费者风险和市场无序的现象。这不禁让人思考《电子商务法》对于电子商务平台审查与制定目的，究竟是不是已经被实践所摒弃还是现行“形式审查”为主的审计方式，其合法性、合理性和合法性到底是怎样的，平台审查责任的界限在哪？

2. “形式化”审核陷阱的典型表现与深层成因

2.1. “形式化”审核的典型表现

资质审核“走过场”文件的形式齐全性与实质真实性脱节，平台要求入驻商家上传营业执照、特种经营许可证如食品经营许可证、医疗器械备案凭证等文件。审核系统或人员仅检查文件是否上传、格式是否正确、字段是否填写，即完成“审核”。例如，一张用图片编辑软件伪造的、但格式规范的营业执照，很可能通过审核。一家个体工商户的营业执照显示经营范围为“文具零售”，但其在平台上销售保健食品。形式化审核不会去交叉比对经营范围与实际销售商品是否一致，导致超范围经营行为轻易过关。

商品信息审核“关键词化”机械过滤与语义理解的失效，平台依赖预设的违禁词、敏感词库进行自动化过滤。这种机制非常僵化，规避手段层出不穷商家会使用谐音字例如“丝袜”变“丝 wa”、异体字、拼音、缩写、特殊符号等方式轻松绕过。比如“顶级”一词在“顶级享受”中是违规极限词，但在“手机顶级配置”中可能是对硬件参数的客观描述，关键词系统无法区分。对于图片中的色情暗示、视频直播中的虚假宣传话术、商品主图中的“买一送十”等承诺，单纯的关键词技术难以有效识别。

“通知-删除”规则的滥用与依赖，被动防守与主动责任的缺失，平台将“避风港原则”视为万能免责条款，建立起“不告不理”的被动心态。只有当权利人发起侵权投诉，或监管部门下达通知时，平台才采取删除、屏蔽等必要措施。对于大量未被投诉但明显违规的内容如显而易见的假冒商品、虚假用户

评价,平台缺乏主动巡查、识别和处理的动力,实质上将本应自身承担的部分审核责任转嫁给了权利人和监管部门。

2.2. “形式化”审核的深层成因

电商平台审查义务的“形式化”是有其深刻的结构原因的。审查范围不明是造成审计活动偏离焦点的根源,在法律和法规规定没有明确规定平台审计的界限时,平台为了避免风险,往往会采用“防御扩张”的战略,在不相关的领域投入资源,却无法深入到核心风险点,而电子商务平台则扮演着现代平台守门人的角色[1],存在审查范围不清、审核规则模糊、审核模式滞后等问题。

2.2.1. 审查范围不清

形式化审核的深层成因中,“审查范围不清”构成了一个核心的驱动机制。坚持法定主义的思路来理解平台责任,与社会现实必然是脱节的。更加现实的态度是承认平台责任内涵的复合性特征,更多地将其作为一个功能性、描述性而非规范性概念[2]。这种模糊性并非简单的规则缺失,而是一种由界限的弹性、标准的多重性以及红线的动态性共同构筑的系统性困境。当审核者面对大量使用“原则上”“不良影响”等模糊词汇的条文,或遭遇不同部门相互冲突的指导口径时,其理性选择必然倾向于风险规避。因为一次“错放”的责任远大于千百次“错杀”的代价,这种权责的不对等,使得审核者被迫放弃需要专业判断的实质性审核,转而寻求一种最安全的行为模式——形式化。其结果便是,审核的重点从探究内容本身的合规性,异化为对特定词汇、格式、标签等表面要素的机械筛查。审核者不再追问“这内容有何价值或风险”,而是检查“是否包含了清单上的敏感词”。因为后者标准明确、责任清晰。最终让审核流程沦为一种封闭的、免责的“表演”,其核心功能从事前把关退化为事后追责的证据准备,彻底丧失了审核应有的建设性意义。电子商务平台审查责任陷入“形式化”困境的最深层原因是“监管主体不明”引起的结构性冲突。这种两难不是单纯的监管失误,更多地是由于平台角色定位不清、责任边界不明和业务运作逻辑交错所致[3]。究其实质,正是源于审查主体的模糊界定,使得平台审计责任“异化”。理想情况下,作为买卖双方中间商的电商平台,其审查义务应当紧扣“交易安全”的核心,以保证产品和服务信息的真实、合法和合规为重点。但由于缺乏明确的法律规范,平台面临着被期待扮演“监管者”和“管理者”双重角色的“多重角色两难”,在一定情境下,平台还承担着“评判者”的职责,使得平台不得不采用“防卫式扩展”的审查战略。为尽量避免可能出现的法律和管理风险,平台往往会把审查的触角伸向所有有争议的地方,从而一贯用以概括性的审查方式,看似构筑了一道严密的安全屏障,但实际上却是对本该准确投放的监督资源进行了极大的稀释,使得其在涉及消费者人身和财产安全的实质性风险时,往往会显得有所漏缺。

2.2.2. 审核规则模糊

尽管《电子商务法》等法律法规确立了平台的安全保障与审核义务,但其中最为关键的责任触发要件“应知”,但在司法和执法实践中存在巨大的解释空间与适用难题。法律无法精确规定,何种信息、在何种程度上,能够构成平台“应当知道”其存在违法性的“红旗”。例如,一个商家以远低于市场正常价格销售知名品牌商品,或集中出现大量关于某一商品的假货投诉,这些情况在消费者看来是明显的风险信号,但在法律认定上,却难以直接、无疑义地等同于平台的“应知”[4]。这种核心概念的模糊性,为平台提供了规避责任的天然屏障。平台可以轻易地将大多数违规内容归入“未知”范畴,从而主张适用“通知-删除”规则,将主动的、常态化的审查责任转化为被动的、事后响应的处理义务,使得“避风港原则”在实践中反而成为了平台消极履责的“保护伞”。合理注意标准指的是,如果电商平台已经采取了必要的技术措施,防止了违法或侵权行为,并且在交易过程中对其进行了技术上的审查,那么就可以

认定电商平台已经尽到了合理的注意义务。当然,对于“明知”、“应当知道”网上购物活动具有不法性或侵权的可能性,电商平台也应负相应的法律责任。这一新的审查准则是对“技术中立”的一种变通,在不过分强调电商平台审查的前提下,也不能完全豁免其审查责任。为协调科技创新与技术治理间的紧张关系,“包容审慎、底线监管”是国家在新时期实施这一基准的重要政策支持。

2.2.3. 审核模式滞后

平台技术演进速度之间的不平衡,是导致形式化审核得以存续的客观条件。面对平台利用人工智能、大数据构建的复杂、动态、跨区域的商业环境,监管部门传统上依赖人力巡查、群众举报和事后查处的模式,显得力不从心。监管方在数据获取、算法解析、实时监测和风险预警等方面的技术能力,与平台方存在明显的“代差”。破解第三方平台难以落实资质审核义务困境,需要将审核义务进行明确的技术化定位,并在协同共治理念下构建大数据规制方式[5]。这导致监管部门难以穿透平台的技术黑箱,对平台审核机制的实际运行效率、算法推荐的合规性以及海量商品信息的真实性进行有效、常态化的监督。这种监管能力的相对落后,使得法律规定的审核义务无法在动态实践中得到严格落实,客观上了为平台维持“形式化”审核提供了生存空间,使得外部监督难以真正触及核心。

3. “实质化”进路法律的规制

3.1. 根据具体服务类型,确定信息审查范围

电子商务平台经营者需要采取诸如审核商家的资质、商品信息和交易流程等措施,以防止不良商家和欺诈行为的出现。承担相应的民事法律责任是负有义务主体不履行民事义务所需承担的法律后果。同时电子商务平台经营者还需要保障消费者的权益,如退换货协议、消费维权等,为消费者提供良好的消费体验和服务。对电商平台而言,有什么样的审查义务,就有什么样的审查责任。我国《电子商务法》第27条对电商平台的信息审查范围做了概括性规定,要求平台对经营者的身份信息、行政许可信息进行审查。但从“货拉拉”涉黄订单以及明星直播售假事件来看,只审查经营者的身份信息,不足以应对网络安全风险。必要情况下,对消费者和广告从业者的行为信息也要进行审查。面对如此多的网络信息,如果审查范围过大,则可能侵犯用户的信息权益;如果审查范围过窄,则难以预防网络安全风险。2021年国家市场监管总局已经发布了《互联网平台分级分类指南》(征求意见稿)。这一文本根据平台主要涉及的行业,将平台分为六大类;根据平台的用户数量和经济体量,将平台分为超级平台、大型平台与中小平台[6]。《互联网平台落实主体责任指南》(征求意见稿),这一文件针对不同规模级别的平台设置了有区分的平台责任,针对超大型平台提出了特殊的要求,而对于中小平台则有相应的责任豁免。这两个文件表明了政府层面针对平台责任的内涵理解和基本思路。还可以根据具体的服务类型,以儿童教育类应用为例,其审查范围的划定完全服务于“为未成年人营造安全成长环境”这一核心目标。因此,审查的焦点高度集中于内容的绝对安全性与价值观的正面引导。任何涉及暴力、色情或恐怖的元素,即便是以卡通形式呈现,都会被严格过滤;知识性内容必须确保准确无误,而社交互动功能则被置于显微镜下,严防网络欺凌和隐私泄露风险。在这里,审查范围如同一个防护罩,复杂的社会议题与政治辩论因其本身与服务目标不符,自然被排除在日常审查范围之外,从而形成了一种高度纯粹且封闭的保护性审查。

3.2. 合理区分审查重点,构建多元审查基准

在界定了审查范围后,应当采取实质化的方法。在此基础上对审查焦点进行合理划分,建立适用于其的多元审查基准。这就意味着,不可能用同样的标尺来衡量所有的货物和信息。平台应当按照商品种

类、卖方资质、历史行为等因素,对风险进行动态评价。食品、药品、医疗器械、婴幼儿产品等涉及到人民群众生命健康和公共安全的产品,要实行最严格的审核标准,采取事前审核、资质审核等积极的审核措施[7]。对一般的日用消费品,可采用以事后抽查和投诉答复为主的标准评审方式。在认定“虚假宣传”时,除事实性陈述验证外,还应当引入广告法和反垄断法等专业知识;在认定“商标侵权”时,应与权利人建立协同核查机制。从“一律平等”到“区别对待”,是审计资源配置的最佳化,是审核义务从形式到实质的重要步骤。

3.3. 建立动态审查机制, 强化主体交流协作

审查责任的实体化不是一次静止不变的活动,它是一种贯穿于事前、事中和事后的全过程的动态管理过程。这就需要有一个持续更新自主学习和不断优化的动态评审机制。在销售前,应明确规定,并对销售者进行教育以降低违法信息的来源。在过程中,我们不能只依靠关键词过滤这一种单一的技术方法,而是要将大数据分析和人工智能图像识别等技术相结合,来实现对高风险领域的精确监控和筛选。同时,不断地对监控模式进行培训与更新。在事后环节,制定有效的投诉报告答复和处理程序,向举报者和被罚者及时反馈处理结果,并将典型案例纳入审查准则,实现闭环管理。加强平台与监管部门、权利人、消费者等多方面的沟通与合作[8]。平台应当及时将所发现的严重违法行为报告给执法部门,与品牌方建立起保护知识产权的协作机制。要畅通和用户的交流途径,把他们的大量反馈意见转变成有价值的资源,以最大限度地提高审核效率。只有这样内外联动、不断演化的动力机制,审查义务才能在现实中扎根,走出消极僵硬的形式化困境。

4. 结语

随着电子商务的发展,电子商务已经成为了我们日常生活中的一部分,淘宝、京东等电商平台已经成为了人们生活中不可或缺的一部分,而电商平台的经营者也在为社会带来更多的福利。为了更好地发挥网络监管的作用,电商平台应对其进行有效的信息审查。但是,从法律角度来看,电商平台所负的审查责任应该局限于对使用者的数据进行技术上的审查;在私法层面上,电商平台所负有的审查义务应该是对使用者的行为进行合法性审查。展望未来,电子商务平台审核义务的实质化规制是一项长期而复杂的系统工程。它始终需要在激励创新与规范秩序、保护权益与促进发展、平台自治与政府监管之间寻求精妙的平衡。我们坚信,通过立法、技术、治理与司法的协同共进,构建起一个科学、合理的平台责任体系,从而在数字时代的新征程中,为营造一个更加安全、可信、繁荣的电子商务生态奠定坚实的法治基石。

参考文献

- [1] 王承堂. 电子商务平台守门人责任研究[J]. 中国法学, 2025(5): 123-144.
- [2] 肖红军, 阳镇. 平台企业社会责任: 逻辑起点与实践范式[J]. 经济管理, 2020, 42(4): 37-53.
- [3] 刘士国. 论民法总则之民事责任规定[J]. 法学家, 2016(5): 139-148+179.
- [4] 刘柳. 网络餐饮服务第三方平台资质审核义务“履行难”困境及大数据实施对策[J]. 法学论坛, 2020, 35(2): 24-35.
- [5] 刘乃梁. 包容审慎原则的竞争要义——以网约车监管为例[J]. 法学评论, 2019, 37(5): 122-132.
- [6] 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.
- [7] 薛军. 《电子商务法》平台责任的内涵及其适用模式[J]. 法律科学(西北政法大学学报), 2023, 41(1): 57-68.
- [8] 王旭霞, 王润芝. “通知-删除”规则在电子商务专利侵权中的适用——兼论《民法典》第 1195 条[J]. 西南石油大学学报(社会科学版), 2021, 23(5): 77-84.