

论电商平台用户虚拟财产权益的保护与实现路径

聂 念

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

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21日

摘 要

随着网络信息技术的不断进步, 电子商务行业呈现蓬勃发展趋势。电商经济背景下以新型财产形式出现的虚拟财产进入大众视野, 如何保护用户虚拟财产成为该领域的重要问题。《民法典》第127条明确将网络虚拟财产纳入法律保护范畴, 赋予其法律地位, 这是我国民法首次对网络虚拟财产在立法层面作出回应, 在一定程度上弥补了这一领域空白。《中华人民共和国电子商务法》第38条第2款首次明文规定了电商平台的资格审核和安全保障等义务。然而, 由于法律条文规定笼统, 并没有进一步对虚拟财产的法律属性、权利归属、认定标准和继承方式等作出细致规定, 进而导致此类纠纷在现实的司法实践中难以解决。鉴于虚拟财产在我们日常生活中愈加重要, 而我国对它的法律保护又处于萌芽阶段, 故本文主要针对虚拟财产在民法保护领域存在的问题进行研究并提出一些可行性建议。

关键词

虚拟财产, 法律属性, 权利归属, 权益保护

Approaches to Protecting User Rights in Virtual Assets on E-Commerce Platforms

Nian Nie

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 15, 2025; accepted: October 29, 2025; published: November 21, 2025

Abstract

With the continuous advancement of network information technology, the e-commerce industry has demonstrated vigorous development trends. Against the backdrop of the e-commerce economy, virtual property—emerging as a novel form of assets—has entered public awareness, making the

protection of users' virtual property a critical issue in this field. Article 127 of the *Civil Code* explicitly incorporates online virtual property into the scope of legal protection, granting it legal status. This marks the first response to online virtual property at the legislative level in China's civil law, addressing a gap in this area to some extent. Article 38, Paragraph 2 of the *E-commerce Law of the People's Republic of China* stipulates, for the first time, the obligations of e-commerce platforms, such as qualification reviews and security assurance. However, due to the generalized nature of the legal provisions, detailed regulations on the legal attributes, ownership, identification standards, and inheritance methods of virtual property are lacking, thereby making it difficult to resolve such disputes in practical judicial proceedings. Given the increasing importance of virtual property in daily life and the nascent stage of its legal protection in China, this paper focuses on the issues in the civil law protection of virtual property and proposes feasible recommendations.

Keywords

Virtual Property, Legal Attributes, Ownership, Protection of Rights and Interests

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. 网络虚拟财产概述

(一) 网络虚拟财产的概念

数字经济时代背景下，数据成为核心生产要素，现代科学技术的创新不断推动云计算、人工智能和区块链等新兴技术之间相互融合，共同发展。数字经济的发展孕育出新形势、新产业、新业态，而网络虚拟财产作为用户重要财产权益，相关纠纷接踵而至。关于网络虚拟财产的定义，我国现行法律中并没有明确具体之规定。学术界诸多学者通过分析网络虚拟财产的性质，探究其内涵与特征，衍生出狭义和广义两种类别的定义。

狭义上的网络虚拟财产，包括武器装备，虚拟人物，虚拟货币等。广义上的网络虚拟财产指的是依托网络而存在的，拥有财产属性和使用价值，可以被所有权人在法律许可的范围内对其进行自由支配和使用的网络电子信息数据。网络游戏内的虚拟财产和互联网中具备经济价值的财产都属于广义上的网络虚拟财产。本文主要针对广义的网络虚拟财产进行探讨：

杨立新教授提出：“网络虚拟财产是指虚拟的网络本身以及存在于网络上的具有财产性的电磁记录，是一种能够用现有的度量标准衡量其价值的数字化的新型财产。”^[1]还有学者提出“网络虚拟财产是指存在于网络上的具有财产性的电磁记录，是一种能够用现有的度量标准(如金钱)度量其价值的数字化新型财产。”^[2]亦有学者认为，虚拟财产与网络虚拟财产有别，应将网络上具备虚拟属性的一系列无形财产归属为网络虚拟财产^[3]。

笔者认为，以上学者针对网络虚拟财产的重要特征为其下定义不无道理，但网络虚拟财产本身具有不确定性，单纯地为其下定义很容易以偏概全。因此，可以通过以下特征来对网络虚拟财产进行界定。第一，虚拟性。这是其最基本的特征。现实生活中的财产如纸币和金银等都是我们看得见摸得着的实体，而网络虚拟财产基于其虚拟性则无法具体化为某一实物，它的数额变动也需要通过登录相关账号才能查看。第二，价值性。网络虚拟财产很明显能够用金钱衡量，其当然的具备价值属性。人们可以通过网络对网络虚拟财产进行购买、出售和交易。运营技术的好坏也直接影响着网络虚拟财产的增加或者减少，价值性是其重要特征之一。第三，依附性。依附性主要体现在两个方面。其一是依附实体服务器，即网络

虚拟财产必须依靠现实的实体服务器或者相应的云端存储服务才能存在。其二依附虚拟空间，即网络虚拟财产要依靠运营商的提供网络虚拟空间才能够实现交易流通功能。第四，有限性。这既包括了时间上有限性，也包括空间上的有限性。时间上的有限性是指网络虚拟财产不可能在网络上永久存续。计算机网络是网络虚拟财产在网络空间存在的载体，而计算机技术掌握在开发方手中，当开发方考虑到市场饱和或者运营不佳时很可能为了收回成本而终止虚拟空间的运行，此时网络虚拟财产也无法再继续流通。空间上的有限性是指网络虚拟财产只能在特定的空间内流通，比如一款游戏中的英雄皮肤不能转入另一种游戏中使用、淘宝中的优惠券不能在京东购物平台使用以及微信支付宝中的余额不互通等。综上，笔者认为虽然无法对网络虚拟财产给出明确的概念，但在对其进行认定时可从以上特点进行考虑。

(二) 电商平台网络虚拟财产的类型

1) 账户与店铺经营权类

在电商平台中，“账户与店铺经营权类”虚拟财产是用户参与平台经济活动的基础身份与运营载体，其核心价值在于长期积累的信用与排他性的经营权益。对于广大消费者而言，其个人账户远超简单的登录凭证。一个高等级、高信用的账号(如淘宝“皇冠”信誉或京东“PLUS”会员)是多年消费行为沉淀出的信用背书，不仅能提升交易双方的信任度，更直接关联着诸如“88VIP”的专属折扣、极速退款额度、优先客服等差异化服务，其市场价值显而易见。对于商家，店铺经营权则是更具份量的核心虚拟资产。一个网店的价值并非仅在于其销售的商品，更在于其作为“数字实体”的整体：包括店铺等级、动态评分、好评率、粉丝数量及老客户群体。这些指标是平台算法进行流量分配的关键依据，直接决定了店铺的曝光度与销售额。在现实市场中，高信誉等级的网店因其稳定的客流和信任基础，已成为可以合法转让、估价甚至质押的资产，形成了活跃的店铺交易市场。因此，无论是个人账户的信用价值，还是商家店铺的经营权价值，都已在电商实践中被客观证实为一种可被衡量、具有明确经济价值的网络虚拟财产。

2) 平台代币与积分等价值符号类

在电商平台构建的内部经济体系中，“平台代币与积分等价值符号类”虚拟财产充当着核心的流通媒介与价值凭证。这类资产通过明确的规则与法定货币或商品服务建立兑换关系，是平台激励用户、锁定消费的有效工具。其主流形态包括以下几类：一是平台虚拟货币，如京豆、淘金币等，用户通过签到、消费、评价等特定行为获取，可直接用于支付时抵扣部分现金，具备明确的“汇率”与购买力；二是各类优惠券与代金券，如满减券、无门槛红包、运费券等，它们作为有面值、有使用条件的预授权凭证，是直接刺激消费的短期价值工具；三是预付充值余额，如平台钱包中的余额，其本质是用户提前支付的现金，在平台生态内作为通用货币进行无障碍结算。这些价值符号的核心功能在于构建用户粘性与促进交易闭环。它们通过给予用户即时、可见的经济利益，有效激励其完成特定登录、消费、评价等行为，从而提升平台活跃度与交易频率。然而，其价值也具有内在局限性：通常仅限于本平台内流通，无法跨平台使用或兑现为法币，且附有有效期等使用规则。尽管如此，作为平台经济生态的“血液”，它们已被广泛认可为具有明确经济价值的虚拟财产。

3) 用户生成数据与客户资源类

“用户生成数据与客户资源类”虚拟财产代表了由用户行为直接衍生出的核心数字资产，其价值源于信息本身的可挖掘潜力与关系网络的商业变现能力。用户生成数据是个体在平台活动的全面记录，涵盖浏览历史、搜索关键词、收藏夹、购物车内容、购买记录以及发布的评价与问答。这些海量的行为数据经过平台算法的处理，能够精准勾勒出用户画像，揭示其消费偏好、价格敏感度与潜在需求。对于平台而言，这是优化产品推荐、进行精准广告投放和制定市场策略的基础；对于商家，则是选品、定价与营销的决策依据。此外，基于这些数据计算的信用评分更成为一种新型社会资本，直接影响用户享受免押租赁、金融服务的资格。客户资源则特指商家通过经营积累的可触达受众，主要是其店铺的粉丝群与

会员体系。这并非泛化的流量，而是具有明确购买意向和品牌忠诚度的私有客户池，构成了店铺稳定销量的基本盘与进行二次营销的直接渠道。这类财产的特殊性在于，其所有权与使用权边界常存争议。虽然数据源于用户，但其经济价值多在平台与商家的分析与应用环节实现，体现了大数据时代个人信息权益与商业价值开发之间的复杂关系。

2. 网络虚拟财产的法律属性

在电子商务领域，网络虚拟财产的法律属性素来是各方关注的焦点，学界至今仍存有较大分歧。随着电商平台中虚拟商品、积分、优惠券、账号余额乃至游戏道具等虚拟财产的形态日益丰富，其法律性质的认定直接关系到财产价值的评估标准、交易纠纷的裁判依据以及用户权益的保障路径，对处理电商环境下的消费争议、账号继承、数据归属等问题具有关键意义。明确虚拟财产的法律属性，不仅有助于从法律层面界定平台与用户之间的权利义务，更能够系统维护消费者及相关主体的合法权益，推动电子商务行业的规范与可持续发展。近年来，针对电商场景中虚拟财产的法律保护议题，学界已展开多维度探讨，形成了包括物权说、债权说、知识产权说和新型财产权说在内的多种理论观点。

(一) 物权说

学者高郦梅解释“网络虚拟财产在本质上是一种特殊的物权权利。”^[4]其主张网络虚拟财产是一种不依赖于民事行为和债权客体的客观存在，将其视为特殊之物，可使法律对其保护更为周延。持相同观点的学者认为“网络虚拟财产属于一种特殊的物。”^[5]他们认为网络虚拟财产其实是时代的产物，物权说对网络虚拟财产适用性相较其他学说更强。还有学者从物的属性出发，认为“虚拟财产权具备权利的支配性特征，可归属于物权”^[6]。

物权说对网络虚拟财产的法律定性予以明确，将网络虚拟财产当作物权的客体来加以保护，这为健全网络虚拟财产的民法保护制度奠定了坚实的基础。当然，也有学者对此持否定态度，他们认为网络虚拟财产具有特殊的属性，不应将其视为物权权利。从法律角度看，法律上所称的“物”是物理上的物，即“有体物”。物权是一个不受时间影响的法律概念，同时它的价值也不会受物权主客体存在状态而改变。在不违反法律的情况下，物品所有权人可以随时随地按照自己的意愿处理其所专有之物，不受任何人的束缚。而对网络虚拟财产来说，它的物品主人拥有的支配权并非绝对的，反而具有一定的限度。所以有学者认为网络虚拟财产与传统意义上物相冲突，其既不具备现实中物的特性，也不符合法律上“物”这一要求。

(二) 债权说

王雷博士赞成债权说。其主张“网络虚拟财产权债权说可以实现与债权通说观点的顺畅衔接，还能有效沟通网络运营商安全保障义务的合同责任与侵权责任，更为可采。”^[7]王少祥亦赞成债权说，他认为，“网络虚拟财产是一种债权凭证，是由网络使用者和网络经营者之间构成的一种契约上的权利和责任。”^[8]他也表示由于运营商的技术垄断，所以会导致用户权利的实现必然离不开网络运营商在技术方面提供支持，这个过程无异于行使债法中请求权。

债权说将网络虚拟财产界定到债权范畴，明确了网络虚拟财产交易双方的债权债务关系，这为法官在审理相似的网络虚拟财产的纠纷案件时提供了一个可供参考的依据。但是，学界学者也指出债权说存在不合理之处。如其过分地强调了网络虚拟财产能够作为债权凭证的功能，这偏离了为网络用户提供更全面的法律保护的初衷。此外，在实际的虚拟财产损害案件之中，不仅网络运营商违反签订的合同会造成权利人的财产利益受损，第三方违反相应规则同样也会侵害权利人的合法权益。然而在此种情况下，由于权利人受到技术和权限等限制一般很难锁定侵权人，想要依据与运营商之间签订的合同来追究第三方更是难上加难。由此可见，“债权说”并不适用于所有情况的虚拟财产纠纷。

(三) 知识产权说

有学者赞成知识产权说观点,他们认为:网络虚拟财产具有知识产权的属性,其本身具有一定创造性、复制性以及持续性,所以在本质上应该属于知识产权[9]。

不可否认,这一学说具有一定合理性。网络虚拟财产与知识产权在内容生产方面具有共同点,即它们二者本身具有创造性、品牌性、财产性等。但由于二者并非完全相同,所以部分学者认为该学说同样存在一定的不合理之处。赞同知识产权说观点的学者是从知识产权的客体方面予以考虑。但就知识产权的性质而言,并非一切网络虚拟财产都能够区别特定的商品和服务,也并非所有网络虚拟财产都同时满足创新性、公开性等要求。最主要的一点是知识产权作为法律所保护的权利之一,其具有时间限制。法律对大多数的知识产权都规定了相应的保护年限,而网络虚拟财产的保护明显不受此限制。此外,知识产权与网络虚拟财产相比具有更高程度的排他性,因此,知识产权学说也有无法逾越的困境。

(四) 新型财产权利说

赞成新型财产权利说的学者认为“网络虚拟财产是支配权与请求权的集合,所以可视为一种多种属性交叉的新型财产权。”[10]有学者提出将虚拟财产权定位于债权属性与物权特性,可以依据债权理论和物权理论给予处于弱势地位的用户更充分的保护[11]。

新型财产权利说打破了传统的物为“有体物”的看法,其参考“债权说”、“物权说”以及“知识产权说”等学说并进行总结从而得出网络虚拟财产的特性,似乎显得更加全面。然而,这一观点过于强调网络虚拟财产属性的特殊性,从而与传统的民法理论相抵触,其忽略财产的稀缺性特点,这种稀缺性指的是客观的供给不足,而不是主观上的供给不足[12]。此外,该学说也并没有清晰地表述出网络虚拟财产的法律属性,反而使得在现实的司法实务中对其进行认定时变得更为复杂。由此说来,该学说也并非完全适用于网络虚拟财产。

以上各学说均有其合理性,当然也存在不完善之处。相比之下,笔者较赞成物权说观点。首先,尽管网络虚拟财产表面是一种虚拟物,存在于网络中,但是其同传统意义上的物一样具备可转移性和独立性,因此可以将其归为无形财产范畴适用民法典物权编加以保护。其次,网络虚拟财产能够为所有权人占有、使用、收益和处分,网络用户的所有权人也能够法律许可范围内通过账号密码管理网络虚拟财产而排除他人的非法干涉,这一点与民法上的物的特征相符合,所以可以将网络虚拟财产视为一种特殊之物并对其加以保护。最后,随着科学技术的发展,新兴事物也接连出现。人们对传统意义上的“物”的观念也应该与时俱进,不应将物仅仅局限于现实生活中看得见摸得着的物品,如网络虚拟财产这类新兴事物也应被纳入其中。当然,也希望在学术界的讨论和学者的研究之下,未来能够出现比物权说更加适合网络虚拟财产的学说,从而使得对网络虚拟财产的保护更加周延、更具有针对性。

3. 电商平台中虚拟财产保护面临的难题

(一) 电商平台虚拟财产价值认定不一

自网络虚拟财产兴起成为学术界的热点话题后,由于长期缺乏统一的价值认定标准,导致裁判者在司法实务中解决此类纠纷时通常面临一系列棘手问题。就账户与店铺经营权类虚拟财产而言,其核心价值并非来自账户本身,而是依附于平台的信用生态系统和流量分配规则,此类财产的价值高度模糊且波动巨大。目前缺乏权威的第三方评估机构,其价值认定往往依赖于买卖双方的私下协商,充满了不确定性和风险。平台代币与积分等价值符号类虚拟财产价值认定则完全依赖于平台的单方承诺和规则设定。由于其无法与法定货币双向自由兑换,且流通范围仅限于平台内部,其价值是封闭和不稳定的,难以用传统金融资产的估值方法进行衡量。量化难度最高的当属用户生成数据与客户资源类虚拟财产。其困境在于价值的集体性、情境性和非独立性。单个用户的浏览、购物数据本身价值微乎其微,其巨大价值体

现在与海量其他用户数据聚合、分析后形成的大数据洞察，如何从集体创造的总价值中剥离并评估个人数据的贡献度是难以解决的问题之一。此外，数据的价值高度依赖于应用场景，客户资源的价值则与平台生态深度绑定，一旦脱离该平台，其价值会大幅衰减甚至消失。因此，对网络虚拟财产价值认定无统一标准造成法官在裁判类似案件时无具体参考范本和法律依据，从而出现诸多“同案不同判”的情形。而随意确定网络虚拟财产的价值认定标准将会为认定法律实务中相关侵权行为以及相应的赔偿带来一系列棘手问题，也会在一定程度上损害司法权威，降低司法公信力。

（二）电商平台虚拟财产权利归属不明

《中华人民共和国电子商务法》第三十八条第二款明确规定，电子商务平台经营者对平台内经营者负有资质审核与安全保障义务，这一规定为用户权益保护奠定了法律基础。然而，电商平台的经营者以用户服务、合作协议等方式收集用户信息，但实际上其所行使的权利明显超出法律预设范围^[13]。实践中，由于网络虚拟财产权利归属存在争议，导致后续责任认定和相关平台交易规则难以得到适用，此类案件在司法审判中常陷入认定困难。

账户与店铺经营权类虚拟财产的权利归属于何方主体目前存在较大争议。几乎所有平台《用户协议》都明确规定，账户的所有权归属于平台，用户仅获得一项受限的、不可转让的使用权。这意味着，法律上可能认可的“财产”在合同层面被定义为一种“服务”。当用户出售店铺时，实质上是将在平台规则默许下的未来收益权和经营权进行转移，这种转移的合法性完全建立在平台的“容忍”之上。平台有权以违反协议为由随时终止服务，收回账号，这使得用户的“经营权”非常脆弱，其权利的排他性和稳定性远不及传统物权。平台代币与积分等价值符号类虚拟财产的法律定性模糊是关键难题。用户通过消费或完成特定任务获得的代币和积分，应当被视为用户预付资金转化形成的对平台的债权，还是平台无偿赠与的一种优惠资格目前尚无统一定论。这两种定性的法律后果截然不同。如果是债权，平台倒闭时，用户有权主张返还剩余价值；如果是赠与，则平台无需承担此类责任。目前司法实践和法律规定均未给出明确界定，平台协议普遍将其解释为“赠与”或“优惠”，并保留最终解释权，使用户的权利处于不确定状态。用户生成数据与客户资源类虚拟财产在权利归属方面同样存在争议。数据源于用户的行为，由平台通过技术手段收集、存储和分析。而数据权利应归属于作为数据源头的用户，还是作为数据处理者的平台目前没有形成统一意见。《个人信息保护法》赋予了用户知情、同意、查阅、复制、更正、删除等权益，但这是一种人格权益而非明确的财产所有权。平台则通过用户协议获得了对匿名化、聚合化后数据的使用权。对于商家积累的客户资源，平台同样可能主张其属于平台生态的组成部分，限制商家将其导出用于竞争性平台。这种权利归属的模糊性，是数据资产化和交易的最大障碍。

（三）虚拟财产继承转让规则不全面

随着电子商务深度融入生产消费各环节，网店、数字账户、客户资源及平台积分等虚拟财产已成为经营者的核心资产。这些资产与个人及家庭的商业利益紧密关联，其继承问题也日益凸显。尽管《民法典》明确将网络虚拟财产纳入法律保护范围，承认其可作为遗产继承，但在电商实践中，继承规则的落实仍面临诸多挑战。《电子商务法》中“相应的责任”这一表述其既未明确平台经营者违反数据保护义务时的具体责任形态，也未明晰归责要件与证明责任分配。此种立法不确定性，不仅加剧了消费者的维权困境，也损及司法裁判的统一性^[14]。

账户与店铺经营权类虚拟财产在继承规则方面，面临法律与合同的双重障碍。《民法典》虽然承认虚拟财产受法律保护，但缺乏细化的继承规定。而平台《用户协议》通常明确禁止账号的继承、转让、赠与或售卖。当用户去世后，继承人能否继承其网店经营权就成了一个难题。平台出于安全、隐私和生态管理的考虑，往往会拒绝继承请求，或要求提供复杂的司法证明。这不仅导致家族企业式的网店无法顺利传承，也使得投入了大量心血和资金的数字资产无法作为遗产被妥善处置，造成了社会财富的损失。

平台代币与积分等价值符号类虚拟财产同样受到平台规则的严格限制。由于这些价值符号无法独立于宿主账户存在，继承人若要继承账户内的代币积分，首先需要克服继承账户本身的障碍。即便账户得以继承，平台也可能依据“不得转让”的条款，主张其内部的积分代币随之失效。法律对此没有明确规定，导致实践中处理方式不一。有的平台在提供死亡证明和亲属关系证明后可能允许转移余额，但对于积分等资产，往往以“具有人身专属性”为由拒绝继承，造成了数字时代新型“遗产”继承的法律空白。用户生成数据与客户资源类在转让继承方面则面临着隐私权与财产权的激烈冲突。用户生成的聊天记录、搜索历史等数据包含大量敏感个人信息，受到《个人信息保护法》的严格保护。即便这些数据具有财产价值，在被继承时也会首先面临隐私保护的法律门槛。继承人是否有权查阅、复制、继承逝者的这些个人数据法律并没有给出答案。平台在处理此类请求时极为谨慎，通常会以保护用户隐私为由予以拒绝。这使得数据资产成为数字遗产中“看得见却摸不着”的部分，如何在不侵犯逝者隐私的前提下，实现其数据财产价值的合法继承，是未来立法必须面对的严峻挑战。

由此可见，《电子商务法》虽强调对电子商务各方权益的保护，但对虚拟财产继承这一具体问题尚未作出细化规定。由于法律存在滞后性，许多用户对电商虚拟财产的继承缺乏明确的法律预期，司法机关在审理相关案件时也常陷入“裁判无据”的困境。

4. 用户虚拟财产权益保护的实现路径

（一）构建统一价值评估体系

目前人们在生活和工作中越来越离不开对网络的依赖，在立法层面进行完善，构建网络虚拟财产价值评估体系是一项迫在眉睫的任务。韩国司法创设了“虚拟环境管理系统”，基本解决了虚拟财产价值评估难的问题，而我国在这方面仍然有所欠缺^[15]。优化用户虚拟财产权益保护路径，首先要跳出传统的网络交易市场，在考量统一性、客观性、真实性等标准上建立一套独立的网络虚拟财产价值评估体系。

在对账户与店铺经营权类网络虚拟财产价值进行认定时，需从主观约定走向客观评估。一方面，应推动建立行业公认的第三方评估准则。这套准则应综合考量店铺的历史交易流水、商业信誉、客户粘性以及所在赛道的盈利潜力和未来收益折现等因素，形成一套标准化的估值模型。另一方面，应当鼓励发展中立的第三方评估服务机构，为店铺交易、抵押融资提供公允的估价报告，从而形成活跃、透明的二级市场，通过市场机制发现和确认其真实价值。

平台代币与积分等价值符号类网络虚拟财产的价值评估体系构建，关键在于增强其价值的确定性与稳定性。监管机构应出台指引，规范平台的发行和变更行为。要求平台在发行代币积分时，明确公示其与法币的锚定关系、获取方式、使用范围和有效期。任何可能影响其价值贬值或范围缩小的规则变更必须提前充分告知用户，并设置合理的过渡期，甚至允许用户在变更生效前按原规则使用，防止平台单方面侵吞用户资产。

认定用户生成数据与客户资源类网络虚拟财产的价值则需引入分层与场景化的评估思路。需要特别注意的是，个人信息与数据资产必须进行严格区分。纯粹的、可识别到个人的原始信息，其价值主要体现在隐私保护范畴，难以直接货币化。而其经过匿名化、聚合化处理后形成的数据资产以及商家经营的客户资源，则具备财产价值。对于后者，可参考其在特定商业场景下能带来的预期收益增量或能降低的营销成本来评估其价值。

综上，相关机构在评估以上种类网络虚拟财产之价值时，不仅要考虑价值评判方面的权威性，还要考虑面值判断方面的客观性。要尽可能的做到在同一类网络虚拟财产上采用类似的价值评判标准，而对不同类别的网络虚拟财产则应避免规则混用。在评判价值过程中不能倾向于采取单一的模式，而是应该进行综合考量，客观有效地评估出符合实际的真实价值，以此避免市场交易价格存在的主观性。

(二) 明确虚拟财产权利归属

在当前电商经济高速发展的背景下，明确虚拟财产权利归属，制定清晰的平台交易规则，引导用户在法律框架下规范交易行为，将有效营造诚信、安全的电商交易环境。

明确账户与店铺经营权类网络虚拟财产的权利归属，核心是突破现有《用户协议》的绝对限制，通过立法对平台所有权和用户使用权进行再平衡。法律应明确承认用户对账户及店铺经营权享有益物权，即在一定期限内使用、收益并有限处分他人之物的权利。这意味着，用户可以在平台设定的合理框架内，进行转让、继承，其权利不应被平台单方、无理由地随意剥夺。平台可以保留所有权和监管权，但对用户使用权的限制必须是合理、透明且为维护公共秩序所必需的，不能滥用格式条款排除用户的核心财产权。

明确平台代币与积分等价值符号类网络虚拟财产的权利归属，应当将其在法律上明确性为用户对平台享有的特定债权。具体而言，应明确规定凡用户通过支付对价、完成指定消费任务或其他实质性贡献所获取的代币与积分，即构成用户对平台主张兑换相应商品、服务或权益的法定债权凭证，其财产权利明确归属于用户。要严格规定经营者提前告知义务，强化“明示 + 同意”原则^[16]，平台不得以“赠与”或“服务优惠”等单方格式条款剥夺该核心权利。在平台服务终止时，用户有权要求兑回现金或获得等值补偿。同时，监管需强制平台建立对应的价值保障机制，确保该“数字债权”的稳定性与可兑现性，从而在法理与实践层面，将此类虚拟财产从平台的“恩赐”真正转变为用户拥有的、权属清晰的合法数字资产。

用户生成数据与客户资源类网络虚拟财产在权利归属上应构建一种分置的权属结构。法律应承认用户对其个人数据享有数据资产所有权，这种权利主要体现在知情、同意及获得收益分享的潜在可能上。同时，承认平台或商家对因其投入智力与资本而形成的用户画像、趋势报告等衍生数据资产及合法获取的客户资源享有益物权或经营权，允许其在合规前提下进行使用和收益。对于商家店铺的粉丝资源，应明确其经营权归属于商家，但商家行使权利时不得违反个人信息保护法规，不能非法导出原始个人数据。

(三) 完善网络虚拟财产继承转让规则

电商平台中的虚拟财产作为数字资产的重要组成部分，其继承规则的确立对保障交易安全与消费者权益具有重要意义。依据《民法典》继承编及《电子商务法》的相关原则，具有经济价值的电商虚拟财产——包括账户与店铺经营权、平台代币与积分等价值符号、用户生成数据与客户资源等，应当被纳入可继承范围。这类财产虽以电子数据形式存在，但其经济价值独立于用户生命周期而持续存在，为继承提供了客观基础。为确保继承程序合理可行，电商平台需建立分类继承机制。

账户与店铺经营权类网络虚拟财产的继承必须打通法律原则与平台实践之间的梗阻。立法应明确将此类经营性虚拟财产纳入遗产范围。在此基础上，监管部门可指导平台建立清晰的继承流程，即继承人只需提供死亡证明、亲属关系证明及有效的遗嘱，平台即应启动继承程序。为防止纠纷并保护隐私，平台可设置一个公示期，允许其他利害关系人提出异议。继承完成后，继承人应继承该账户下的全部经营权益，同时承诺继续遵守平台规则，实现权利的平稳过渡与平台的有效管理之间的平衡。

对于平台代币与积分等价值符号类网络虚拟财产，应确立其可独立于账户身份而被继承的原则。既然法律上将其定性为债权或金融资产，那么它就如同银行存款一样，理应成为遗产的一部分。平台需要在其技术系统中实现账户身份信息与资产数据的相对分离。在继承发生时，平台在核实继承人身份和继承权后，应允许其将逝者账户中的代币积分直接转移到自己名下的账户中，或允许其折现提取。这一流程应尽可能简化，避免让继承人陷入复杂的法律程序中，保障数字时代公民财产权的顺利传承。

完善用户生成数据与客户资源类网络虚拟财产继承转让规则必须平衡财产继承与隐私保护的双重目标。立法上，应原则上允许数据资产和客户资源作为遗产继承，但设置严格的条件。对涉及用户隐私的

数据则需遵循《个人信息保护法》，通过“生前预嘱”机制让用户提前选择继承或销毁^[17]。对于个人数据，继承人继承的并非是对原始数据的任意查阅权，而是其对聚合化、匿名化后数据资产所蕴含的财产性权益的继承权。平台应提供技术工具，将可继承的资产权益从敏感的原始数据中剥离出来。而对于商家的客户资源，继承应伴随经营主体的变更而自然转移，确保商业的连续性，但继承人必须承诺继续履行原商家对客户的数据保护义务。通过建立兼顾财产传承、隐私保护与平台治理的继承制度，不仅有助于维护电商交易秩序的稳定，也将为数字经济的可持续发展提供坚实保障。

5. 结语

虚拟财产作为伴随电商平台发展而出现的新兴产物，其财产属性毋庸置疑。《民法典》对网络虚拟财产的认可，奠定了数字时代财产权的法律基石。加强对电商平台中用户虚拟财产权益保护，不仅要从法律制度入手，明确虚拟财产的法律属性、建立统一价值评估体系、明晰虚拟财产的权利归属，将宏观的法律宣示转化为微观的、可操作的裁判规则。还要完善相应的继承转让规则，提供更具针对性的保护方案，从而在最大程度上维护网络用户合法权益。建议未来通过出台特别法或司法解释等方式，细化用户虚拟财产权益保护规则，为电商市场的可持续道路提供切实指引，共同构建一个更具公平性、透明度与发展韧性的和谐电商环境。

参考文献

- [1] 杨立新. 中国民法总则研究[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2007: 559-610.
- [2] 刘一尘. 如何实现对数据及网络虚拟财产的保护[J]. 中国律师, 2021(6): 57-59.
- [3] 谢潇. 数字经济视阈内网络虚拟财产的识别标准与类型构造[J]. 法商研究, 2025, 42(3): 49-65.
- [4] 高邈梅. 网络虚拟财产保护的解释路径[J]. 清华法学, 2021, 15(3): 179-193.
- [5] 陈太清, 郁倩. 浅析虚拟财产的法律保护[J]. 中共山西省委党校学报, 2022, 45(2): 95-100.
- [6] 林旭霞. 虚拟财产权性质论[J]. 中国法学, 2009(1): 88-98.
- [7] 王雷. 网络虚拟财产权债权说之坚持——兼论网络虚拟财产在我国民法典中的体系位置[J]. 江汉论坛, 2017(1): 121-129.
- [8] 王少祥. 论网络虚拟财产的权利属性[J]. 新东方, 2019(5): 49-55.
- [9] 高岚, 赵国阳, 罗敏. 虚拟财产评估的司法适用探讨[J]. 现代经济信息, 2013(9): 216-217.
- [10] 袁媛. 论网络虚拟财产权——突破传统民法体系的新型财产权利[J]. 科教文汇(下旬刊), 2012(33): 205-206.
- [11] 刘惠荣, 尚志龙. 虚拟财产权的法律性质探析[J]. 法学论坛, 2006(1): 74-78.
- [12] 张俊浩. 民法学原理[M]. 北京: 中国政法大学出版社, 2000: 12-13.
- [13] 李伟. 大数据背景下电商平台专利审查义务研究[M]. 北京: 法律出版社, 2019.
- [14] 马更新. 电子商务平台经营者的数据保护义务[J]. 陕西师范大学学报(哲学社会科学版), 2025, 54(2): 150-164.
- [15] 吕辉, 陈大鹏. 韩国虚拟财产保护与公证对我国的启示[J]. 中国公证, 2019(11): 48-51.
- [16] 白雪. 电子商务背景下消费者个人信息保护路径研究[J]. 中国价格监管与反垄断, 2025(9): 82-84.
- [17] 邢雅琴. 网络虚拟财产继承问题与法律完善[J]. 合作经济与科技, 2025(12): 188-190.