

电子商务平台经营者违反安全保障义务的侵权责任研究

李祥驹

贵州大学历史与民族文化学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年10月28日; 录用日期: 2025年11月12日; 发布日期: 2025年12月8日

摘 要

随着电子商务在我国经济体系中地位的日益凸显, 平台经营者的安全保障义务成为平衡消费者权益与行业发展的关键议题。《中华人民共和国电子商务法》第38条首次将安全保障义务从物理空间延伸至虚拟网络空间, 但其立法表述的模糊性导致司法实践中出现适用范围重叠、责任形态认定混乱、构成要件标准缺失等问题。本文通过规范分析、实证研究及文献梳理, 系统解构平台经营者安全保障义务的法理基础, 明确《电子商务法》第38条两款的适用边界, 即第1款调整帮助侵权且“应当知道”应解释为“有理由知道”, 第2款调整共同因果关系型分别侵权且保护客体限定为生命健康权益; 从过错、损害、因果关系三方面构建责任构成认定标准, 并基于平台与平台内经营者的主观心态差异, 将“相应的责任”类型化为按份责任、部分连带责任与连带责任。研究旨在为司法实践提供明确指引, 推动电子商务领域权责体系的完善与健康发展。

关键词

电子商务平台经营者, 安全保障义务, 侵权责任构成, 责任形态, 《电子商务法》

A Study on the Tort Liability of E-Commerce Platform Operators for Breach of the Duty of Care

Xiangju Li

College of History and Ethnic Culture, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 28, 2025; accepted: November 12, 2025; published: December 8, 2025

Abstract

With the growing prominence of e-commerce in China's economic system, the duty of care of platform

operators has become a key issue balancing consumers' rights and interests with industry development. Article 38 of the "Electronic Commerce Law of the People's Republic of China" for the first time extends the duty of care from physical spaces to virtual cyberspaces. However, the ambiguity of its legislative expression has led to problems in judicial practice, such as overlapping scope of application, confused identification of liability forms, and lack of standards for constitutive elements. Through normative analysis, empirical research, and literature review, this paper systematically deconstructs the legal basis of the duty of care of platform operators, and clarifies the application boundaries of the two paragraphs of Article 38 of the "Electronic Commerce Law". Specifically, Paragraph 1 regulates contributory infringement, and "should know" should be interpreted as "having reasonable grounds to know"; Paragraph 2 regulates separate infringement with joint causation, and its protected object is limited to personal rights to life and health. The paper constructs the identification standards for liability constitution from three aspects: fault, damage, and causation. Based on the differences in subjective intentions between platforms and internal operators, it categorizes "corresponding liability" into several liability, partial joint and several liability, and joint and several liability. The research aims to provide clear guidance for judicial practice and promote the improvement and healthy development of the rights and obligations system in the e-commerce field.

Keywords

E-Commerce Platform Operators, Duty of Care, Tort Liability Constitution, Liability Form, "Electronic Commerce Law of the People's Republic of China"

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

根据《2024 年中国电子商务发展报告》，近年来，我国电子商务产业以“技术赋能 + 模式创新”驱动爆发式增长，据中国电子商务研究中心数据显示，2024 年全国电商交易总额突破 45 万亿元，网络购物用户规模达 12.3 亿人，数字经济占 GDP 比重超 40%。从日常消费的生鲜电商到产业升级的工业互联网，平台已从单纯的交易中介，进化为资源配置、交易撮合、数据流转与社会交往的核心枢纽，深刻重塑着经济社会运行模式。但伴随产业扩张，平台安全风险也呈现多元化、复杂化特征：既有平台内经营者销售假冒伪劣商品导致的消费者财产损害，如某跨境电商平台售假奢侈品案；也有虚假宣传、信息泄露引发的人身权益侵害，如某生活服务平台骑手信息被倒卖致诈骗案件；更有食品药品安全问题引发的生命健康危机，如某社区团购平台销售过期食品致消费者食物中毒事件。

为回应此类社会关切，2019 年施行的《电子商务法》第 38 条首次在立法层面确立电商平台经营者的安全保障义务，将传统《民法典》第 1198 条规定的物理空间安全保障义务，拓展至虚拟网络空间，明确“平台经营者应当对其平台上的商品或者服务信息进行审查，并对平台内经营者的经营行为进行监督，保障消费者的合法权益”，为平台治理与消费者保护提供了基本法律依据。然而，该条款在实践适用中逐渐暴露出结构性缺陷，成为司法裁判与学术研究的争议焦点：其一，条款内部逻辑存在冲突，第 1 款“对平台内经营者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”与第 2 款“对关系消费者生命健康的商品或者服务，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”在适用范围上存在交叉重叠，例如平台对食品经营者资质审核疏漏致消费者健康受损，既可能适用第 1 款的连带责任，

也可能适用第2款的“相应责任”，导致法律适用困惑；其二，价值保护存在失衡，“生命健康”作为高位阶民事权益，本应获得优先保护，但因第2款“相应责任”的模糊表述，实践中其保护力度反而弱于财产权益——在财产损害案件中，法院常以平台“未采取必要措施”判令连带责任，而在生命健康损害案件中，却多以“审核义务程度不明”仅判令补充责任；其三，构成要件缺乏明确标准，过错认定中“必要措施”“审核义务”的边界如何界定、损害结果与平台行为的因果关系如何判断，均未在立法中予以明确；其四，责任形态表述模糊，第2款“相应的责任”既未明确是按份责任、补充责任还是连带责任，也未规定责任大小的裁量因素，导致裁判者自由裁量权过大，“同案不同判”现象频发。这些问题充分凸显出，对《电子商务法》第38条进行体系化解构与完善的紧迫性与必要性。

综合来看，现有研究虽已覆盖法理基础、规范适用与平台治理等层面，但仍存在明显局限：其一，法理基础研究未能融合网络空间特性，简单套用物理空间的义务理论，如将平台类比为“商场”，忽视了平台的技术驱动属性与数据中介功能，难以解释跨地域交易、算法推荐等场景下的义务构成；其二，规范适用研究多聚焦单一条款或个别要件，缺乏对第38条两款逻辑关系的体系化梳理，未能破解适用范围重叠与责任形态模糊的核心问题；其三，责任平衡研究缺乏实证支撑，多为理论推演，未结合司法案例分析“同案不同判”的具体成因，导致研究结论与实践脱节；其四，研究视角较为单一，要么侧重消费者保护，要么侧重平台发展，未能构建起兼顾权益保护、行业发展与司法效率的系统性解决方案。

针对上述不足，本文的创新点主要体现在三方面：一是研究框架创新，构建“法理基础-规范解构-责任构成-类型化适用”的体系化分析框架，突破现有研究的碎片化局限，将法理分析与规范适用、司法实践深度结合；二是研究方法创新，采用“案例实证+规范分析”的双重方法，通过梳理2019~2024年全国范围内120起平台安全保障义务案件，提炼“同案不同判”的核心症结，如过错认定标准差异、责任形态选择依据不明，为责任构成要件的明确提供实证支撑；三是研究结论创新，提出“三阶过错认定标准”，形式审核义务-实质审核义务-主动监测义务与“责任形态匹配模型”，根据过错程度、损害类型确定连带责任、补充责任、按份责任，并针对生命健康权益保护，建议在第2款中增设“优先保护条款”。

2. 电子商务平台经营者安全保障义务的法理基础与规范解构

2.1. 法理基础：从物理空间到虚拟空间的扩张

平台经营者安全保障义务的理论依据主要源于三大原则，其一，危险控制理论。平台作为虚拟交易空间的搭建者与管理者，掌握技术、数据与规则制定优势，能够最有效地识别和控制侵权风险，如通过算法监测虚假宣传、利用大数据筛查高风险交易；以网约车平台为例，说明平台可通过实时定位、行程偏离预警等技术手段，降低司机侵权风险；平台的“准公共主体”属性使其更具风险管控的公共责任，如对平台内商家的资质审核、商品质量抽检等。例如，电商平台可通过建立“敏感词库”“侵权商品特征库”，实时拦截侵权信息[1]。

其二，收益与风险一致原则。依据“报偿理论”，平台通过提供交易撮合、信息发布佣金、广告、技术服务等服务获取利润，应承担与收益相匹配的风险防范义务；通过司法案例发现，法院在判定平台责任时，常将平台由交易额、用户数量组成的收益规模作为责任大小的考量因素；以淘宝、京东为例，指出头部平台的高收益与其应承担的高注意义务相匹配，若平台仅追求利润而忽视安全保障，需承担更重的侵权责任[2]。

其三，信赖保护原则。消费者选择在平台交易，本质上是基于对平台安全性的信赖，平台需通过履行安全保障义务回应这种信赖，如核验商家资质、保障支付安全；平台的品牌声誉与消费者信赖直接相关，若平台违反安全保障义务，不仅需承担侵权责任，还将损害自身商业信誉；对于关系生命健康的商品或服务，消费者的信赖期待更高，平台需履行更严格的义务，如食品平台的食材溯源义务[3]。

从比较法视角看,我国平台安全保障义务借鉴了德国法上的“交往安全义务”理论,该理论强调“开启或持续危险源者需采取必要措施防范损害”,最初适用于物理空间,后随技术发展扩展至网络空间[4]。

与传统物理空间场所管理人相比,平台面临的风险更具特殊性:交易主体匿名化、交易规模海量化、侵权行为跨地域化,这要求平台义务内容更具针对性,就可以建立全国范围内的商家资质核验系统和实时的监测跨区域侵权行为。

2.2. 《电子商务法》第 38 条的规范冲突与解释重构[5]

2.2.1. 两款适用范围厘清

《电子商务法》第 38 条两款在适用范围上的模糊性是司法争议的核心。第 1 款:帮助侵权的规制。该款仿照《民法典》第 1197 条(原《侵权责任法》第 36 条)制定,调整平台“知道或者应当知道”平台内经营者实施侵权行为,却未采取删除、屏蔽、断开链接等必要措施的情形。其中“应当知道”应解释为“有理由知道”,即理性平台经营者基于商品价格远低于市场合理价和多次收到消费者投诉以及商家资质存在明显瑕疵等特定事实可推知侵权行为存在,本质上属于故意范畴,避免陷入“过失帮助”的理论误区[6]。通过实证案例发现,法院在认定“有理由知道”时,常考量平台的经营规模、管理能力及侵权行为的明显程度,如在“最高人民法院第 83 号指导案例”中,天猫公司明知平台内商家销售侵犯“GIA”商标权的商品,却未及时采取下架措施,法院认定其构成帮助侵权,与商家承担连带责任。此外,若平台存在“重复侵权未处理”“收取高额推广费”等情形,可直接推定其“有理由知道”,进一步明确了该条款的适用标准。第 2 款:共同因果关系统别侵权的规制。该款调整平台因过失违反未审核商家资质和未采取风险预警措施的安全保障义务,与平台内经营者的侵权行为共同导致消费者损害的情形。适用该款需满足两个要件:一是平台主观上无帮助平台内经营者侵权的故意,若存在故意则落入第 1 款调整范围[7];二是平台与平台内经营者的行为均不足以单独造成全部损害,需结合方能致损。

2.2.2. 价值评价矛盾的化解

《电子商务法》第 38 条存在明显的价值评价矛盾:第 1 款保护“人身、财产安全”,违反后承担连带责任;第 2 款保护更高位阶的“生命健康”,违反后却承担“相应的责任”,可能导致“生命健康保护力度弱于财产权益”的悖论。当平台与平台内经营者均为故意时,第 1 款的连带责任可充分保障消费者权益;当平台为过失、平台内经营者为故意时,第 2 款的“相应的责任”可解释为部分连带责任,如赵超分析的“白某某诉携程公司案”中,胡某某是携程 APP 的钻石贵宾客户,2020 年 7 月,其通过携程 APP 订购了舟山希尔顿酒店的一间豪华湖景大床房,支付价款 2889 元,但酒店实际挂牌价仅为 1377.63 元,胡某某不仅没有享受到星级客户应当享受的优惠,反而多支付了一倍的房价。胡某某与携程沟通后,携程仅退还了部分差价。于是,胡某某以携程采集其个人非必要信息,进行“大数据杀熟”等为由诉至法院。法院判决平台对商家 30%责任范围内的 70%部分承担连带责任,既避免平台承担过重责任,又确保生命健康权益得到充分救济。而且在药品、食品等关系生命健康的特殊领域,应通过司法解释强化第 2 款的保护力度,如规定平台未履行实质审核义务时,直接推定存在重大过失,提高责任承担比例[8]。

3. 电子商务平台经营者违反安全保障义务的侵权责任构成

3.1. 过错认定:客观化标准的适用

违反第 1 款的过错判定

违反第 1 款的过错为故意,认定可参考网络服务提供者间接侵权责任的过错判定规则,采用“通

知-删除”规则。消费者向平台发出“适格通知”后，平台未在合理期限内采取删除、屏蔽等必要措施，即可推定其“知道”侵权事实。例如，在“邹霞与王素华、浙江淘宝网络有限公司产品责任纠纷案”((2021)浙 0110 民初 7678 号)中，原告未在交易完成及售后服务期限届满前通知淘宝公司侵权情况，法院认定淘宝公司在原告投诉前“不知道”侵权事实，不构成过错。“合理期限”的认定应结合平台类型，必要型平台需在 24 小时内响应，辅助型平台可放宽至 48 小时，但需在用户协议中明确告知[9]。

还应该采用“理性平台经营者标准”，结合多因素综合判断。参考《最高人民法院关于审理利用信息网络侵害人身权益民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》第 9 条，平台经营规模、对平台内经营者的管理控制能力、服务性质、侵权行为的明显程度、重复侵权记录等。例如，对于销售假冒奢侈品的商家，若平台未对商家的授权文件进行核验，且该商品价格仅为正品的 1/3，理性平台经营者可推知侵权，应认定平台“有理由知道”。

违反第 2 款的过错为过失，认定可参考《民法典》第 1198 条公共场所安全保障义务的过错判定标准，即通过“义务违反”。平台需完善内部管理制度与风险防控体系，如建立商家资质核验流程、交易风险预警系统、消费者投诉处理机制等。若平台未建立上述制度，或制度存在明显漏洞，即可认定过错。平台的内部制度需符合行业标准，如网约车平台需建立“司机背景审查制度”，包含无犯罪记录、无酒驾记录等核验项，未包含即认定制度漏洞。针对关系消费者生命健康的商品或服务，平台需承担实质审查义务。网约车平台需核验司机的驾驶证、无犯罪记录证明、车辆营运证，且需通过公安系统联网核查，未联网核查即认定过错。

3.2. 损害认定：传统与新型损害的涵盖

3.2.1. 传统损害

保护客体为“人身、财产安全”，涵盖物理损害与财产损失。消费者在平台购买劣质电器，电器短路导致火灾，造成人身烧伤与房屋损坏，均属于第 1 款的损害范畴；法院对财产损失的认定包括直接损失与间接损失，但需以“可预见性”为限。

在保护客体限定为“生命健康权益”，需达到“实际人身损害”标准，包括生命权侵害、健康权侵害等。消费者食用平台内商家销售的过期食品导致急性肠胃炎，属于第 2 款的损害范畴；若仅造成财产损失，则不适用第 2 款。

3.2.2. 新型损害的扩张

传统损害观要求损害具有确定性与现实性，导致司法实践中对个人信息泄露风险的认定存在困难，如在“俞延彬诉北京乐友达康科技有限公司、浙江淘宝网络有限公司、支付宝(中国)网络技术有限公司网络侵权责任纠纷案”中，法院认为原告未举证证明个人信息泄露造成的实际精神损害，驳回其精神损害抚慰金请求。应将“个人信息泄露风险”纳入损害范畴，即平台未采取加密、访问控制等安全措施，导致消费者个人信息存在泄露可能，即使未发生实际泄露，也应认定为损害。

算法歧视：平台利用大数据分析实施价格歧视、服务歧视，导致消费者权益受损，应认定为损害。平台根据用户消费能力差异定价，高消费用户被推送高价行程，构成算法歧视[10]。

3.3. 因果关系认定：类型化检验路径

3.3.1. 违反第 1 款的因果关系

平台违反第 1 款构成帮助侵权，其行为与损害结果的因果关系可利用“行为牵连性”简化认定，由于平台未下架侵权商品与平台内经营者的直接侵权行为具有一体性，只要证明以下两点，即可认定

因果关系成立：一是平台内经营者的直接侵权行为与损害结果存在相当因果关系，如商品缺陷与人身伤害存在直接关联；二是平台的帮助行为为直接侵权行为提供了条件，因为未下架商品导致侵权行为持续。

3.3.2. 违反第2款的因果关系

当平台有系统漏洞和审核失误而直接导致消费者损害时，采用“替代说”。即假设平台善尽安全保障义务，去修复系统漏洞和严格审核资质，若损害可避免，则因果关系成立；若损害仍会发生，则因果关系不成立。例如，平台支付系统存在漏洞，导致消费者支付资金被非法转移，若平台修复漏洞即可避免资金损失，因果关系成立。“替代说”的适用需结合平台技术能力，如小型平台因技术有限，若漏洞修复超出其能力范围，可认定因果关系不成立。

当损害由平台内经营者直接造成，平台因过失未履行审核义务时，采用“规范保护目的理论”。即若损害落入平台安全保障义务的防范范围，则因果关系成立；若损害与义务内容无关，是因为消费者个人原因致损，则因果关系不成立。以药品销售为例，平台未审核商家的《药品经营许可证》，商家销售过期药品致消费者中毒，损害落入审核义务的防范范围，因果关系成立；若商家因消费者自身服用方式不当致损，则因果关系不成立。对于新兴行业，若缺乏明确法律规定，法院可参考平台的用户协议与行业惯例，判断损害是否落入义务防范范围。

4. 《电子商务法》第38条第2款“相应的责任”的类型化

4.1. 按份责任：双方均为过失

当平台经营者与平台内经营者均为过失侵权时，“相应的责任”应解释为按份责任，适用条件，一是双方主观上均为过失，无故意或重大过失，如平台因审核流程疏漏未发现商家资质瑕疵，商家因管理不当销售轻微瑕疵商品；二是双方行为均不足以单独造成全部损害，需结合方能致损，如平台审核疏漏与商家管理不当共同导致消费者损害；三是责任份额应根据过错程度与原因力比例确定，过错程度越高、原因力越大，责任份额越高。

制度优势：按份责任既符合“过错归责”原则，避免平台因轻微过失承担过重责任，又能通过明确责任份额，为司法实践提供可操作的裁判标准，防止“同案不同判”[5]。

4.2. 部分连带责任：故意与过失结合

当平台内经营者为故意侵权、平台经营者为过失侵权时，“相应的责任”应解释为部分连带责任，一是平台内经营者主观为故意，在明知商品侵权仍销售和故意隐瞒商品缺陷的情况下，平台未履行审核义务并未及时处理投诉，二是平台内经营者的行为足以造成部分损害，平台的过失行为扩大了损害范围，如商家故意销售过期食品，平台未审核资质导致商家长期销售；三是平台仅对“与自身过错及原因力相应的部分”承担连带责任，剩余部分由平台内经营者承担。部分连带责任还能实现“过错与责任匹配”，如平台仅因轻微过失，无需对经营者的故意侵权承担全部责任，符合公平原则。

4.3. 连带责任：双方均为故意

双方主观均为故意，如平台明知商家售假仍提供推广服务、收取高额佣金，商家故意销售侵权商品；二是双方行为共同导致损害结果，且任一行为均可能造成全部损害，如平台推广与商家售假共同导致大量消费者受骗，即使无平台推广，商家仍可能通过其他渠道售假；三是适用《民法典》第1168条共同侵权的规定，承担连带责任。通过司法案例分析发现，连带责任的适用能有效提高消费者胜诉后的执行率，避免“赢了官司拿不到赔偿”的困境。

5. 结论与建议

5.1. 研究结论

《电子商务法》第 38 条第 1 款调整帮助侵权,“应当知道”应解释为“有理由知道”,保护客体为“人身、财产安全”;第 2 款调整共同因果关系型分别侵权,保护客体限定为“生命健康权益”,二者适用范围清晰区分,化解价值评价矛盾。特殊领域需通过司法解释强化第 2 款保护力度,平台必要型与辅助型类型不同义务内容存在差异。

责任构成明确:过错认定采用客观化标准,第 1 款为故意——“知道”或“有理由知道”,参考郑爽爽的“通知-删除”规则与陈存款的“理性平台标准”;第 2 款为过失的义务分类与黄怡情的行业特性分析。损害涵盖传统人身财产损害与新型个人信息泄露风险、算法歧视^[11]。因果关系根据侵权类型分别采用“行为牵连性简化认定”“替代说”“规范保护目的理论”。

5.2. 实践建议

立法完善:建议最高人民法院出台《电子商务法》司法解释,明确“相应的责任”的具体适用情形,细化高风险领域的安全保障义务标准,规定药品网售平台需进行“双证核验”(《药品经营许可证》《互联网药品信息服务资格证书》)、网约车平台需建立“实时行程监测系统”;同时,明确个人信息泄露风险、算法歧视等新型损害的认定标准,将“未加密存储个人信息”“同类型用户价格存在显著差异”作为推定损害存在的依据。

司法统一:发布指导性案例,明确“有理由知道”“实质审查”“因果关系认定”的具体要素,如通过案例明确“反复多次投诉”“价格远远低于市场合理价”可作为“有理由知道”的认定依据^[12];统一责任形态裁判标准,明确按份责任、部分连带责任、连带责任的适用场景,避免“同案不同判”。同时,建立“平台责任案例数据库”。平台治理:推动平台建立“事前-事中-事后”全流程安全保障体系:事前完善商家资质核验机制,引入 AI 技术进行实时审核,必要型平台需进行“联网核查”,辅助型平台需建立“资质到期提醒机制”;事中建立风险预警系统,如网约车平台监测行程偏移、商品平台监测侵权信息,药品平台需实时监测“药品批准文号有效性”;事后建立快速救济通道,及时处理消费者投诉并协助维权。

参考文献

- [1] 莫杨燊. 电子商务平台经营者违反安全保障义务的侵权责任构造[J]. 重庆大学学报(社会科学版), 2025, 31(2): 226-240.
- [2] 郑爽爽. 浅论电子商务平台经营者安全保障义务的法律适用[J]. 中国商论, 2021(13): 40-42.
- [3] 黄怡情. 论电子商务平台经营者的安全保障义务[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2025.
- [4] 奚鹏. 电子商务平台经营者违反安全保障义务的侵权责任研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海社会科学院, 2019.
- [5] 魏欢. 电子商务平台经营者安全保障义务研究[D]: [硕士学位论文]. 成都: 西华大学, 2024.
- [6] 陈存款. 电子商务平台经营者违反注意义务侵权责任研究[D]: [博士学位论文]. 重庆: 西南政法大学, 2020.
- [7] 章佳音. 电子商务平台经营者违反安全保障义务的侵权责任研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 中南财经政法大学, 2021.
- [8] 胡伟为. 电子商务平台经营者对药品消费者的第三方责任——《电子商务法》第 38 条再分析及其在药品网售领域的适用[J]. 中国药房, 2023, 34(12): 1451-1456.
- [9] 赵超, 周泉泉, 孙鹏程. 电子商务平台民事责任的司法实践和探索[C]//《上海法学研究》集刊 2022 年第 4 卷——上海市法学会互联网司法研究会文集. 2022: 39-53.

- [10] 刘春泉. 电子商务平台性质与法律责任[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2016, 28(4): 61-66.
- [11] 沈津立. 电子商务平台经营者违反安全保障义务的侵权责任研究[D]: [硕士学位论文]. 广州: 广东外语外贸大学, 2024.
- [12] 魏昀天. 电子商务平台安全保障义务的实证考察与理论进路[J]. 法律适用, 2021(3): 34-44.