

# 电商企业数据权益的保护路径探析

范潇予

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年11月12日; 录用日期: 2025年11月25日; 发布日期: 2025年12月24日

## 摘要

随着数字经济快速发展, 电商企业作为数据要素流通与利用的核心主体, 其数据权益保护成为理论与实务界的焦点。本文以最高人民法院第47批指导性案例为基础, 聚焦电商场景下数据集合保护、合法数据流转、数据产品加工及个人信息平衡等核心议题, 指出当前司法实践主要依托《反不正当竞争法》规制电商数据侵权行为的现状。研究明确电商企业数据权益作为场景依赖性新型财产权的法律属性, 主张构建赋权与行为规制相结合的混合保护模式。最后提出应从界定电商数据权益边界、完善电商场景数据合理使用标准、协调个人信息保护与电商数据利用、细化电商领域不正当竞争认定规则等方面, 建立兼顾保护与流通的法律保障体系, 助力电商行业健康发展。

## 关键词

电商企业数据权益, 指导性案例, 反不正当竞争法

# Analysis of Approaches to Protecting E-Commerce Enterprises' Data Rights and Interests

Xiaoyu Fan

The Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: November 12, 2025; accepted: November 25, 2025; published: December 24, 2025

## Abstract

With the rapid development of the digital economy, e-commerce enterprises, as core subjects in the circulation and utilization of data elements, the protection of their data rights and interests has become a focal issue in both theoretical research and judicial practice. Based on the Supreme People's

Court's Guiding Case Batch No. 47, this paper focuses on core issues such as data collection protection, lawful data transfer, data product processing, and personal information balance in e-commerce scenarios, and points out the current judicial practice mainly relying on the Anti-Unfair Competition Law to regulate e-commerce data infringement behaviors. The research clarifies the legal attribute of e-commerce enterprises' data rights as a context-dependent new type of property right, and advocates a hybrid protection model combining empowerment and conduct regulation. Finally, it proposes to establish a legal guarantee system balancing protection and circulation by defining the boundaries of e-commerce data rights, improving the fair use standards of data in e-commerce scenarios, coordinating personal information protection and e-commerce data utilization, and refining the identification rules of unfair competition in the e-commerce field, so as to promote the healthy development of the e-commerce industry.

## Keywords

E-Commerce Enterprises' Data Rights and Interests, Guiding Cases, Anti-Unfair Competition Law

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

在数字经济时代,数据已成为电商企业核心生产要素,贯穿于商品展示、交易撮合、物流配送、客户服务等全业务链条。电商企业通过积累用户行为数据、交易记录数据、商品价格数据等形成海量数据资源,其商业价值直接关系到市场竞争力与经营效益。与此同时,电商数据的无形性、可复制性特征,使其面临数据抓取、非法转移、恶意盗用等侵权风险,不仅损害电商企业合法权益,还扰乱电商市场竞争秩序,影响数据要素在电商领域的有效配置。

2025年8月最高人民法院发布的第47批指导性案例(第262~267号) [1],涵盖数据集合保护、数据授权转移、数据产品加工等多个与电商业务高度相关的争议类型,为电商企业数据权益保护提供了关键司法指引。本文以这批指导性案例为分析对象,结合电商行业数据处理特点,探讨电商企业数据权益保护现状、法律属性及优化路径,以期构建适配电商场景的完善保护体系提供参考。

## 2. 指导性案例中的企业数据权益保护现状

最高法第47批指导性案例(第262~267号)所涉纠纷多发生于电商平台、网络服务等数字经济场景,涵盖了数据集合保护、数据授权转移、数据产品加工、个人信息收集与使用等多个领域,反映了司法裁判中处理数据权益纠纷的思路。

### 2.1. 数据集合的经营性利益保护

在最高法指导案例262号(某科技公司诉某文化传媒公司不正当竞争纠纷案) [2]中,涉案平台的核心业务与电商流量运营、数据服务高度相关。平台经营者对其数据集合享有“经营性利益”,即使数据本身不构成著作权法上的作品,只要企业为数据的形成投入了实质性人力、物力和财力,该利益就应受法律保护。法院依据《反不正当竞争法》第二条,将未经许可抓取并使用数据的行为认定为不正当竞争,强调其“实质性替代”原平台服务的危害性。本案确立了数据集合作为竞争性权益客体的地位,体现了司法对数据价值生成的认可。

## 2.2. 用户授权下的数据转移合法性

最高法指导案例 263 号(某网络公司诉某信息科技公司不正当竞争纠纷案) [3] 聚焦账号关联服务引发的数据转移争议。从另一角度阐明, 经用户授权且未扰乱市场竞争秩序的数据转移行为不构成不正当竞争。法院指出, 关联账号服务符合用户对数据处理的合理预期, 且未损害平台合法权益。该案体现了对用户数据自主决定权的尊重, 也为数据流通提供了正当性依据。

## 2.3. 数据产品的合法加工与利用

最高法指导案例 264 号(某钢铁公司诉某电子商务公司侵权责任纠纷案) [4] 直接涉及电商平台价格数据的加工利用问题。进一步明确, 数据处理者对合法采集的数据进行加工形成数据产品, 且未对数据来源者权益造成损害的, 不承担侵权责任。法院认为, 公开市场中的价格数据不属于商业秘密, 数据加工者享有对其数据产品的经营性利益。该案强调电商数据利用的公平性与开放性, 禁止电商企业以“商业秘密”为由垄断公开数据, 为电商行业数据产品创新、市场价格监测等合法业务提供了司法支持。

## 2.4. 个人信息保护与数据权益的平衡

最高法指导案例 265 号(罗某诉某科技公司隐私权、个人信息保护纠纷案) [5] 和 266 号(黄某欢诉某信用管理公司个人信息保护纠纷案) [6] 聚焦于个人信息处理中的“告知-同意”规则, 与电商企业用户信息处理行为密切相关。前者认定强制收集用户画像信息构成侵权, 后者则基于“最小必要原则”肯定了信用信息收集的合法性。这两个案例体现了法院在企业数据权益与个人信息保护之间寻求平衡的努力, 一方面认可企业在特定条件下处理个人数据的合法性, 另一方面又通过必要性原则限制企业数据处理的边界, 防止过度收集和使用个人信息。

## 2.5. 网络平台账号的权益归属与执行

最高法指导案例 267 号(某文化传媒公司与游某梅执行实施案) [7] 涉及网络平台账号的权属与执行问题, 对于电商平台账号这一特殊数据载体的权属问题具有重要指导价值。法院认为在网络平台账号高度依赖实名制认证的情况下, 仅交付账号及密码无法使账号权利完全归属申请执行人, 还需清除原实名认证信息并变更为申请执行人信息。该案从执行程序角度明确了网络平台账号等数据载体的交付不仅包括账号密码的交付, 还应包括相关实名认证信息的变更, 为平台数据权益的实现提供了司法保障。

## 3. 电商企业数据权益的法律属性与保护模式抉择

结合指导性案例裁判逻辑与电商行业数据处理特征, 需进一步厘清电商企业数据权益的法律属性, 选择适配电商场景的保护模式。

### 3.1. 电商企业数据权益的法律属性辨析

关于电商企业数据权益的法律属性, 目前存在诸多争议。电商企业对其生产和处理的数据享有的利益应受法律保护, 但现行的知识产权法和反不正当竞争法等民事法律制度都不足以实现对企业数据的全面保护。企业数据权益是一种独立的、新型的财产权, 既不同于所有权, 也不同于知识产权[8]。电商企业数据权益是兼具场景特殊性与利益复合性的新型财产权, 既区别于传统所有权, 也不同于典型知识产权。电商数据涵盖用户个人信息、交易记录、商品数据等多元内容, 其权益边界受电商业务场景约束——在商品交易、营销推广、售后服务等不同场景中, 电商企业的数据权益范围与保护强度存在差异。

指导性案例的裁判逻辑也印证了这一观点。在指导案例 262 号中, 法院并未将数据集合纳入现有权

利体系(如著作权、商业秘密)予以保护,而是基于反不正当竞争法一般条款确认其经营性利益;在指导案例 264 号中,法院则明确区分了原始数据与数据产品,认可数据处理者对数据产品享有独立的经营性利益。这种保护思路跳出了传统权利类型的束缚,体现了对企业数据权益独立法律地位的认可。

同时在数据抓取案件(指导案例 262 号)中,法院综合考虑了数据公开程度、利用行为的替代性、手段正当性等因素,因此不难看出企业数据权益还具有场景依赖性和利益平衡性的特点。在不同场景下,企业数据权益的边界和保护程度有所不同,需根据数据来源、数据处理方式、数据使用目的等因素进行综合判断。企业数据保护需要在具体的场景中基于数据集和数据利用行为的具体状况作出衡量与判断[9]。这表明电商企业数据权益具有场景依赖性,需结合电商业务目的、数据来源、使用方式等综合判断,是介于完全控制与开放共享之间的复合性权益。

### 3.2. 赋权模式与行为规制模式的抉择

关于企业数据权益的保护模式,目前主要是赋权模式与行为规制模式。赋权模式主张通过确立数据财产权,为企业数据提供具有排他性的权利保护;行为规制模式主张通过反不正当竞争法、侵权法等对侵害企业数据权益的行为进行事后规制。

前述指导性案例在总体上倾向于行为规制模式,主要通过反不正当竞争法对企业数据权益提供保护。这种做法具有明显的灵活性优势,能够根据具体案情进行利益平衡,避免赋权模式可能导致的数据垄断和数据封闭问题。特别是在案例 263 号中,法院认可了经用户授权的数据流通的合法性,体现了促进数据流通利用的价值取向。

单纯的行为规制模式也存在保护不足的问题。司法实践中法院作出判决的主要法律依据是反不正当竞争法一般条款,一般条款具有概括性和灵活性,能很好地提供利益衡量空间[10],但无法明确电商企业对其数据享有何种权益,电商企业既不能基于对数据的权益而享有预防性请求权,也无法通过市场化方式配置数据资产。因此,未来应当在行为规制的基础上,适当引入赋权因素,构建赋权与行为规制相结合的保护模式。借鉴《中共中央 国务院关于构建数据基础制度更好发挥数据要素作用的意见》(“数据二十条”)提出的“三权分置”产权运行机制,在明确数据资源持有权、数据加工使用权、数据产品经营权的基础上,通过反不正当竞争法对数据利用行为进行规制,形成清晰分明、兼顾保护与利用的数据权益路径。

## 4. 电商企业数据权益保护的路径构建

### 4.1. 明确电商企业数据权益的边界与内容

电商企业数据权益的边界与内容是企业数据权益保护路径的构建基础。首先要明确电商企业数据权益的边界,指导案例 262 号和 264 号确立了“实质性投入 + 独立经济价值”的标准,可作为界定电商企业数据权益边界的基本依据。企业对数据进行收集、存储、清洗、标注、整合等处理活动,投入了实质性的人力、物力、财力,并使得数据整体产生了独立于单一数据的增值价值,即可认定企业对该数据集或数据产品享有权益。其次明确电商企业数据权益的内容,参考指导案例 267 号,企业数据权益至少应包括:数据持有权、数据使用权、数据收益权和数据处分权。其中,数据处分权包括事实上的处分(如销毁数据)和法律上的处分(如许可他人使用、设置担保等),但应受到个人信息保护、数据安全等公共利益的限制。

### 4.2. 细化数据合理使用的标准与条件

为了更好地平衡数据保护与数据利用,应建立数据合理使用制度。指导案例 263 号、264 号初步勾勒



了数据合理使用的轮廓：一是经用户授权的数据使用；二是对已公开数据的合理使用；三是为实现合法业务目的的必要数据使用。未来应进一步细化数据合理使用的具体标准和条件，主要包括使用目的的限制即是否具有正当目的、使用行为的限制即是否超出必要范围、使用结果的限制即是否实质性替代原数据产品或不正当损害数据持有人的合法权益等。特别是在数据挖掘和数据分析场景下，应允许对合法获取的数据进行挖掘分析，从而更好发挥数据价值的作用。

### 4.3. 强化个人信息保护与企业数据权益的协调

指导案例 265 号、266 号强调了对个人信息的保护，电商企业在处理包含个人信息的数据时，必须遵守个人信息保护的相关规定。为了解决个人信息保护与企业数据权益的冲突，应建立健全个人信息权益与企业数据权益的协调机制。一方面，企业收集的数据涉及个人信息的，应当履行保护个人信息的义务 [8] (p. 59)；另一方面，承认企业在合法处理个人信息基础上形成的数据产品享有相应权益，避免因过度强调个人信息保护而阻碍数据价值的实现。具体可区分为原始数据与衍生数据，对于原始数据，个人应享有较强的控制权；对于企业基于原始数据通过实质性投入形成的衍生数据，企业应享有相应的权益，个人行使权利不应影响企业衍生数据的合法权益。

### 4.4. 完善数据不正当竞争行为的认定规则

《反不正当竞争法》是企业数据保护的主要法律依据之一，指导案例 262 号、263 号主要依据《反不正当竞争法》第二条的原则性规定认定数据不正当竞争行为，但缺乏具体的认定标准。为此 2025 年 10 月实施的新《反不正当竞争法》专门针对“互联网专条”第十三条进行修订，明确了旧条款中的“技术手段”为“数据和算法、技术、平台规则”，并新增数据不正当竞争行为条款，即“经营者不得以欺诈、胁迫、避开或者破坏技术管理措施等不正当方式，获取、使用其他经营者合法持有的数据，损害其他经营者的合法权益，扰乱市场竞争秩序。”该款规定肯定了经营者的合法数据的法律地位，明确了数据不正当竞争行为的行为和结果构成要件。但在司法实践中需进一步明确用户授权、合理使用的情形和实质性损害的认定标准，避免过度干预数据市场的正常竞争。对于电商未造成实质性损害的合理数据利用行为，应允许其自由竞争，以促进数据流通和创新发展。

## 5. 结论

最高人民法院第 47 批指导性案例为电商企业数据权益保护提供了重要司法指引，形成了电商企业数据权益的保护路径：一方面通过反不正当竞争法保护企业对数据集合和数据产品的合法权益，另一方面通过用户授权、合理使用等规则促进数据的流通利用，同时在个人信息保护与企业数据权益之间寻求平衡。这些案例为构建更加完善的电商企业数据权益保护体系提供了重要参考。未来，应进一步立足电商行业特点，明确电商数据权益边界与内容，细化电商场景数据合理使用标准，强化个人信息保护与电商数据利用的协调，完善电商领域不正当竞争认定规则。通过构建适配电商场景的法律保障体系，既能有效遏制数据抓取、恶意盗用等侵权行为，保护电商企业合法权益，又能促进电商数据有序流通与创新利用，最大化发挥数据要素价值，推动电商行业在数字经济时代持续健康发展。

## 参考文献

- [1] 中华人民共和国最高人民法院. 最高法研究室负责人就数据权益指导性案例答记者问[EB/OL]. <https://www.court.gov.cn/zixun/xiangqing/474441.html>, 2025-10-18.
- [2] 中华人民共和国最高人民法院. 指导性案例 262 号: 某科技有限公司诉某文化传媒有限公司不正当竞争纠纷案[EB/OL]. <https://www.court.gov.cn/shenpan/xiangqing/474451.html>, 2025-10-10.

- 
- [3] 中华人民共和国最高人民法院. 指导性案例 263 号: 某网络信息技术有限公司诉某信息科技有限公司不正当竞争纠纷案[EB/OL]. <https://www.court.gov.cn/shenpan/xiangqing/474461.html>, 2025-10-10.
- [4] 中华人民共和国最高人民法院. 指导性案例 264 号: 某钢铁有限公司诉某电子商务股份有限公司侵权责任纠纷案[EB/OL]. <https://www.court.gov.cn/shenpan/xiangqing/474471.html>, 2025-10-10.
- [5] 中华人民共和国最高人民法院. 指导性案例 265 号: 罗某诉某科技有限公司隐私权、个人信息保护纠纷案[EB/OL]. <https://www.court.gov.cn/shenpan/xiangqing/474481.html>, 2025-10-10.
- [6] 中华人民共和国最高人民法院. 指导性案例 266 号: 黄某欢诉某信用管理有限公司个人信息保护纠纷案[EB/OL]. <https://www.court.gov.cn/shenpan/xiangqing/474491.html>, 2025-10-10.
- [7] 中华人民共和国最高人民法院. 指导性案例 267 号: 某文化传媒有限公司与游某梅执行实施案[EB/OL]. <https://www.court.gov.cn/shenpan/xiangqing/474501.html>, 2025-10-10.
- [8] 程啸. 企业数据权益论[J]. 中国海商法研究, 2024(1): 54.
- [9] 徐文. 数字平台企业数据流通的竞争法检视及完善[J]. 法律科学(西北政法大学学报), 2025(6): 126.
- [10] 周樾平. 大数据时代企业数据权益保护论[J]. 法学, 2022(5): 170.