

# 电商平台用户数据合规治理机制创新研究

詹洪浪

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年11月10日; 录用日期: 2025年11月22日; 发布日期: 2025年12月31日

## 摘要

在数字经济与电商经济深度融合的发展阶段, 用户数据已成为电商平台优化供应链、精准匹配供需、提升运营效率的核心生产要素。然而, 电商行业数据收集范围广、流转环节多、商业变现需求强的特性, 使得数据合规治理与价值挖掘的矛盾日益突出, 税务合规风险、跨境传输障碍、多主体责任模糊等问题制约着行业可持续发展。本文立足电商经济运营本质, 结合《个人信息保护法》《数据二十条》等法规政策要求, 通过分析电商平台用户数据合规治理的现状与痛点, 从商业流程重构、技术赋能升级、多元协同治理三个维度, 构建适配电商经济特点的合规治理创新机制, 为电商平台实现合规约束与商业价值的动态平衡提供理论支撑与实践路径, 助力电商经济高质量发展。

## 关键词

电商经济, 电商平台, 用户数据, 合规治理, 机制创新

# Innovative Research on the Compliance Governance Mechanism of User Data in E-Commerce Platforms

Honglang Zhan

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: November 10, 2025; accepted: November 22, 2025; published: December 31, 2025

## Abstract

In the stage of deep integration between the digital economy and the e-commerce economy, user data has become a core production factor for e-commerce platforms to optimize supply chains, precisely match supply and demand, and enhance operational efficiency. However, the characteristics of the e-commerce industry, such as extensive data collection, numerous data circulation links, and

strong commercial monetization demands, have made the contradiction between data compliance governance and value mining increasingly prominent. Issues such as tax compliance risks, cross-border transmission obstacles, and ambiguous multi-party responsibilities have restricted the sustainable development of the industry. This article, based on the operational essence of the e-commerce economy and in line with the requirements of regulations and policies such as the *Personal Information Protection Law* and the *Twenty Measures for Data*, analyzes the current situation and pain points of user data compliance governance on e-commerce platforms. It then constructs an innovative compliance governance mechanism suitable for the characteristics of the e-commerce economy from three dimensions: business process reconstruction, technological empowerment upgrade, and multi-party collaborative governance. This provides theoretical support and practical paths for e-commerce platforms to achieve a dynamic balance between compliance constraints and commercial value, and contributes to the high-quality development of the e-commerce economy.

## Keywords

E-Commerce Economy, E-Commerce Platforms, User Data, Compliance Governance, Mechanism Innovation

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

### (一) 研究背景

电商经济作为数字经济的核心支柱，已形成涵盖境内电商、跨境电商、直播电商等多业态的完整产业生态，其发展质量与数据要素的合规利用深度绑定。电商平台通过收集用户身份信息、交易记录、浏览偏好、支付数据等多元信息，实现精准营销、智能推荐、供应链优化等核心功能，数据要素对电商经济的赋能效应日益凸显。国家数据局 2025 年工作要点[1]明确提出，要建立合规高效的数据要素流通交易制度，解决数据“供得出”“流得动”“用得好”“保安全”的卡点堵点问题，为电商数据合规治理提供了政策导向。

与此同时，电商行业的数据合规风险也呈现高发态势。部分平台存在无票采购导致进项抵扣不足、个人账户收取回款等税务合规问题，年营收 8000 万的服装电商企业因这类问题面临沉重税负与稽查风险[2]；跨境电商领域，不同国家和地区数据保护法规差异显著，欧盟 GDPR [3]与我国《个人信息保护法》[4]的双重约束，使得跨境数据传输合规难度陡增[5]；直播电商等新业态中，数据收集的即时性与隐蔽性强，“告知 - 同意”机制形式化问题突出，2025 年市场监管总局发布的典型案例中，就有平台因未尽资质审核义务导致虚假宣传频发，被处罚款 36 万元[6]。这些问题不仅可能引发行政处罚，更会破坏用户信任、扰乱电商经济秩序，倒逼平台必须创新合规治理机制。

### (二) 研究意义

1. 理论意义：本文聚焦电商经济的商业属性与运营特点，突破传统数据合规研究偏重法律规制的单一视角，构建“商业流程 - 技术赋能 - 多元协同”的三维治理框架，丰富了电商经济场景下数据合规治理的理论体系，为数字经济与实体经济融合背景下的数据治理研究提供新的分析维度。

2. 实践意义：针对电商平台在税务合规、跨境传输、供应链数据流转等特有场景的合规痛点，提出可落地的创新路径，帮助平台降低合规成本、规避法律风险；通过规范数据要素流通，激活数据对电商

经济的赋能价值，促进供应链优化、商业模式创新，实现电商行业合规与发展的双赢。

### (三) 研究现状

国内学界围绕电商数据合规治理已开展相关研究。部分学者聚焦平台责任界定，认为应强化电商平台的数据“守门人”义务，建立全流程合规审查机制[7]；另有研究关注技术赋能合规，提出隐私计算、区块链等技术在数据“可用不可见”中的应用路径[8]。但现有研究多侧重通用型合规规则探讨，对电商经济特有的税务合规、跨境数据流通、供应链数据协同等场景关注不足[2]。

国外研究基于 GDPR [3]等法规框架，强调数据主体权利保护与跨境数据传输规则[5]，但国外电商经济模式与我国存在差异，其研究成果难以直接适配我国电商平台的运营实际。总体来看，现有研究尚未形成贴合电商经济商业逻辑的合规治理体系，对合规与商业价值平衡的研究有待深化[9]。

## 2. 电商平台用户数据合规治理现状与问题分析

### (一) 合规治理现状

1. 合规体系初步构建：多数头部电商平台已根据《个人信息保护法》[4]修订隐私政策，明确数据收集范围与用途，建立用户数据查询、更正、删除等权利实现机制。部分平台引入专业财务团队进行合规改造，通过规范财务报表获得银行授信，实现利润率提升[2]。

2. 技术防护有所提升：主流平台普遍采用数据加密、访问控制等基础安全技术，头部平台开始探索联邦学习、差分隐私等技术应用，在不泄露原始数据的前提下实现数据价值挖掘[8]。跨境电商平台逐步应用数据加密传输、第三方安全评估等技术，应对跨境数据合规要求[10]。

3. 政策响应积极：针对国家“数据二十条”[11]要求，电商平台积极参与数据要素流通试点，部分平台推动数据资产入表工作，探索数据价值化的合规路径；跨境电商平台主动适配 1039 无票免税出口政策，通过开设外贸个体户外币对公账户，解决外汇收款合规问题[12]。

### (二) 电商平台数据合规问题

1. 数据驱动的税务合规风险突出：电商平台的跨渠道经营模式导致数据与资金流、票据流难以匹配。部分平台存在大量无票采购行为，进项发票缺失导致增值税抵扣不足，税负压力较大；线下回款通过个人账户收取，既违反财务规范，又面临税务稽查风险[2]。同时，用户交易数据、物流数据与税务数据未能有效协同，导致经营数据混沌，利润核算不准确，影响合规决策[13]。

2. 跨境数据流通的多重合规约束：跨境电商平台需同时遵守中国《个人信息保护法》[4]、欧盟 GDPR [3]、美国各州隐私法规等不同司法辖区的规则，数据跨境传输面临“充分性认定”“标准合同签署”等多重要求[5]。部分中小跨境平台因缺乏全球化合规能力，难以应对复杂的国际规则，导致市场拓展受限；数据存储本地化要求与电商平台的全球供应链数据协同需求存在冲突，影响运营效率[10]。

3. 多主体数据流转的责任界定模糊：电商经济生态涉及平台、入驻商家、供应链企业、第三方支付机构等多元主体，用户数据在多主体间频繁流转[9]。现行规则对各主体的合规责任界定不清晰，当发生数据泄露或违规使用时，平台与商家、服务商相互推诿，消费者维权困难。例如，供应链企业使用平台用户数据进行生产调度时，若出现数据滥用，责任归属难以明确[7]；2025 年查处的直播引流售假案中，主播与售假团伙的责任划分争议也反映了这一问题[6]。

4. 商业价值与合规要求的失衡矛盾：电商平台的核心竞争力依赖数据价值挖掘，精准营销、动态定价、供应链优化等功能均需大量用户数据支撑[8]。但部分平台为追求短期商业利益，存在过度收集数据、“告知-同意”机制形式化等违规行为，如某公司通过直播夸大产品功效，被罚 560 万元[6]；而严格的合规要求可能增加运营成本，部分中小平台因合规投入不足，陷入“合规即亏损”的困境[14]。

### 3. 电商平台用户数据合规治理机制创新路径

#### (一) 业务流程重构：构建合规与效率协同的业务体系

1. 数据全流程税务合规机制：以“三流合一”为核心，重构电商业务流程。将用户交易数据、物流数据、财务数据进行打通整合，实现资金流、票据流、数据流的闭环管理[2]。针对无票采购痛点，引入税务合规解决方案，利用 1039 无票免税出口政策等优惠措施，对跨境电商的无票业务实行增值税免征不退，降低税负成本[12]。建立数据驱动的税务风险预警系统，通过分析交易数据、发票数据的匹配度，实时识别无票交易、异常回款等风险点，提前预警处置[13]。

2. 分层分类的跨境数据治理模式：根据目标市场法规要求与数据敏感程度，建立跨境数据分类分级体系[5]。对生物识别、金融账户等敏感数据，实行“本地存储 + 授权访问”模式，满足数据本地化要求；对物流信息、商品偏好等一般数据，通过签署跨境数据传输标准合同、获取隐私认证等方式，实现合规流通[10]。搭建全球化合规管理平台，整合不同司法辖区的法规要求，为跨境数据流转提供自动化合规审查，降低中小平台的合规门槛[14]。

3. 多主体合规责任协同机制：明确电商生态各主体的责任边界，构建“平台主导、多方协同”的责任体系[7]。平台作为核心枢纽，承担数据治理的主要责任，需对入驻商家、服务商进行合规审查，签署数据处理协议，明确数据使用范围、安全要求与责任划分；入驻商家承担直接处理责任，不得超出授权范围使用用户数据；供应链企业、支付机构等第三方承担安全保障责任，确保数据处理环节合规[15]。建立责任追溯机制，利用区块链技术记录数据流转全流程，实现责任可追溯、可追责，避免类似直播售假案中的责任推诿问题[6]。

4. 数据价值化合规转化机制：平衡数据保护与商业利用，探索合规的数据价值挖掘模式[9]。将用户数据划分为核心数据、敏感数据、一般数据，核心数据仅用于必要服务功能，敏感数据经用户单独同意后可用于有限商业场景，一般数据在脱敏处理后可用于供应链优化、市场分析等用途[8]。例如，通过脱敏后的用户消费偏好数据，指导供应商调整生产计划，实现供应链降本增效，同时保护用户隐私[12]。

#### (二) 技术赋能升级：打造智能合规的技术支撑体系

1. 税务合规智能管理系统：整合大数据、人工智能技术，开发电商专属的税务合规平台[2]。该系统可自动对接电商平台交易数据与税务系统，实现发票开具、进项抵扣、纳税申报的自动化处理；通过智能算法识别无票交易、异常回款等风险点，生成税务风险报告与整改建议[13]。引入区块链技术实现发票存证与追溯，确保发票真实性，防范虚开发票风险；利用数据加密技术保护税务数据安全，防止数据泄露[8]。

2. 跨境数据合规技术解决方案：构建“加密传输 + 智能适配”的跨境数据处理系统[10]。采用同态加密、隐私计算等技术，在数据传输过程中保持加密状态，实现“数据可用不可见”，满足不同国家的隐私保护要求[5]。开发国际法规智能适配模块，自动识别目标市场的合规要求，对跨境数据流转进行合规性审查，例如根据 GDPR [3]要求自动完成数据主体权利请求的响应。建立跨境数据存储弹性架构，根据不同地区的本地化要求，灵活调整数据存储位置，兼顾合规与供应链数据协同需求[14]。

3. 多主体数据流转追溯平台：基于区块链技术打造数据流转追溯系统，为每一条用户数据赋予唯一标识，记录数据在平台、商家、供应链企业等主体间的流转轨迹，包括数据接收方、使用目的、处理方式等信息[8]。各主体的操作行为被实时上链，不可篡改，当发生数据违规事件时，可快速定位责任主体，解决直播电商等场景中的责任认定难题[6]。同时，建立数据访问权限分级管理系统，根据不同主体的业务需求，授予差异化的数据访问权限，防止越权使用[7]。

4. 合规成本优化技术工具：针对中小平台合规投入不足的问题，开发低成本、模块化的合规技术工

具[14]。头部平台开源核心合规技术框架,降低中小平台的技术研发成本;推出合规 SaaS 服务,提供隐私政策生成、数据安全检测、合规审计等标准化服务,按使用量收费,减轻中小平台的资金压力[13]。利用人工智能技术实现合规流程自动化,例如自动生成符合《个人信息保护法》[4]要求的隐私政策、智能响应用户的数据权利请求,降低人工合规成本[8]。

### (三) 多元协同治理:构建电商生态的共治体系

1. 政企协同的合规监管机制:监管部门搭建数字化监管平台,与电商平台的数据系统对接,实现交易数据、合规数据的实时共享与动态监测[15]。采用“双随机、一公开”监管与智能监管相结合的方式,通过大数据分析识别高风险平台,提高监管效率,如市场监管总局通过案例曝光强化对直播电商的监管[6]。建立合规激励机制,对合规水平高、数据价值化成效显著的平台,给予税收优惠、政策支持、优先参与数据要素流通试点等激励[1];对违规平台依法加大处罚力度,提高违法成本[16]。

2. 行业自律主导的合规标准体系:由电商行业协会牵头,制定《电商平台数据合规自律公约》,明确数据收集、存储、使用、跨境传输等环节的行业标准[14]。建立电商数据合规评级体系,从税务合规、数据安全、责任划分等维度对平台进行评级,评级结果向社会公示,引导消费者选择合规平台,形成良性竞争氛围[13]。搭建行业合规信息共享平台,鼓励平台分享税务合规方案、跨境合规经验、安全威胁情报等信息,共同提升行业合规水平[12]。

3. 用户参与的合规监督机制:强化用户在数据合规治理中的主体地位,建立便捷的用户权利实现渠道[4]。平台在 APP 内设置可视化的隐私管理中心,用户可随时查询数据使用情况、调整授权范围、申请删除数据;简化投诉举报流程,对用户的合规投诉实行限时办结制,并将处理结果反馈给用户[7]。引入第三方机构开展用户隐私满意度测评,测评结果与平台合规评级挂钩,倒逼平台重视用户权益保护[13]。通过短视频、图文教程等形式开展用户教育,提升用户的数据保护意识与合规监督能力[14]。

4. 跨境合规协作机制:建立国内外电商平台、监管机构的跨境合规协作网络[10]。推动中国与欧盟、东盟等主要贸易伙伴的数据保护规则互认,降低跨境数据流转的合规成本[5]。行业协会组织跨境电商平台开展合规交流,分享 GDPR [3]、1039 政策等合规实践经验[12];鼓励平台加入国际隐私认证体系,提升合规公信力[14]。建立跨境数据安全事件应急协作机制,当发生跨境数据泄露时,相关平台与监管机构可快速联动处置,降低风险影响[11]。

## 4. 机制落地的保障措施

### (一) 法律政策保障:完善电商数据合规配套规则

加快出台《个人信息保护法》[4]电商领域实施细则,明确电商平台的特殊合规义务,细化多主体责任划分标准[7]。针对电商税务合规痛点,优化税收政策,扩大无票免税、进项抵扣等优惠措施的适用范围,降低平台合规成本[2]。落实《数据二十条》[11]要求,制定电商数据要素流通交易标准,规范数据资产入表流程,为电商数据价值化提供法律依据[9]。加强跨境数据合规规则的国际协调,推动形成适配电商经济的跨境数据流动规则体系[10]。

### (二) 技术支撑保障:加大合规技术研发与推广

政府设立电商数据合规技术专项基金,支持税务合规系统、跨境数据加密传输、隐私计算等核心技术研发[8]。鼓励高校、科研机构与电商企业合作,突破合规技术瓶颈,开发低成本、高适配的技术解决方案[14]。建立合规技术标准体系,规范区块链追溯、数据加密等技术的应用要求,确保技术安全性与合规性[7]。对中小电商平台给予技术补贴,支持其引入合规 SaaS 服务、智能监管工具等,提升技术合规水平[13]。

### (三) 人才培养保障:打造复合型合规人才队伍

高校增设电商数据合规相关专业方向,开设《电商法》《税务合规》《数据安全技术》等课程,培养兼具法律、财务、技术、电商运营知识的复合型人才[14]。电商企业加强内部人才培养,定期组织员工学习数据合规法规、税务政策、合规技术应用等知识,提升全员合规意识[2]。行业协会搭建人才交流平台,促进合规人才在行业内合理流动,举办合规技能竞赛、培训讲座等活动,提升行业人才整体素质[15]。

#### (四) 资金支持保障: 建立多元化资金投入机制

电商平台应设立专项合规资金,用于合规体系建设、技术研发、人才培养等工作[14]。政府通过税收减免、财政补贴等方式,鼓励平台加大合规投入[16];引导社会资本参与合规技术研发与服务,形成政府、企业、社会资本共同参与的资金投入机制[11]。对中小电商平台实行合规投入税收抵扣政策,降低其合规成本压力,推动全行业合规水平提升[2]。

## 5. 结论与展望

### (一) 研究结论

本研究立足于电商经济多业态融合、数据驱动发展的现实背景,深入剖析了电商平台在用户数据合规治理中面临的特殊挑战与制度需求。研究认为,电商平台的数据合规问题并非简单的法律遵从问题,而是深植于其商业模式、技术架构与生态关系之中的系统性治理议题。传统单一维度或静态的合规思路,难以有效调和数据价值挖掘与合规约束之间的内在张力,亦无法回应税务协同、跨境流转、多主体责任等场景化痛点。

本文的核心贡献在于构建并论证了一个系统性的“商业流程重构-技术赋能升级-多元协同治理”三维创新机制。该机制紧扣电商经济的运营本质,具有以下鲜明特征:一是整体性,它超越了局部整改或技术工具的范畴,致力于从业务底层逻辑、技术支撑体系到治理生态进行协同再造;二是动态性,其目标并非追求僵化的合规状态,而是旨在通过机制设计,使平台能够在持续的业务创新与变化的外部规制中,自动调适并实现合规与发展的动态平衡;三是适配性,机制中的各项具体路径,如“三流合一”的税务合规机制、分类分级的跨境数据治理模式、基于区块链的责任追溯平台等,均直接针对电商特有场景设计,具备较强的可操作性与实践指引价值。

研究表明,唯有将合规要求深度嵌入业务流程、以敏捷技术降低合规成本、并构建共建共治共享的治理生态,电商平台才能从根本上打破“合规即成本”的困局,将合规治理从被动负担转化为核心竞争力,最终在保障用户权益与数据安全的前提下,充分释放数据要素对供应链优化、商业模式创新与全球市场拓展的驱动潜能。

### (二) 未来展望

展望未来,电商平台数据合规治理的内外环境将持续演进,治理机制也需随之不断创新与发展。

从治理场景深化来看,随着生成式人工智能、元宇宙空间、物联网等技术与电商的深度融合,数据收集的维度、处理的实时性与应用的复杂性将呈指数级增长。例如, AI 智能导购对用户情感与意图数据的分析、元宇宙电商中虚拟身份与交易行为的全息记录,都将催生全新的合规议题。未来的治理机制必须提前预判这些新业态的数据流与风险点,在算法合规、虚拟数据资产权属、沉浸式体验中的隐私保护等方面进行前瞻性规则设计与技术储备。

从治理范式演进来看,数据合规治理的价值维度将进一步拓宽。在数据资产入表、数据产权制度逐步落地的背景下,合规治理将不仅仅是风险防控的“防火墙”,更是数据要素确权、估值、流通与增值的核心赋能环节。合规良好的数据将更易成为受市场认可的数字资产,为平台带来直接的财务价值与融资优势。因此,治理机制需从“成本中心”思维转向“价值中心”思维,探索合规数据产品的市场化路径,建立与数据资产评估、交易流转相衔接的治理标准。

从治理格局拓展来看,全球化与区域化将并行发展。一方面,跨境电商的纵深发展要求更高水平的国际规则协调与执法协作,我国平台需更积极地参与全球数字治理对话,推动形成更加公平、互认的跨境数据流动规则。另一方面,国内统一大市场建设将促进区域间数据合规标准的互认与数据要素的畅通流转,治理机制需适应“全国一盘棋”的要求,助力构建国内国际双循环相互促进的数据流通格局。

面对这些趋势,电商平台应树立“治理即发展”的战略观,将数据合规治理内化为企业文化和创新基因,持续投入资源迭代三维治理机制。监管部门需秉持鼓励创新与防范风险并重的原则,推动规制手段的智能化、精细化与弹性化,完善合规激励机制。学术界与行业组织则应加强交叉学科研究,持续提炼最佳实践,为治理机制的演进提供理论与标准支撑。

唯有各方协同努力,方能构建一个既安全有序又充满活力、既保护权益又释放价值的电商数据治理新生态,最终护航电商经济在高质量发展的道路上行稳致远。

## 参考文献

- [1] 林剑. 新形势下推动温州跨境电商高质量发展的研究与建议[J]. 老字号品牌营销, 2025(22): 160-162.
- [2] 陈贝贝. 新媒体环境中电子商务数据驱动决策的挑战与应对[J]. 中国管理信息化, 2025, 28(17): 224-227.
- [3] 张荣. 电商统计数据在消费行为分析中的创新应用研究[J]. 消费与品牌传播, 2025(18): 29-32.
- [4] 党京京. 数字贸易背景下我国个人数据跨境流动法律规制研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 东北农业大学, 2025.
- [5] 李静宇. 跨境电商的数据跨境治理规则研究[J]. 中国商论, 2025, 34(6): 36-39.
- [6] 唐海宁. 电商大数据推动乡村数字化转型升级的路径[J]. 现代商业研究, 2025(4): 13-15.
- [7] 林欣婕. 跨境电商数据流动的海关治理[D]: [硕士学位论文]. 广州: 广东外语外贸大学, 2024.
- [8] 苏路明. 基于数据驱动的电商企业精准营销: 影响因素与策略选择[J]. 老字号品牌营销, 2024(11): 24-26.
- [9] 张晓骞, 林洁. 数字经济背景下跨境电商监管政策与标准的优化研究[J]. 销售与市场, 2024(15): 13-15.
- [10] 刘梦宇. 电商平台算法歧视侵权责任认定研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 华中科技大学, 2024.
- [11] 马忠法, 苏婧怡. RCEP 框架下共建中国-东盟跨境数据流动治理合作机制的挑战及因应之道[J]. 广西社会科学, 2023(8): 77-84.
- [12] 仲海鹏. 基于大数据的 T 市电子商务税源管理研究[D]: [硕士学位论文]. 南京: 南京理工大学, 2023.
- [13] 朱琪. 电子商务平台企业数据治理评价研究[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 重庆邮电大学, 2022.
- [14] 邹军, 胡小燕. 电商平台个人数据跨境流动的政策困境与治理进路[J]. 中国网络传播研究, 2018(2): 209-221.
- [15] 刘晓春, 夏杰. 数据合规元年的数据立法趋势[J]. 中国对外贸易, 2019(2): 32-35.
- [16] 孙屹. 浪潮集团大数据管理能力在电子商务行业的应用研究[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江工业大学, 2017.