

消费者权益保护视角下电商平台法律责任问题研究

刘燕婷

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年12月12日; 录用日期: 2025年12月25日; 发布日期: 2025年12月31日

摘要

网络购物平台迅猛发展, 消费者权益受损场景下平台责任界定成为保障消费者权益与平台经济治理的关键议题。本文聚焦于消费者权利的保护, 深入探讨了电商平台的法律责任问题。研究发现, 当前电商平台责任承担存在立法与司法双重困境。立法层面, “相应责任”内涵模糊、安全保障义务规定不具体, 导致平台义务边界与责任形态难以界定; 司法层面, 法院裁判尺度不一、举证责任配置失衡, 加剧了消费者维权难度。最后, 从立法与司法协同的角度, 提出了完善电商平台法律责任体系的针对性建议, 立法上明确“相应责任”的具体形态与适用条件, 完善电商平台的安全保障义务; 司法上强化平台的审核与监督责任, 发布指导性案例统一裁判尺度, 构建合理的举证责任分配机制, 以更好地保护消费者权益, 规范电商平台承担的法律责任。

关键词

电子商务平台, 消费者权益保护, 法律责任

Research on Legal Liability of E-Commerce Platforms from the Perspective of Consumer Rights Protection

Yanting Liu

Law School, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: December 12, 2025; accepted: December 25, 2025; published: December 31, 2025

Abstract

The rapid development of e-commerce platforms has made the delineation of platform responsibilities in consumer rights infringement scenarios a critical issue for safeguarding consumer rights and governing platform economy. This study focuses on consumer rights protection and conducts an in-depth exploration of legal liabilities of e-commerce platforms. Research findings reveal dual dilemmas in both legislation and adjudication in current e-commerce platform liability accountability. Legally, the vague connotation of "corresponding liability" and the imprecise stipulations on safety assurance obligations render it challenging to define platform obligations and liability forms. Judicially, inconsistent court rulings and imbalanced allocation of evidentiary burdens exacerbate difficulties for consumers in asserting their rights. Finally, from a legislative-judicial coordination perspective, this paper proposes targeted recommendations to improve the legal liability system of e-commerce platforms: legislatively clarifying specific forms and application conditions of "corresponding liability" while refining safety assurance obligations of e-commerce platforms; and judicially strengthening platforms' review and supervisory responsibilities, issuing guiding case precedents to standardize judicial rulings, and establishing a reasonable allocation mechanism for evidentiary burdens, thereby better protecting consumer rights and regulating platform liability accountability.

Keywords

E-Commerce Platform, Consumer Rights Protection, Legal Liability

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

根据中国互联网信息中心数据显示，截至 2024 年 6 月 28 日，我国网络购物用户规模已超过 9 亿人，近年来，电子商务依靠其便捷、迅速、方便的特点在众多消费者中广受欢迎，电子商务已经成为人们购物消费的主要方式，网络购物已成为我们不可替代的生活场景。目前，我国的网络购物平台仍处于高速发展阶段，随着网上购物交易量的逐年递增，网络购物交易纠纷也层出不穷，也出现了种种侵害消费者权益的行为，消费者权益保护问题也日益凸显。在电子商务交易场景中，消费者天然处于信息不对称的弱势地位。当平台内发生侵害消费者权益的情形时，受限于举证能力、技术壁垒及维权成本等因素，消费者往往难以通过直接与商家协商的方式获得有效赔偿。若消费者与商家的初次沟通未能实现权益救济目标，通常会转而向电子商务平台经营者主张侵权责任。然而，现行法律框架对平台是否应当承担侵权责任、责任形态以及具体责任份额的认定标准均缺乏明确规范，导致司法实践中同案不同判现象频发，消费者权益保护面临制度性障碍。并且在当前网络交易纠纷的实践中，法院在大多数情况下不会判定电商平台承担责任，电商平台对消费者的损害赔偿责任是非常有限的，并不能完全保障消费者的利益。因此，从消费者权利的角度来探讨电子商务平台的法律责任是十分必要的。

2. 电子商务平台消费者保护的概述及理论基础

2.1. 电子商务平台的概念界定

现阶段，我国在电子商务平台的概念界定层面尚未形成统一认知，这种认知差异主要体现为两个方

面。一是在法律表述上，相关术语的运用较为混乱，缺乏一致性，二是对于电子商务平台的法律定义，不同的规定和学说给出了各式各样的界定内容。《电子商务模式规范》采用“电子商务平台”统称；《网络交易服务规范》运用“网络交易平台”术语并将其定义为能为网络交易提供商品或服务交易的系统；《网络交易管理办法》使用“第三方交易平台”概念，指出其是在网络商品交易中为交易双方或多方提供网页空间、虚拟经营场地、交易规则、交易撮合、信息发布等服务，让交易双方或多方独立开展交易活动的信息网络系统；《消费者权益保护法》将电商平台的法律术语界定为“网络交易平台提供者”；《电子商务法》将电商平台认定为“电子商务平台经营者”，明确其是在电子商务中为交易双方或多方提供网络经营场地、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或多方独立开展交易活动的法人或非法人组织。

2.2. 电子商务平台的法律地位

电子商务平台的责任形式与其在交易中所处的法律地位相关。在当前的法律框架下，电商平台的法律地位呈现出日益多样化的态势，不同的法律地位决定了其适用不同的法律法规。精准划定电商平台法律属性是厘定其权利义务边界与民事责任承担范式的逻辑起点。近年来，学界围绕平台法律地位形成多种理论观点，其中具有代表性的是卖方或合营方说、居间人说、柜台出租方说以及新型市场主体说。

主张卖方定位或合营关系的理论认为，在消费者接触商品信息前，电商平台已通过获取商品经销授权或实质参与交易链，形成销售者身份或与入驻商家构成共同经营关系，进而主张平台应被直接认定为商品销售主体，或至少承担与商家共担经营风险的合营方责任^[1]。居间人说指出，在电子商务交易场景中，平台内的经营者与消费者依托电子商务平台所提供的虚拟网络空间来开展交易活动，在此过程中，电子商务平台经营者发挥了居间媒介的功能，类似于传统交易中的居间人角色^[2]。柜台出租方说视电商平台为拥有控制权的虚拟空间出租者，将平台空间租赁给商户也即承租方，并依据租赁协议收取费用，从而形成一种租赁合同关系^[3]。但是以上三种观点，仅仅观察到了平台提供者某方面的特征，所以未充分挖掘平台提供者的本质，存在以偏概全的缺陷。最后，新型市场主体说认为电商平台的法律地位是具有市场组织职能和管理职能的新型市场主体^[4]。这些理论争鸣为平台责任划分提供了差异化法理基础，其中新型市场主体说契合平台算法管控、数据整合等新型权能特征，本文也更倾向于此种观点。随着电子商务的不断发展，电子商务平台经营者所承担的责任和义务也在不断变化，应当根据实际情况，将电子商务交易平台经营者界定为一种新型交易中介。

2.3. 电商交易中消费者的主要权益

一是知情权。知情权是消费者在消费过程中了解商品或服务信息的基本权利，涉及商品的价格、性能、质量、售后服务等方面。在电商环境下，消费者通常无法直接接触商品，只能通过电商平台提供的信息来了解商品或服务。因此，商家有义务提供关于商品或服务的详细、准确信息，电商平台和商家应当以清晰易懂的方式向消费者展示这些信息，确保消费者在充分了解的基础上作出交易决策。

二是选择权。选择权是指消费者有权在不同电商平台和不同经营者之间自由选择，并自主决定购买或不购买某件商品或服务。平台不得利用算法推荐、默认勾选、大数据杀熟等技术手段，不合理地限制消费者的选择范围或诱导其作出非真实意思表示的选择。

三是公平交易权。公平交易权指消费者有权以合理的价格购买符合质量标准的商品或服务^[5]。消费者在进行商品购买或服务接受的过程中，享有保障商品质量达标、价格设定合理、计量准确无误等公平交易的权利。对于经营者实施的强制交易行为，消费者有权利予以拒绝。

四是安全保障权。这是消费者在交易场景中的基础性法定权益，确保其人身和财产安全不受损害，

这一权利是法律赋予消费者在选购商品或使用服务时的首要保障。平台也有责任采取措施防范交易欺诈、信息泄露、支付安全等风险，保障交易环境的安全。

2.4. 电商平台对消费者保护的理论基础

2.4.1. 风险控制理论

在电商交易中，电商平台处于核心地位，拥有强大的技术能力和管理权限，能够对平台内的交易环境和秩序进行有效的控制和管理。平台可以通过制定和执行一系列的规则和制度，对入驻商家的资质进行审核，对商品和服务的质量进行监督，对交易流程进行规范等，从而营造一个安全、有序的交易环境。由于平台具备控制交易环境和秩序的能力，根据风险控制理论，当平台内出现可控范围内的风险，如商家售假、虚假宣传、恶意欺诈等行为时，平台就应当承担相应的法律责任。这是因为平台有能力采取措施避免这些风险的发生，但却没有尽到应有的注意义务，因此需要对由此给消费者造成的损失承担赔偿责任。

2.4.2. 受益报偿理论

电商平台通过为商家和消费者提供交易场所和技术支持，促进商品和服务的交易，从而可以从中获得商家的入驻费用、交易佣金、广告收入等经济利益。也就是说，平台的盈利是建立在商家和消费者在其平台上进行交易的基础之上的。根据受益报偿理论，受益者应当对因受益行为所产生的不利后果承担相应的责任。平台既然从交易中获得了经济利益，就应当对交易过程中可能出现的问题和风险负责，承担起维护交易安全和公平的义务，保障消费者的合法权益。

2.4.3. 信赖利益保护理论

信赖利益保护理论指在消费或交易中，消费者基于对经营者的信任而作出的决策或行为，经营者有义务维护这种信赖利益，确保消费者不会因信赖利益而受到损害^[6]。在网络交易平台消费过程中，消费者基于对网络交易平台的信任，进行注册消费，网络交易平台作为市场主体以及虚拟市场组织者的身份，应该向消费者提供公平、诚信、有序的消费市场。信赖利益保护理论在网络交易平台消费中也衍生出了许多相关的义务，如网络交易平台的安全保障义务、发现侵权违法行为采取措施等义务，在我国许多法律制度中都有体现。

2.4.4. 企业社会责任理论

企业社会责任理论认为，企业是社会的重要组成部分，其运营活动会对社会产生广泛影响，因此企业在决策和经营过程中，不能仅关注自身的经济利益，还应充分考虑到利益相关者的权益，在电子商务领域，电商平台作为连接消费者和商家的桥梁，成为了商品和服务交易的重要场所。一些大型电商平台已经成为社会经济生活中不可或缺的一部分，具有了公共属性，它们的运营状况不仅影响着商家的生存和发展，也关系到广大消费者的日常生活。基于其公共属性，大型平台应当承担起保障消费者权益的社会责任，不仅应当提供优质的商品和服务，维护市场的公平竞争环境，也包括应当加强对商家的管理和监督，打击假冒伪劣商品和不正当竞争行为，保障消费者的选择权和公平交易权。

3. 消费者权益视角下电商平台承担法律责任存在的问题

3.1. 电商平台承担法律责任的立法依据

现行法律框架下，电商平台对消费者承担民事责任的核心依据主要包括《消费者权益保护法》第44条与《电子商务法》第38条。《消费者权益保护法》第44条规定，网络交易平台提供者不能提供销售者或者服务者的真实名称、地址和有效联系方式的，消费者也可以向网络交易平台提供者要求赔偿；网

络交易平台提供者作出更有利于消费者的承诺的，应当履行承诺。网络交易平台提供者赔偿后，有权向销售者或者服务者追偿。也就是说，网络交易平台若存在未履行法定信息披露义务这种消极侵权行为，这就构成了其承担补充赔偿责任的归责依据。而当平台明知或者应当知道存在侵权行为，却不采取必要措施加以制止，这种积极侵权行为则成为平台与直接侵权人承担连带赔偿责任的法定情形。《电商法》第38条则进一步明确，平台知道或应当知道平台内经营者侵害消费者合法权益的行为，同时没采取必要措施的，应与其承担连带责任，以及当电子商务平台违反法定的审核义务、安全保障义务时应承担相应责任。这些条款为消费者维权提供了法律基础，但因立法表述的模糊性与司法实践的复杂性，平台责任的实际落实仍面临诸多困境。

3.2. 电商平台消费者保护的立法困境

3.2.1. “相应责任”的内涵与类型不清

《电子商务法》第38条第2款以“相应责任”作为平台责任的核心表述，但未明确其具体内涵与适用范围。《电子商务法》中“相应责任”条款的内涵界定，至今仍为学界重大争议焦点。主流学术观点形成四种立场派系，“连带责任说”强调平台与直接侵权人共同承担全部赔偿责任，“补充责任说”主张平台仅在直接侵权人无法足额赔偿时承担差额补充责任，“按份责任说”认为应根据平台过错程度按比例确定赔偿份额，“不真正连带责任”则突出平台赔偿后的追偿权本质。各学说均有其理论依据和逻辑自洽性，但尚未达成统一的规范性解释。这一理论困境导致司法裁判中平台责任范围与承担方式的显著不确定性。立法者在立法过程中也规避了此问题，对其作了模糊化处理，司法实践中，法官也需结合个案具体情节，在法定幅度内行使裁量权以确定责任边界。“相应的责任”适用的归责原则不明致使法官在判定平台经营者责任大小时没有明确的法律原则和标准可以参照，直接导致司法实践中同类案件的裁判尺度难以统一。在司法裁判中，法官对于利益保护倾向的不同选择会直接影响责任判定，若法官更侧重于维护消费者权益，便会适用连带责任；若法官更偏向于保障平台经营者的利益，则会适用补充责任，消费者与平台经营者谁的利益能得到优先考量，很大程度上取决于法官的主观倾向^[7]。这种模糊性导致平台责任形态高度不确定，消费者难以预判维权结果，造成了法律适用的混乱。责任形态的摇摆不仅削弱了法律的可预期性，也使平台可能通过策略性抗辩规避实质责任，消费者权益保护效果大打折扣。

3.2.2. 电商平台的安全保障义务规定不具体

安全保障义务是指在充分考虑到安全责任的社会、经济和道德需求的基础上，根据诚实信用和公平原则建立的义务，即经营者因从事一定的经营活动，需要采取必要措施，预防可能对消费者的人身、财产安全造成的风险、确保消费者在活动中处于安全状态的作为义务^[8]。《电子商务法》并未就安全保障义务的内涵与范围进行明确约定，仅原则性地确立了电子商务平台需要履行安全保障义务，缺乏相应的实施细则。电商平台的安全保障义务的规定存在不具体的问题，主要体现在以下两方面：第一，缺乏明确的安全保障义务范围。虽然《电子商务法》第38条第2款规定的安全保障义务是法定的作为义务，但是安全保障义务的具体内容缺乏明确定义以及认定标准也不够清晰。这也将导致不同法院对平台的安全保障义务范围的界定存在分歧，一些法院对平台的安全保障义务范围界定宽泛，另一些法院对其界定则相对较窄。第二，未履行安保义务与损害结果的因果关系判断困难。由于“安全保障义务”具体内涵不明确，消费者难以证实电商平台存在侵权行为，也就难以依据《电子商务法》第38条第2款追究电商平台的侵权责任。而平台履行安全保障义务时主观上积极与否、在排除危险和实施救助过程中是否完全尽责、事后评估损害结果与该义务履行之间是直接关联还是间接关联等，均是左右平台是否担责的关键因素^[9]。

3.3. 电商平台消费者保护的司法困境

3.3.1. 法院裁判尺度不一

由于立法的模糊性，法院在平台责任认定上存在差异导致司法适用混乱，法院在裁判时没有统一的标准可以适用，只能结合现有的法律规定自由裁量，可能造成“同案不同判”的情况。不仅体现在电商是否承担责任的认定困难，也体现在电子平台担责形态认定难。

一方面，法院裁判不统一是源于平台责任认定规则的模糊性困境。电商平台承担连带责任的主要依据是《电子商务法》第38条第1款，但是司法实践中法院对平台承担责任的具体认定规则尚不够明确，大多数情况下，法院往往侧重于对平台义务履行情况的形式审查，由此导致大量案件中平台凭借形式合规逃脱侵权制裁，背离了“权责对等”的基本法理原则。法院往往会判决电商平台不承担相应责任，理由包括“平台已履行了相关审查义务和安全保障义务”、“现有证据无法证明或原告未能举证证明”、“没有事实和法律依据”等。如在“丛某与浙江淘宝网络公司网络购物合同纠纷案”中，丛某在淘宝购买了5份燕窝，后丛某以该商品为不符合食品安全标准的食品为由，向法院起诉请求商家退款，同时给予十倍赔偿，并要求淘宝公司承担连带赔偿责任。法院最终认定，被告淘宝公司对于利用其经营的淘宝网向原告提供商品的涉案卖家已经尽到了必要的审查、监管责任。丛某针对被告淘宝公司的请求没有任何法律依据，法院不予支持¹。但是，法院若仅依据平台提供的表面证据即认定其无责，未能充分考虑平台的实际控制力和技术能力，则可能导致平台责任认定过于宽松，不利于消费者权益保护。

另一方面，电子商务平台经营者担责形态的认定也会导致裁判不一致。立法者对“相应的责任”的模糊性表述，虽然为法官根据具体案件事实灵活适用法律提供了空间，但也导致了司法实践中对电商平台担责形态的认定存在显著分歧。“相应责任”可能被认定为连带责任、补充责任、按份责任。例如在“王某与黄某某、深圳依时货拉拉科技有限公司机动车交通事故责任纠纷”案中，法院认为深圳依时货拉拉科技有限公司未审查营运资质，未尽到安全保障义务，对注册司机黄某某赔偿义务中的部分金额承担补充清偿责任²。在“张某、沭阳温乐尔商贸有限公司、北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司网络购物合同纠纷”案中，法院认为被告京东商务公司对被告温乐尔商贸公司销售案涉“三七”片注意和监督措施不力，致使不符合食品安全标准的案涉“三七”片进行销售，被告京东商务公司在本案中存在过错，承担连带责任³。甚至一审法院和二审法院在电商平台违反安全保障义务后承担何种责任的观点也完全不同。如在“三快公司与小跳蛙体育公司违反安保义务侵权纠纷”案中，一审法院认为，北京三快科技有限公司对小跳蛙公司的经营资质资格未尽到审核义务，针对原告段某某所遭受的损害，判决该平台承担连带责任。但二审法院认为，在综合酌定各方当事人的过错程度与因果关系的基础上，判决小跳蛙公司、三快公司、段某某分别承担50%、30%、20%的按份责任⁴。原则性的立法规则无法保证所有法官都能对同一案件的事实做出相同的法律认知，因此，在审理具体的电商相关案件时，法官对“相应责任”条款的司法诠释直接划定了电商平台承担民事责任的具体形态与边界范围，这种灵活性也带来了司法不统一的问题。

3.3.2. 举证责任配置不合理

在网络合同购物纠纷中，消费者维权面临重重困难，核心原因在于举证责任分配失衡与证据获取机制缺失。首先，举证责任畸重加剧了消费者权利救济的难度。《电子商务法》虽明确平台需承担“相应的责任”，然而对于该“相应的责任”举证责任主体未作清晰界定，这一立法空白极易在司法实践中造成

¹ 参见辽宁省大连市中级人民法院民事判决书(2020)辽02民终2238号。

² 参见广东省深圳市中级人民法院民事判决书(2020)粤03民终943号。

³ 参见安徽省涡阳县人民法院民事判决书(2019)皖1621民初6389号。

⁴ 参见黑龙江省哈尔滨市中级人民法院民事判决书(2020)黑01民终4637号。

举证责任分配的失衡。当消费者提起侵权之诉时，法院普遍适用传统举证规则也即“谁主张谁举证”的证据规则，要求消费者独立承担证明被告侵权责任的举证义务^[10]。显而易见在电子商务交易中，平台经营者凭借技术优势掌握了经营数据和信息，相较于消费者，其具有更强的证据获取和提供能力。然而，在这种信息严重不对称的情况下，电商平台处于掌握网络购物全过程信息的优势地位，却无需承担举证责任。其次，消费者往往没有能力提供直接证据来证实自身损失是由商家或平台的工作失误导致。一方面，网络购物的虚拟性和复杂性使得消费者难以掌握关键证据。另一方面，电商平台通常掌握着交易的完整数据记录，而从事自营业务的电商平台，若消费者未主动要求，一般不会主动提供发票或收据等消费证明。很多消费者因没有索要凭证的习惯，便失去了重要的维权证据。因而消费者常因证据收集能力薄弱、平台技术壁垒等因素陷入举证困境，难以有效完成法定证明责任^[11]。电商平台只需证明自己履行了《消费者权益保护法》第44条中规定的提供销售者或者服务者的真实名称、地址和有效联系方式的责任，就能轻松摆脱其他责任并胜诉。这不仅增加了消费者维护自身合法权益的难度，也为电子商务平台逃避责任提供了可乘之机。

4. 消费者权益保护视角下电商平台承担法律责任的完善

4.1. 立法层面

4.1.1. 明确“相应责任”的具体形态与适用条件

立法上应进一步明确“相应责任”的具体形态，以解决在实践中因“相应责任”表述的模糊性而难以准确界定电商平台应承担的责任范围的难题。而四种重要理论能为这一立法需求提供有力的论证支持。

“相应责任”的性质定义为何种责任，应当根据电商平台履行义务与消费者损害结果之间因果关系的必然性进行分类解释^[12]。首先，依据风险控制理论和信赖利益保护理论，电商平台在交易中处于核心地位，凭借强大的技术能力和管理权限，能够对交易环境和秩序进行有效控制与管理。同时，消费者基于对电商平台的信任进行注册消费，平台有义务维护这种信赖利益，保障消费者不因信赖而受损。若平台未能履行对平台内商家的资质审核义务或者未履行对消费者的安全保障义务，导致消费者生命健康受到伤害，这表明平台有能力避免却未采取措施，没有尽到应有的注意义务，消费者因信赖平台而购买并受到伤害。此时，平台理应承担连带责任。其次，受益报偿理论指出，电商平台通过为商家和消费者提供交易场所和技术支持获取经济利益，其盈利建立在平台上的交易基础之上，所以受益者应对受益行为产生的不利后果负责。当电商平台的不作为仅提高了消费者受损风险时，即便平台履行法律义务，消费者损害结果大概率仍会发生，缺乏连带责任承担的基础，但平台作为利益既得者，完全免责会引发不公。在综合考量电商平台、消费者以及平台商家各方的利益后，平台承担补充责任是最佳选择^[13]。最后，企业社会责任理论则从平台公共属性出发，为大型电商平台设定了超越私法责任的道德义务，平台应当分情形承担阶梯式责任。对涉及重大公共安全的领域适用连带责任，体现社会责任的底线约束，而对普通商品标签瑕疵等低风险场景，补充责任更利于平衡多方利益。这些理论共同指向立法亟待解决的核心问题，必须依据义务违反与损害结果的因果关系强度，细化模糊的“相应责任”的具体形态。通过明确具体形态与适用条件，使电商平台和司法机关在面对纠纷时能够有清晰的法律依据。

4.1.2. 完善电商平台的安全保障义务

“对注意义务的违反情况，是判定网络交易平台提供商是否需承担责任的核心要素”^[14]。因此，为明确电子商务平台的责任解决，首先需要明确电商平台履行安全保障义务的范围和标准。《电子商务法》第38条第2款规定的安全保障责任，与消费者生命健康安全紧密相关，因此电子商务平台应当履行更为

严格的保护义务。因此，在电商平台交易活动中，电子商务平台应当肩负起多重义务。一方面，平台应构建前置化、穿透式的经营者资质审核机制，在事前切实履行对平台内经营者资质资格的审核义务，同时切实承担起安全保障义务。另一方面，不能仅仅依靠人工智能开展打假工作，而应设立专门的打假团队，实施常态化抽检制度，对投诉率高、差评集中的商户启动重点核查程序，对存在违规行为的商户依法采取限期整改、经济处罚直至清退等梯度化处置措施，以此全方位保障消费者的合法权益。电子商务平台的安全保障义务应达致行业最高标准的勤勉尽责程度[15]，且电子商务平台作为交易秩序的实质管控者，应承担与控制能级相匹配的强化型安全保障义务[16]。平台承担法律责任的大小应当与其管理控制以及数据安全的能力相适应，不能过于宽松也不能脱离实际过于严苛[17]，应当立足实际情况，以平台掌控能力和平台数据为切入点，对电商平台进行层级划分，并针对不同层级的电商平台，制定统一的注意标准。此外，在判断电商平台是否履行安全保障义务标准时，不仅要考虑平台在交易中的介入程度，也要分析平台通过此次交易的实际收益状况，全面综合相关因素，才能更准确地认定电商平台是否切实履行了安全保障义务。

4.2. 司法层面

4.2.1. 强化平台的审核与监督责任

在司法实践中，应强化电商平台的审核与监督责任。从法律层面出发，法律应进一步明确并细化平台的审核标准，使其更具可操作性和针对性。电商平台可以根据不同的商品类别和行业特点，制定详细的审核细则，且应当加强对入驻商家的审核，对商家的主体资格、商品质量、服务标准等进行严格的审核，并建立健全相应的监督机制，对商家的经营行为进行实时监控。加大处罚力度，增加平台违法违规的成本，从而促使平台更加积极主动地履行审核义务。同时，法院在审理涉及电商平台的消费者权益纠纷案件时，对于平台审核过程中存在的疏忽或漏洞，应认定平台存在过错，并要求其承担相应的法律责任。

4.2.2. 发布指导性案例统一裁判尺度

由于电商领域的复杂性和多样性，不同地区的法院在审理类似案件时可能会出现裁判结果不一致的情况。为了统一裁判尺度，最高人民法院应及时发布指导性案例，统一规范电商平台的审判尺度，对电商平台承担法律责任的相关问题进行明确和规范，尤其要在平台责任认定和赔偿金额确定方面体现公平原则。指导性案例应涵盖各种典型的电商消费纠纷类型，如商品质量问题、虚假宣传问题、售后服务问题等，并详细阐述在不同情况下电商平台应承担的责任。各级法院在审理类似案件时，应参照指导性案例进行裁判，确保法律适用的一致性和公正性，避免在消费者保护与平台权益之间出现利益平衡失衡的情况，也防止过于倾向消费者的判决影响电子商务的健康发展。

4.2.3. 构建合理的举证责任分配机制

在电商消费纠纷中，消费者往往处于弱势地位，举证能力相对较弱。而电商平台掌握着大量的交易数据和商家信息，具有较强的举证能力。鉴于上述情况，应当科学、合理地对电商平台在履行安全保障义务的责任承担过程中的举证责任予以配置，从而避免由于地位不平等而发生实质不公的结果。总的来说，消费者在相关纠纷中承担首要的举证责任，这在法律逻辑和实际操作层面都是合理且必然的，对于一些基本事实，如消费者与商家之间的交易关系、商品或服务的交付情况等，由消费者承担初步的举证责任。但对于涉及平台是否履行审核、监督义务，商家是否存在侵权行为等关键事实，应适当加重平台的举证责任，证明其已经按照标准履行了安全保障义务。通过合理分配举证责任，保障消费者的合法权益，提高司法审判的效率和公正性。

5. 结语

伴随电子商务的蓬勃发展，电商平台在经济活动中的地位愈发重要，成为连接商家与消费者的关键桥梁。然而，在行业发展进程中，电子商务纠纷的数量也在持续上涨，暴露出诸多消费者权益保护的问题。对电商平台法律责任的妥善界定与落实，是保障消费者权益的核心要素，同时也是推动电商行业持续、健康发展的必要前提。通过不断优化法律制度和强化司法实践，才能更为有效地达成电商平台、商家以及消费者三方之间利益关系的平衡状态，推动电商行业朝着更加健康、有序、可持续发展的方向前进，让广大消费者在电子商务的浪潮中获得更多的实惠和保障。

参考文献

- [1] 韩洪今. 网络交易平台提供商的法律定位[J]. 当代法学, 2009, 23(2): 99-103.
- [2] 董再强, 唐丽英. 论电子商务交易主体之间的法律关系[J]. 社科纵横, 2007(11): 97-98.
- [3] 吴仙桂. 网络交易平台的法律定位[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2008(6): 47-50.
- [4] 薛军. 电子商务法平台责任的初步解读[J]. 中国市场监管研究, 2019(1): 18-21.
- [5] 周晨, 卢远玲, 刘小丽. 电商平台责任认定与消费者权益保护[J]. 中国外资, 2024(20): 82-85.
- [6] 郭煌, 阮子琪. 消费者权益保护视角下的“大数据杀熟”探究[J]. 中国市场, 2022(23): 182-184.
- [7] 林陶泽. 电商平台经营者“相应责任”法理解析与法律适用探究[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2023, 20(7): 84-90.
- [8] 曹凡. 电商平台经营者安全保障义务标准构建[J]. 学习与探索, 2024(2): 73-81.
- [9] 徐可行. 试论电子商务平台经营者的安全保障义务[J]. 中国商论, 2022(13): 57-59.
- [10] 马更新. 平台经营者“相应的责任”认定标准及具体化——对电子商务法第 38 条第 2 款的分析[J]. 东方法学, 2021(2): 86-97.
- [11] 蓝寿荣. 消法视角下的电子商务平台安全保障义务[J]. 政法论丛, 2023(2): 37-46.
- [12] 娄逸骅. 电商平台安全保障义务探析——以电子商务法第 38 条为中心[J]. 岭南师范学院学报, 2022, 43(4): 88-96.
- [13] 吴畏. 数字经济时代电子商务平台经营者“相应责任”探析[J]. 秦智, 2023(7): 166-168.
- [14] 刘立甲. 网络服务提供者侵权责任的重新审视[J]. 重庆社会科学, 2018(7): 65-73.
- [15] 林洹民. 电商平台经营者安保义务的规范解读与制度实现[J]. 现代法学, 2020, 42(6): 195-209.
- [16] 陈晓敏. 论电子商务平台经营者违反安全保障义务的侵权责任[J]. 当代法学, 2019, 33(5): 27-36.
- [17] 张凌寒. 数据生产论下的平台数据安全保障义务[J]. 法学论坛, 2021, 36(2): 46-57.