

电商平台商业衍生数据的价值平衡与竞争秩序

罗 纯

浙江理工大学法学与人文学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2026年7月17日; 录用日期: 2026年7月30日; 发布日期: 2026年9月14日

摘 要

目前, 数据的价值逐渐突出, 已然成为了第五大生产要素, 而电商平台商业衍生数据因凝结实质性加工投入而具有独立商业价值, 平台用户画像、产品复购率分析等商业衍生数据为电商平台带来了竞争优势。但是, 实践中对衍生数据的管理与使用缺乏统一标准, 平台在数据采集、加工、共享与保护之间面临着矛盾。电商平台经营者在数据不正当竞争侵权方面面临多重问题, 比如, 数据使用规则不统一、第三方工具违规爬取现象普遍、数据保护与开放共享难以平衡、平台维权成本高。立足电商产业实践, 围绕商业衍生数据的生成逻辑、价值特征、现实困境展开研究, 提出构建统一行业数据规范、实施类型化治理、完善技术防控与维权机制、推动数据安全有序流通最终实现数据市场的良性循环, 在激励数据创新的同时, 推动形成健康、有序的数据竞争秩序。

关键词

电商平台, 商业衍生数据, 类型化保护, 竞争秩序, 价值平衡

The Value Balance and Competitive Order of Commercial Derivative Data on E-Commerce Platforms

Chun Luo

School of Law and Humanities, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: July 17, 2026; accepted: July 30, 2026; published: September 14, 2026

Abstract

Data has emerged as the fifth major production factor. Commercial derivative data on e-commerce platforms—such as user profiles and repurchase rates—hold independent commercial value due to substantial processing inputs, granting platforms competitive advantages. However, inconsistent

文章引用: 罗纯. 电商平台商业衍生数据的价值平衡与竞争秩序[J]. 电子商务评论, 2026, 15(9): 442-448.

DOI: 10.12677/ecl.2026.1591018

data management and use standards have led to conflicts in data collection, processing, sharing, and protection. E-commerce platform operators face multiple challenges regarding unfair competition involving data infringement, such as inconsistent data usage rules, widespread unauthorized scraping by third-party tools, difficulties in balancing data protection with open sharing, and high costs for platform enforcement. Based on e-commerce practices, this study analyzes the generation logic, value traits, and practical dilemmas of commercial derivative data. It proposes unified industry standards, typified governance, improved technical safeguards and enforcement mechanisms, and secure, orderly data flows to achieve a virtuous data market cycle—fostering data innovation while promoting a healthy and orderly competition order.

Keywords

E-Commerce Platforms, Commercial Derivative Data, Typified Protection, Competitive Order, Value Balance

Copyright © 2026 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

目前,数据成为了我国第五大生产要素。2023 年国家数据局正式组建,标志着我国数据治理进入新阶段。全国数据工作会议强调 2025 年是数据系统改革攻坚之年,要牢牢把握数据要素市场化配置的改革主线,2026 年政府工作报告明确指出,数字经济核心产业增加值占 GDP 比重已提高到 10.5%以上¹,数字中国建设规划是重点工作任务,明确 2026 年是数据要素价值释放年。电商平台作为数据要素市场化的重点领域,商业衍生数据因具有独立商业价值,逐渐成为电商平台企业的核心资源,为企业带来竞争优势。在电商场景下的数据治理研究方面,现有讨论多从数据资产化和企业价值创造角度展开,但对衍生数据治理的经验研究仍相对有限。首先,研究对象方面,多聚焦于企业数据。其次,现有成果侧重于保护维度,如何通过法律手段为衍生数据提供权利或权益保障,而对价值平衡维度的关注相对薄弱,导致电商数据治理的核心困境尚未得到回应。立足于电商平台的产业实践,以价值平衡与竞争秩序为核心问题意识,聚焦电商平台商业衍生数据这一特定数据形态,从衍生数据的生成逻辑、价值特征与现实困境出发,探索一条兼顾安全底线、效率目标和公平导向的治理路径。

2. 商业衍生数据的价值逻辑与治理基础

2.1. 商业衍生数据的界定与电商场景特征

2026 年 3 月国家数据局发布的《数据领域常用名词解释(第二批)》²明确了衍生数据的定义,是数据处理者对其享有使用权的数据,在保护各方合法权益的前提下,通过利用专业知识加工、建模分析、关键信息提取等方式实现数据内容、形式、结构等的实质改变,从而显著提升价值,形成的新数据。在电商平台场景下,衍生数据的具体表现形式包括,平台用户画像、销售场景下客单价预测性指数、用户复购率,企业库存预测数据等等。衍生数据主要具有以下四个特征,加工性、价值性、独立性、非排他性[1]。

¹<https://www.gov.cn/zhuanti/2026qglh/2026zfgzbgjd/>

²数据领域名词解释起草专家组. 数据领域常用名词解释(第二批) [EB/OL]. 2025-03-29.

http://www.chongzuo.gov.cn/tjldzx/ndzdgz_rgzn/ndzdgz_rgzn_AIzsk/t21194516.shtml, 2026-04-04.

加工性，是衍生数据最关键的特征。衍生数据是以原始数据为基础，对其进行收集、分析、脱敏、构建后，形成的具有价值性的产物。原始数据转换为具有独立价值的衍生数据，必须要经过技术手段的深度加工，强调在这一深度加工过程中所凝结的实质性的智力支出与劳动。正如，2025 年淘宝诉小旺神案中涉及的生意参谋数据，以平台用户的原始数据，比如用户的搜索、浏览、交易、加购等，对此进行收集、脱敏、剔除、清洗，将无效信息和个人身份信息排除在外，以此为基础数据，再运用特定算法进行深度分析，最终形成了各种预测性的指标，并且以排行榜、趋势图等可视化的方式呈现给淘宝商家[2]。在这个过程中，不可否认存在独特价值。

独立性，衍生数据并不是原始数据的简单相加、分类，而是从内容、价值方面形成了本质上的区别，具有独立法律地位的客体。衍生数据进行了根本性的转变，由原始数据碎片化、零散化的状态，形成了有机整合的数据体系，它所能反映出的信息是其他数据所不能读取的。并且，是无法反向还原的，这也使得衍生数据能够安全流通。

价值性，一般而言，数据作为杂乱无章的原始电子记录，尚未被开发，其潜在价值具有不确定性。而衍生数据的价值性就体现在独立的商业价值与市场优势上，能够为数据持有人带来现实的或者是潜在的利益。

非排他性，衍生数据可以被多个主体同时使用，一个人的使用不会减少或妨碍另一个人的使用，且数据本身不会因使用而消耗或损耗。这是其与有体物的主要区别，当有体物被他人侵占时，可以援引物权，侵权责任来进行保护，而衍生数据权利人无法实现排他性占有，数据更加容易未经授权被他人复制使用。

原始数据具有其自己鲜明的特征。原始数据是指初次产生或源头收集，未经加工处理的数据，是数据生命周期的初始形态，未经任何清洗，转换或者分析，仅仅是对客观事实的直接记录。因此，原始数据不存在复杂的智力劳动，它其中可能包含冗余的内容以及敏感性的个人信息，存在一定的法律风险[3]。原始数据具有公共性的倾向，应当考虑数据垄断问题。法律层面更鼓励其合规流通以打破数据壁垒；而商业衍生数据因凝结创新投入，形成应受法律保护的竞争利益，更适宜纳入反不正当竞争规制框架。

2.2. 衍生数据核心价值

2.2.1. 平台层面

对于电商平台而言，商业衍生数据是平台进行优化产品与服务必不可少的指标。平台经营者对用户数据进行深度加工，在此基础上进行分析，所形成各种用户兴趣画像、产品复购率、购买意图指数，从而使得数据使用者能够精准锁定目标消费群体，也能帮助优化服务，形成自我竞争价值。在电商平台场景下，往往呈现出消费者、产品、平台三足鼎立的局面，衍生数据的出现能够实现更加精准的流量分配，提升整体的转化率[4]。特别是，电商平台本质上是互联网企业，有一种天然的网络效益。同时，衍生数据有利于构建公平的交易市场，平台能够通过商家的退货率、信用评分对其进行治理，提高平台整体产品质量。

2.2.2. 商家层面

对于平台上商家而言，衍生数据是商家实现科学经营的工具。基于衍生数据，商家可以动态调整库存、定价、营销策略。比如，利用用户复购预测模型，商家能够对高复购潜力的客户定向发放优惠券，提高老客留存，利用客单价组合分析，可以设计更有效的加购凑单方案，实现销量与复购率的双增长。

2.2.3. 行业层面

当衍生数据在平台与商家之间形成流动后，能够优化供应链效率，促进消费升级。平台汇聚的海量

衍生数据能够指导生产，对于制造业企业而言，根据预测性数据能够提前安排产能，减少资源浪费，实现降本增效[5]。同时，衍生数据可以帮助生产者识别需求，开发差异化产品，提高供给侧质量，实现供应链升级。平台对于原始数据进行深度加工的过程，本质上就是数据资本化的过程，理应取得相应的回报，有助于电商行业的持续创新。

2.3. 衍生数据核心价值电商衍生数据治理的基本逻辑

2.3.1. 安全底线

安全是电商数据治理的首要前提，商业衍生数据是平台投入大量算力、算法与人力成本后形成的资产。如果这些数据可以被随意抓取、复制，平台的投入回报将无法保障，削弱其持续优化数据产品的动力。同时，衍生数据虽然经过脱敏处理，但仍可能通过逆向分析触及用户隐私或者商业机密。因此，平台需要建立全链路的数据安全管理体系，及时发现并制止滥用行为，保障数据安全。

2.3.2. 效率目标

保护数据安全的同时，更要注重数据的高效合理使用，释放更高地价值。衍生数据只有在一定范围内共享与流动，才能用于优化决策。平台向商家开放脱敏后的行业热力图、复购率基准值，可以帮助商家精准选品与定价，治理规则应当明确什么数据可以开放、以何种方式开放、对谁开放的问题，而不是一刀切地禁止所有流通。并且，电商场景下，从流量获取、转化成交，到仓储配送、售后服务，每个环节都可以被衍生数据赋能，要鼓励这种效率的提升，尽量减少不必要的障碍。

2.3.3. 公平导向

电商生态涉及平台、商家、第三方服务商、消费者等多个主体，数据治理必须平衡各方利益，防止形成不合理的竞争壁垒。首先，要维护平台与商家之间的公平关系，平台作为衍生数据的加工者，拥有对数据产品的合法控制权，但商家作为原始数据的贡献者，也应当享有合理的数据使用权与可携带权。同时，不同平台之间也存在数据竞争，平台通过合法合作或公开渠道获取另一平台的衍生数据，用于优化自身运营，属于合法行为；但如果通过恶意爬取、寄生式、破解加密等方式获取核心衍生数据，则构成不正当竞争，可以通过法律手段进行保护，目前，实践中常援引反不正当竞争法进行规定。

2.4. 竞争关系的扩张解释与数据治理的判断标准

竞争关系是数据竞争适用中的一个基础性范畴，它决定着调整对象和适用范围。在传统商业环境下，竞争关系通常被理解为直接竞争关系，即经营者之间在同一市场领域提供相互替代的产品或服务。然而，在数据竞争场景下，竞争关系的传统界定面临严峻挑战，实践和理论对此作出了相应的扩张解释[6]。数据作为新型生产要素，不再局限于单一行业或单一市场，数据交叉使用和跨界竞争成为常态。特别是在电商平台场景下，数据生态具有跨界性、多主体互动特征。平台、服务商、工具开发者、品牌商之间，即便不属于直接同业，只要因数据使用产生利益冲突、破坏竞争优势，就可以认定为存在竞争关系。

在电商实践中，面对层出不穷的数据使用行为，如何判断某一行为是否合理、是否越界，是数据治理的核心难题。简单粗暴的数据垄断会扼杀创新与效率，而完全开放的数据流通则可能导致数据掠夺。因此，为实现数据保护与流通实现价值平衡，需要构建一套务实、可操作的评价体系。

行业惯例是特定商业领域中经营者长期遵循、普遍认可的行为准则，它体现了该领域对公平竞争与合理使用的集体共识。当前主流电商平台普遍采用数据类型化保护策略，首先，原始数据严格保密，进行强保护，第二公开经营数据，适度开放，一般而言，能够通过各种行业研报进行数据披露，最后核心衍生数据需授权使用，使用者需要付出相应的代价，开发者在一定范围内授权使用，这种授权范围是双

方自由意志范围内进行确定的[7]。

对于数据访问，平台通常会设置多级权限，普通用户只能看到公开信息，普通商家可查看自身经营数据，付费订购数据产品的商家可获取衍生分析报告。任何试图突破自身权限等级获取数据的行为，无论最终是否造成实质性损害，其行为本身即具有不正当性。平台开放的 API 接口会明确规定调用频率、返回字段、使用场景等。合规的服务商会严格遵守这些规则，并在规则变更时及时调整。反之，属于明确违反技术规范的行为。实践中，部分案件认定违反 Robots 协议或接口协议本身就可作为判断不正当竞争的重要依据。但是，技术规范并非绝对正义，如果平台以技术规范为名行垄断之实，则监管和司法可以介入审查其合理性，并且，利益相关者能够提起司法诉讼。

第三道防线，则是从利益平衡的视角进行最终的价值判断，对于平台，衍生数据的开发过程中投入了实质性成本。如果某一数据使用行为实质上替代了平台的数据产品，导致平台无法获得合理回报，也可能构成不正当的搭便车竞争行为。而商家作为原始数据的贡献者，有权合理使用自身经营数据，并有权在一定范围内将数据委托给第三方服务商处理，利益平衡原则要求平台在保护自身投入的同时，为商家保留足够的数据可携带权与选择权。最后，消费者权益保护方面，任何数据使用行为都不得逆向识别个人身份，或者超出用户授权范围使用其个人信息。即便行为符合行业惯例和技术规范，如果实质上侵害了消费者的隐私权，也应当被判定为不正当。

3. 电商平台商业衍生数据治理困境

3.1. 双边市场结构下的行业规制缺失与使用边界模糊

电商平台是典型的双边市场，一边连接消费者，一边连接商家。平台所产生的衍生数据，既用于平台内部的流量分配与风险控制，也作为付费数据产品向商家销售。实践中，部分生意参谋代购类第三方插件，通过批量购买多个平台商家账号、模拟人工登录等方式，整合生成跨平台的行业分析报告，未获得任一平台的衍生数据授权。对于这种行为，行业对于商业数据规范并没有形成统一的标准。面对数据权益争端时，平台、商家与第三方对于数据需求之间缺乏清楚的使用边界，致使出现数据竞争乱象，比如，违规数据爬取、数据倒卖、数据过度采集，数据竞争市场出现混乱局面。特别是存在第三方工具利用技术算法寄生在另一平台非法获取数据，行业规范的缺失使得这些行为难以得到抑制。

3.2. 衍生数据的非竞争性与平台锁定效益的矛盾

衍生数据在经济学上具有非竞争性，一人使用不影响他人使用，复制边际成本接近于零。从社会总福利角度看，这似乎应鼓励数据广泛流通。然而，对于电商平台来说，投入大量算力、算法与人力成本开发的数据产品，需要通过一定程度的排他性使用来回收成本，否则，会抑制数据创新[8]。

同时，一方面，商家对自身经营活动所产生的衍生数据有强烈的携带需求。商家在某一平台经营数年，会导致商家难以切换至其他平台，由于这些衍生数据若无法迁移，将造成巨大的转换成本，从而被锁定在原有的平台。另一方面，电商平台将衍生数据作为维持商家忠诚度的核心工具，通过用户协议等方式，实质性地阻碍数据可携带。虽然在一定程度上保护了平台的数据产品投资，却也固化了平台的锁定效应，削弱了商家跨平台自主选择的能力。这一矛盾在传统反不正当竞争框架下缺乏精细化的权衡工具，可以通过类型化确权 and 利益平衡原则加以回应。

3.3. 公式实时性数据窗口下的维权时间差困境

电商衍生数据的价值具有极强的时效性，尤其是在双十一等大促期间，数据的价值窗口越短，侵权方越倾向于采用高强度、高频率的爬取策略，导致平台面临发现难、取证难、制止难的问题，往往当平

台发现受到侵害时，侵权行为早已发生，存在时间差困境。长此以往会影响技术开发者的研发动力，遏止数据创新。在数据维权方面，行为人需要证明数据具有竞争权益属性，由法院根据案情梳理数据类型、加工深度、权益归属等要素，来判断是否为合法权益，导致经营者维权门槛高、举证责任大、持续周期长的困境。

3.4. 多方主体数据权益冲突与平衡失序

电商场景涉及平台、商家、消费者三类主体，以及第三方服务商，各方对衍生数据享有不同的利益需求。首先，平台与商家之间存在贡献与回报的结构性失衡，商家作为原始数据的持续贡献者需要通过付费来使用衍生数据产品。其次，许多商家希望将其店铺的衍生数据委托给第三方进行专业分析工具进行深度挖掘，但平台往往以数据安全或用户隐私为由，严格限制使用范围。第三，消费者作为原始数据的来源，其个人信息经脱敏处理后用于生成衍生数据。现行法律框架下，消费者缺乏实质性的知情同意权。

4. 商业衍生数据治理的优化路径

4.1. 统一行业数据规范，明确数据使用边界与可携权

当前电商生态中，不同平台对数据采集、加工、共享的规则差异较大，部分第三方工具利用寄生式手段获取数据，甚至批量复制平台核心衍生数据，严重扰乱了竞争秩序。因此，推动形成统一的行业数据规范，由行业协会、头部平台、服务商代表、法律与技术专家共同参与，构建数据全周期的操作标准。其次，明确商家的衍生数据可携带权与平台配合义务，通过清晰的权利义务划分，减少因规则模糊导致的争议。平台作为数据加工者，拥有对衍生数据的竞争权益，第三方工具须通过官方获取授权，商家则拥有对自身经营数据的使用权与可携带权。通过上述规范，可减少因规则模糊导致的争议，保障商家的自主选择权，同时为平台提供稳定的法治预期。

4.2. 构建电商场景下类型化保护体系

原始数据与衍生数据的类型化保护体系，不同类型数据涉及的利益格局和价值功能存在显著差异，形成三个保护层次，第一类，核心衍生数据，实行强化保护，禁止违规爬取与盗用。第三方未经明确书面授权，不得以任何方式获取、复制或二次开发，法律层面对窃取或实质性替代核心衍生数据的行为，认定为严重不正当竞争，并适用较高的赔偿标准。第二类，公开经营数据则适度开放，支持合理分析与创新应用。这类数据经过脱敏，已无法关联到具体商家或个人，具有较高的公共属性，开放公开经营数据有助于缩小商家之间的信息鸿沟，促进数据创新。第三类则是原始数据，这类数据可能包含个人身份信息或敏感商业信息，法律与伦理风险最高，进行流通前要以安全为前提。三者协同，兼顾安全与效率，为电商数据良性竞争秩序形成奠定基础。同时，平台也可以与商家建立利益共享制度，激励商家提供高质量原始数据，促进数字生态的高质量发展。

4.3. 完善技术防护与维权机制，突破时间差困境

电商数据具有传播快、复制成本低、隐蔽性强的特点，平台应加强技术防护体系机制，提升权限管控、行为监测、异常爬取识别能力，推广区块链存证、电子取证、数据水印等技术，一旦数据被非法传播，平台可追溯泄露源头，获取相应证据，突破时间差困境^[9]。这些技术的综合应用，能够降低权利人的举证门槛，有利于保护平台经营者的合法权益。同时，当前司法实践中权利人举证成本高、证明难度大、维权效率低的突出问题，应当在坚持谁主张、谁举证基本原则的前提下，明确初步证明标准，降低权利人初步举证的门槛。只需要完成初步证明义务：证明其对数据享有合法权益、证明对方实施了未经

授权的不正当行为以及对自身的竞争性权益造成了现实损害，对初步证据应采取宽松审查标准，避免因初步举证门槛过高导致数据权益无法获得救济。

4.4. 平衡数据保护与流通，兼顾多方利益

数据要素的核心价值在于流通、共享与创新应用，商业衍生数据保护的最终目标并非封闭独占，而是在保障经营者合法权益的基础上，实现保护与创新的动态平衡。通过支持电商平台与商家、第三方服务商、科研机构开展数据合作，推动衍生数据流通交易，建立安全可控的数据授权使用机制，引导市场主体通过合法途径获取数据资源。在数据保护与流通中融入消费者选择权、个人信息保护、数据可携带权等价值目标，兼顾消费者利益与社会公共利益，防止平台利用数据优势形成垄断，确保数据要素价值惠及市场全体参与者，最终实现良性循环。最后，为防止平台进行数据垄断，监管和司法应保持审慎介入，要求定期合规评估，并向社会公示。

5. 结语

电商平台商业衍生数据作为数据要素市场化配置中的重要组成部分，其法律保护路径的选择与完善，不仅关系到数字经济时代经营者创新积极性的激励，更影响着数据流通与市场竞争活力的平衡。其治理的核心，不在于严格限制或无条件开放，而在于构建安全、公平、高效的数据规则体系，平衡平台投入回报、商家经营需求、行业创新发展与消费者隐私保护。未来，数据要素市场化不断推进，电商衍生数据将逐步走向规范化。通过统一行业数据规范、实施类型化治理、完善技术防控与维权机制、推动数据安全有序流通，能够有效激发平台与市场主体的数据创新活力，在保护数据流通与数据保护之间实现良性循环，为数据要素市场化配置提供法治保障，推动电商行业高质量发展。

参考文献

- [1] 商建刚. 商业数据的界定: 以衍生数据为限[J]. 求是学刊, 2026, 53(1): 135-145.
- [2] 蒋鹏程. 大数据环境下智慧物流供应链管理的优化路径分析[J]. 商场现代化, 2026(5): 61-64.
- [3] 侯利阳. 反不正当竞争视角下商业数据的类型化确权进路[J]. 法商研究, 2026, 43(1): 165-183.
- [4] 李颖芳, 李向荣. 基于制造商直销渠道的电商平台区块链技术采纳博弈分析[J]. 商业经济研究, 2026(6): 114-117.
- [5] 李胜利, 赵孟邱. 数据垄断的反竞争逻辑及规制路径[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2025, 22(12): 108-113.
- [6] 赵新潮. 企业衍生数据专有权的制度构造[J]. 经济论坛, 2025(9): 58-70.
- [7] 孙怡. 电商平台认知偏差营销下消费者权益保护研究[J]. 中国价格监管与反垄断, 2026(4): 60-62.
- [8] 王瑛, 李朝阳. 电商平台自营业务选择的市场均衡分析——基于数字化投入的双重效应[J]. 商业经济研究, 2026(7): 130-133.
- [9] 吴相. 基于区块链技术的电子商务产品物流信息智能溯源方法[J]. 信息记录材料, 2026, 27(7): 58-60.