

电商平台数据竞争的行为边界与治理思路

周邑欣

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2026年8月3日; 录用日期: 2026年8月18日; 发布日期: 2026年10月15日

摘要

随着电商行业从高速扩张转入深度发展, 数据正取代流量与补贴, 成为平台竞争的关键筹码。消费者的浏览偏好、加购习惯与评价内容, 经过规模化整合后, 已构经营者和消费者高效交易的重要资产。然而, 围绕数据抓取与比价截流产生的商业摩擦也在加剧, 反映出行业在数据使用边界上的共识尚未形成。本文立足电商经营场景, 将平台数据按商业价值和技术防护程度进行分层, 区分不同场景下数据获取与使用的合理空间, 并分析平台如何在数据保护与流通利用之间取得平衡。

关键词

电商平台, 数据要素, 平台治理, 风险规避

The Behavioral Boundaries and Governance Approaches of Data Competition on E-Commerce Platforms

Yixin Zhou

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: August 3, 2026; accepted: August 18, 2026; published: October 15, 2026

Abstract

As the e-commerce industry transitions from rapid expansion to intensive cultivation of existing users, data is replacing traffic and subsidies as the key competitive asset for platforms. Consumers' browsing preferences, cart-adding habits, and review content, once aggregated at scale, have become core assets underpinning precise product selection and efficient transaction matching. However, commercial frictions arising from data scraping and price-comparison traffic diversion are also intensifying, reflecting a lack of industry-wide consensus on the boundaries of data usage. This

paper, grounded in the operational context of e-commerce, stratifies platform data according to commercial value and the degree of technical protection, distinguishes the reasonable scope for data acquisition and use across different scenarios, and analyzes how platforms can strike a balance between data protection and open circulation.

Keywords

E-Commerce Platform, Data Capital, Platform Governance, Risk Mitigation

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

过去几年,电商行业的竞争重心正在发生转移。在发展初期,平台间的竞争主要集中于商品丰富度、物流速度和补贴力度,而现在对用户数据的掌握和运用能力,逐渐成为拉开差距的关键因素。根据商务部发布的行业报告,我国网络零售市场规模持续扩大,但增速已从高速增长转入平稳发展阶段,这意味着平台间的竞争更多转向了对存量用户价值的深度挖掘[1]。消费者的浏览偏好、加购习惯、评价内容乃至页面停留时长,虽然以零散形式存在,但一旦经过系统性的归集与整合,便可形成具备规模效应的数据资产。

随着数据价值重要性提升,电商平台间围绕数据产生的摩擦也越来越多地进入公众视野。例如,一些第三方服务商通过技术手段大量抓取成熟平台的商品详情和用户评价,用以搭建自己的比价网站或竞品分析工具。又比如,某些电商平台为了快速丰富内容生态,在未获授权的情况下将其他平台长期积累的内容数据进行复制和展示。这些做法对数据来源方的流量和用户粘性造成了直接影响,引发了不少商业纠纷,实质上反映了数据要素因确权困难、可重复使用、价值易减损等特性,在流通与权益保护之间难以平衡,而相关制度规范尚不健[2]。

面对这类新问题,2025年6月27日新修订的《中华人民共和国反不正当竞争法》¹(后文简称《反不正当竞争法》)自2025年10月15日起施行。此次修订在第十三条增设第三款(后文简称“数据专条”),规定经营者不得以欺诈、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。对于电商平台和平台内的商家而言,准确理解这一规则,既有助于在日常运营中避免踩线,也能在自身数据权益受到侵害时找到更清晰的应对路径。

2. 文献综述

2.1. 国外研究现状

数据作为一种新型生产要素,具有与传统生产要素截然不同的经济属性。Carl Shapiro 和 Hal R. Varian 在其关于信息经济的经典研究中指出,数据的生产具有较高的固定成本和极低的复制成本,这一成本结构决定了数据在竞争中的特殊地位[3]。Avi Goldfarb 和 Catherine Tucker 进一步指出,数据要素的市场化配置面临一个根本性的“流通-激励”悖论:数据价值需要在流通中释放,但数据持有者缺乏在没有保

¹https://www.samr.gov.cn/zw/zfxgk/fdzdgknr/fgs/art/2023/art_3737890d856a4e44a8ea07c50c90c116.html

护的情况下主动分享的动力[4]。这一悖论是理解电商平台数据纠纷的经济本质。

电商平台作为双边市场，数据积累能够显著提升经济效率。Jean-Charles Rochet 和 Jean Tirole 的双边市场理论为理解平台为何将数据视为战略资产提供了基础[5]。David S. Evans 和 Richard Schmalensee 则指出，适度的数据流动有助于降低市场进入门槛，但替代性的数据抓取会损害原始数据持有者的投资积极性[6]。

2.2. 国内研究现状

国内学者对数据要素和平台经济问题已有不少研究。蔡跃洲和马文君指出，数据不同于土地、资本等传统要素，具有非竞争性、低成本复制、非排他性和外部性等技术经济特征。非竞争性意味着数据可被多个主体同时使用，低成本复制使数据传播门槛较低，非排他性则导致数据一旦流出就难以完全控制。这些特征一方面能提升企业效率、促进经济增长，另一方面也带来隐私泄露和数据垄断等问题[7]。徐翔等人发现数据要素的使用会促使企业更倾向于迭代式创新而非突破性创新，形成数据要素陷阱。在该机制下，小企业被迫承担高风险的突破性创新，大企业则凭借数据优势持续扩大市场份额，最终导致市场极化[8]。

关于平台经济的竞争与治理，李允尧等人系统梳理了双边市场理论，指出平台竞争的核心在于平衡双边用户的利益，定价结构和竞争策略是平台企业需要重点关注的问题[9]。王先林分析了平台经济领域反垄断的全球趋势与现实挑战，认为应当在包容审慎的理念下依法监管，同时推动相关立法的完善[10]。

在既有研究基础上，本文研究视角将立足电商经营的具体场景，将数据专条的规则分析与电商平台的商业实践紧密结合，聚焦于浏览偏好、加购习惯、评价内容等电商特有数据类型，弥补了现有研究在行业场景深度上的不足。在治理建议上，本文将数据分类分级管理原则发展为具体的操作方案，为电商平台在数据保护与流通之间寻求平衡提供了经济学意义上的可行路径。

3. 电商运营视角下的数据专条规则解读

3.1. 电商平台合法持有的数据的界定

数据专条的保护客体是经营者合法持有的数据。从文义解释角度来理解，“持有”指的是经营者对数据拥有事实上的控制力。这里并不强调法律上的所有权归属，而更偏向于一种实际的控制状态。电商平台或商家只要在客观上掌握着某批数据的存储、访问和管理权限，并且为此投入了相应的技术设施和运营成本，通常就可以认为具备了“持有”的地位。至于数据是以电子形式存在云端，还是以纸质形式存档，并不是判断的关键。真正重要的是，经营者是否为形成这份数据集合付出了人力和资金成本。

“合法”则要求平台取得和控制数据的方式符合法律规定。如果某一数据集合本身就是通过欺骗用户、违规采集或者窃取其他平台后台信息的方式取得的，那么即便在后续环节对数据进行了精加工，其主张保护的依据也并不充分。在实践中，这意味着电商平台在收集用户浏览足迹、个人偏好等信息时，需要遵循基本的告知同意原则，并且收集范围应当与提供服务的目的具有合理关联[11]。如果收集环节存在明显瑕疵，那么后续围绕这批数据展开的竞争纠纷，情况就会变得复杂许多。

关于“数据”的范围，行业内一直有不同看法。有观点认为只有电子数据才需要专门规则保护，纸质材料通过物理管控就够了。但这种说法不太站得住脚，因为新规真正在意的是数据的竞争价值，而不是它的载体形式。比较合理的做法是，看经营者有没有为数据集合付出成本、这些数据集合本身有没有独立的商业价值[12]。

3.2. 电商平台获取数据手段正当与否的界定

在电商领域的数据纠纷中，真正涉及黑客攻击、系统入侵这类极端手段的情况并不多见。更普遍的情形，是第三方通过技术方式绕开平台设置的一些常规管理措施来获取数据。数据专条把“避开或者破

坏技术管理措施”列为典型的不正当方式，这一点在电商环境下确实有不少具体的表现。

比较常见的一类行为是违反 Robots 协议。大型电商平台通常会在网站根目录放置一份 Robots 文件，相当于在门口立了一块指示牌，告知来访的网络爬虫哪些目录可以访问、哪些内容禁止抓取。虽然这份协议本身更多属于行业自律性质，并不具备强制性的技术阻断功能，但它体现了平台作为数据控制者的明确意愿。如果某个第三方服务商明知 Robots 协议禁止抓取用户评论区的内容，却仍然有针对性地进行批量爬取，那这种行为就很难被认定为正当竞争。

值得注意的是，数据专条关注的不只是获取环节，也包括后续的使用环节。即便数据是通过正常的商业合作渠道取得的，如果使用方式明显超出了双方约定的范围，或者以损害数据提供方核心利益的方式进行开发和利用，同样可能引发不正当竞争方面的争议。

3.3. 电商平台构成竞争损害的后果要件

数据专条要求不正当获取、使用数据的行为必须损害其他经营者的合法权益，并扰乱市场竞争秩序。在判断竞争损害时，对于那些手段本身就具有明显不当色彩的行为，例如故意破坏技术防护措施、以欺诈方式骗取数据访问权限等，通常可以直接推定其对市场竞争秩序造成了损害，不需要主张方再提供更为精确的证据。

而对于那些手段本身相对中性，或者在技术上并未明显越界的行为，判断的重点就会转移到行为后果上。例如，某一比价工具在抓取了某电商平台的商品详情与用户评价后，如果用户在该工具内就能完成从浏览、比价到决策的全部环节，不再需要跳转回原平台，那么原平台的用户停留时长和页面浏览量自然会受到影响。这种影响如果达到了比较显著的程度，就可以作为判断竞争损害的重要参考。从企业经营的角度看，数据价值最终体现为对绩效的贡献。数据能够降低运营成本、提升管理效率，而不当的数据抓取则会削弱原平台的这些优势，造成市场份额和收益的流失[13]。

3.4. 实质性替代要件的司法惯性

在电商行业之前的一些标志性纠纷中，实质性替代常常被当作判断数据抓取行为是否过界的重要依据。比如大众点评诉百度的案例，法院认为百度在其产品里大量展示大众点评的用户评论，实际上是用点评的内容替代了用户访问点评网站的需求，导致后者的流量和商业机会流失。另一个饭友 APP 抓取微博数据的案子，法院同样指出，饭友把微博的公开数据大规模搬到自己平台上，功能和微博高度重合，用户不用再打开微博就能看到想看的内容，这就削弱了微博的用户粘性。

不过，数据专条并没有把实质性替代写进正式条文里。立法者选择了一条不同的思路，把重点放在了经营者有没有采取技术管理措施、对方有没有用不正当方式绕开这些措施上。

这就带来一个问题：新规实施后，实质性替代还有没有参考价值？从道理上讲，既然新规没有把它列为硬性条件，裁判者就不该自己加一个法定条件。但话说回来，如果完全不看替代效应，可能会把一些实际上没多大竞争影响的行为也当成违规处理，反而妨碍了数据的正常流通。

比较务实的看法是，实质性替代虽然不能作为一个独立的判断标准，但可以作为衡量是否扰乱了市场竞争秩序的重要参考。如果某个行为客观上已经构成了对原平台的实质性替代，那么损害竞争秩序的可能性就很大；如果没有达到替代的程度，就需要再从流量损失、成本增加、系统安全等其他方面综合评估。

4. 数据专条与电商运营中其他规则的衔接

4.1. 与电商平台内部既有治理规则的关系

在数据专条出台之前，电商平台遇到数据纠纷时，可以依据的规则主要有两类。一类是针对利用技

技术手段妨碍、破坏他人网络产品或服务正常运行的行为规定；另一类则是针对商业秘密的保护规则。

第一类规则主要规制的是以技术手段实施的妨碍行为，比如强制跳转链接、恶意不兼容等，它的适用前提通常要求行为人利用技术手段。而数据专条并没有这一限定，它关注的重点在于数据的获取和使用方式是否正当，至于行为本身是否涉及高技术含量，在所不问。这就意味着，新规将那些虽然技术含量不高、但对数据持有者利益影响较大的行为，也纳入了调整范围，填补了原有规则的一个空白。

与商业秘密保护规则的比较则更为直观。商业秘密的保护门槛相对较高，要求数据同时满足“不为公众所知悉”“具有商业价值”以及“采取了相应保密措施”三个条件。而在电商运营中，大量具有经营价值的数据其实处于一种半公开或仅向注册用户公开的状态，很难满足不为公众所知悉的严格标准。新规则显著降低了保护门槛，它不要求数据具有秘密性，只要数据是经营者合法持有的，并且对方采取了不正当方式获取或使用，就可以介入调整。当然，对于同时符合商业秘密构成条件的那部分核心数据，经营者仍然可以选择主张商业秘密保护。两种路径在举证难度和救济力度上各有特点，经营者可以根据具体情况作出策略性选择。

4.2. 与外部数据安全及个人信息保护要求的协调

电商平台的数据运营活动，除了要关注竞争层面的规则，还需要同时符合数据安全和个人信息保护方面的监管要求。新规与这些外部规范之间，存在一定的交叉和联动关系。

以数据安全领域的基础性规范为例，它更侧重于从国家安全和公共利益角度对数据处理活动进行管理，而新规则主要着眼于维护经营者之间的公平竞争秩序。当某一平台未经授权抓取另一平台所持有的用户数据时，该行为可能在法律评价上同时引发双重后果。就被侵权平台而言，其竞争利益遭受损害，构成不正当竞争纠纷；就监管层面而言，该行为亦可能被界定为数据安全事件，触发相应的行政监管程序。在此情形下，两条法律轨道可并行不悖、各自发挥其制度功能。

与个人信息保护规范的交叉则更为常见。电商平台持有的很多商业数据，本身就是由海量用户的个人信息汇聚而成的。当一个平台的数据被抓取时，不仅平台的经营利益受到影响，相关用户的个人信息权益也可能同时受到侵害。这种情况下，平台和用户可以各自依据相应的规则主张权利。

一个更值得关注的问题是，如果主张保护的平台自身在收集用户数据时就没有完全遵循告知同意、最小必要等要求，那么它还能否就这批数据主张保护？如果数据来源本身存在较为严重的合规瑕疵，那么平台持有这批数据的合法性基础就会受到质疑。在这种情况下，平台对抗他人抓取行为的底气显然会弱一些。当然，对于那些轻微的程序性瑕疵，不宜一概否定其受保护资格，否则可能导致规则适用范围的不当收窄。比较务实的做法是区分不同情形，对于严重违规收集的数据，不应给予保护。对于一般性合规瑕疵，可以通过要求整改的方式加以规范。

5. 对电商平台经营治理的启示

综合以上分析，新《反不正当竞争法》的出台实际上向电商行业传递了一个比较明确的信息，数据资产的竞争秩序正在从粗放走向精细。对于电商平台及平台内的商家而言，可以从以下几个方面来调整自身的经营与治理思路。

首先，电商平台有必要对自身持有的数据建立分类分级管理体系。并不是所有数据都需要同等力度的保护，也并非所有数据都能获得同等的法律支持。平台可以将数据大致划分为三个层级：第一层级为核心数据，包括用户消费行为模型、算法训练数据集等，判断标准是平台投入显著成本、构成核心竞争力且采取了加密或权限控制等措施，应优先依据《反不正当竞争法》数据专条主张保护，建立专门台账并每季度复核权限。第二层级为半公开数据，包括注册用户可见的评价区、加购记录等，判断标准是需

要登录验证或平台设置了 Robots 协议、API 限频等限制，应将限制措施写入用户协议并保留访问日志以备举证。第三层级为公开数据，包括商品标题、标价、主图等，判断标准是无需认证即可自由获取。但抓取规模过大、频率过高或违背 Robots 协议的仍可能构成不正当竞争，应设置抓取频率阈值并监控异常访问。

其次，平台需要强化技术管理措施的规范性与宣示功能。Robots 协议、反爬虫策略、API 调用频次限制等，不仅是技术层面的安全部署，在一定程度上也起到了向外界传递数据访问边界的作用。因此，这些措施的设置应当清晰明确，并保留相应的操作日志。一旦发生争议，这些记录可以作为判断对方是否构成不正当获取或使用数据的重要依据。

再次，在开展涉及第三方数据的商业合作或竞品分析活动时，经营者需要对数据来源和使用方式的合法性保持相应的敏感度。即使是抓取公开网页上的数据，如果抓取规模过大、频率过高，或者方式明显违背了网站运营方明确表达的意愿，仍然存在被认定为行为不当的风险。在开发比价工具、竞品监测系统等产品时，设计者应当对数据来源的合规性、数据使用的必要范围进行审慎评估。

最后，推动行业层面的协同治理与自律规范也值得重视。新规为数据竞争划定了一条基本的行为底线，但电商生态中的具体问题千差万别，单靠成文规则很难穷尽所有情形。行业协会、大型平台企业可以在现有规则框架下，尝试推动形成更具操作性的数据利用自律公约，明确常见场景下的合理使用边界。这样既有助于降低中小企业的合规成本，也能减少不必要的摩擦与内耗，推动整个行业朝着更加健康有序的方向发展。

6. 结语

数据作为电商行业的核心生产要素，由此引发的竞争与协调问题将会长期存在。对电商经营者来说，最关键的还是理解规则背后的经济逻辑。在保护平台投入积极性与促进数据要素流通之间找到一种动态平衡，既需要经营者在日常运营中保持谨慎态度，也需要不断调整和完善行业治理方式。同时，随着行业内更多典型场景和案例的积累，数据竞争的边界也会逐渐变得更加清晰。

参考文献

- [1] 商务部电子商务和信息化司. 中国电子商务报告(2024) [R]. 北京: 中国商务出版社, 2025: 12-18, 32-35.
- [2] 江小涓. 数据的经济学分析市场、产业和组织[J]. 数字经济发展与治理, 2024(2): 2-12.
- [3] Shapiro, C. and Varian, H.R. (1999) Information Rules: A Strategic Guide to the Network Economy. Harvard Business School Press, 22-35.
- [4] Goldfarb, A. and Tucker, C. (2019) Digital Economics. *Journal of Economic Literature*, **57**, 3-43. <https://doi.org/10.1257/jel.20171452>
- [5] Rochet, J. and Tirole, J. (2003) Platform Competition in Two-Sided Markets. *Journal of the European Economic Association*, **1**, 990-1029. <https://doi.org/10.1162/154247603322493212>
- [6] Evans, D.S. and Schmalensee, R. (2014) The Antitrust Analysis of Multi-Sided Platform Businesses. In: Blair, R.D. and Sokol, D.D., Eds., *The Oxford Handbook of International Antitrust Economics*, Oxford University Press, 452-478.
- [7] 蔡跃洲, 马文君. 数据要素对高质量发展影响与数据流动制约[J]. 数量经济技术经济研究, 2021, 38(3): 64-83.
- [8] 徐翔, 赵墨非, 李涛等. 数据要素与企业创新: 基于研发竞争的视角[J]. 经济研究, 2023, 58(2): 39-56.
- [9] 李允尧, 刘海运, 黄少坚. 平台经济理论研究动态[J]. 经济学动态, 2013(7): 123-129.
- [10] 王先林, 方翔. 平台经济领域反垄断的趋势、挑战与应对[J]. 山东大学学报(哲学社会科学版), 2021(2): 87-97.
- [11] 中国信息通信研究院. 数据要素流通视角下数据安全与隐私保护白皮书(2025) [R]. 北京: 中国信通院, 2025: 22-27.
- [12] 魏远山. 我国反不正当竞争法商业数据专条的制度构建——兼评《反不正当竞争法(修订草案征求意见稿)》第18条[J]. 环球法律评论, 2023, 45(6): 80-96.
- [13] 孙佳哲, 李勇坚. 数字化转型对制造业企业经营绩效的影响[J]. 税务与经济, 2025(3): 78-86.