

电子商务平台经营者开展自营业务的民事责任研究

王希敏

山东建筑大学法学院, 山东 济南

收稿日期: 2025年12月9日; 录用日期: 2025年12月23日; 发布日期: 2026年1月8日

摘要

随着京东、阿里巴巴等平台自营模式的普及, 由此产生的责任纠纷日益增多, 如何界定平台的法律地位与责任成为司法实践中的难点。本文研究直面这一热点问题, 对《电子商务法》第37条进行深入解读, 为解决相关争议提供了清晰的法律适用指引。在理论层面, 第一, 强调并系统论证了“信赖保护原则”作为认定平台自营法律地位的核心基石, 主张外观主义应优先于复杂的内部运营关系, 为简化司法认定过程提供了有力的理论支撑。第二, 构建了一个相对完整的平台自营业务民事责任体系, 将产品责任与多种合同责任进行整合分析。第三, 对平台作为销售者的产品责任进行了层次化区分, 梳理出中间责任、最终责任等不同类型, 分析精细, 有助于准确配置平台与生产者之间的责任。

关键词

电子商务平台经营者, 自营业务, 产品责任, 违约责任

Research on the Civil Liability of E-Commerce Platform Operators Conducting Self-Operated Businesses

Ximin Wang

School of Law, Shandong Jianzhu University, Jinan Shandong

Received: December 9, 2025; accepted: December 23, 2025; published: January 8, 2026

Abstract

With the proliferation of self-operated models on platforms such as JD.com and Alibaba, disputes over liability arising from these operations have become increasingly common. Determining the

legal status and responsibilities of such platforms has emerged as a significant challenge in judicial practice. This paper directly addresses this pressing issue by providing an in-depth interpretation of Article 37 of the E-Commerce Law, offering clear guidance on the application of relevant legal provisions to resolve such disputes. On a theoretical level: Firstly, it emphasises and systematically argues that the “principle of reliance protection” serves as the cornerstone for determining the legal status of platform self-operated businesses. It advocates that the principle of appearance should take precedence over complex internal operational relationships, providing robust theoretical support for simplifying judicial determination processes. Secondly, it constructs a relatively comprehensive civil liability framework for platform self-operated businesses, integrating analyses of product liability with various contractual liabilities. Thirdly, it categorises product liability for platforms acting as sellers into distinct tiers, identifying intermediate liability, ultimate liability and other types through meticulous analysis. This facilitates the precise allocation of responsibility between platforms and producers.

Keywords

E-Commerce Platform Operators, Self-Operated Business, Product Liability, Liability for Breach of Contract

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

随着数字平台的崛起，我国电子商务的新业态新模式蓬勃发展，短短几十年，涌现出京东、快手、唯品会、阿里巴巴等和我们日常生活紧密相关的电子商务平台。当前，国内主要大型电商平台凭借数字技术和大数据分析能力，在商业利益驱动下，已不再局限于单纯的信息提供与交易撮合的角色，而是逐步发展自营业务，成为商品与服务提供者。例如京东以自营模式为核心，强调品质与物流体验，平台承担销售运营与物流；阿里巴巴虽然以第三方平台业务为主，但也通过“猫享自营”等模式布局自营领域。

《电子商务法》第37条明确规定，电子商务平台经营者在其平台上开展自营业务的，应当以显著方式区分标记自营业务和平台内经营者开展的业务，不得误导消费者。电子商务平台经营者对其标记为自营的业务依法承担商品销售者或者服务提供者的民事责任。电子商务平台经营者拓展自营业务这一行为，其深层影响在于对自身法律责任配置的改变。然而，当前学术领域针对平台经营者自营业务民事责任的研究仍存在明显短板，现有研究大多聚焦于第三方平台作为交易媒介服务提供者时违反安全保障义务所应承担的责任问题。此外，在《电子商务法》施行之前，对于电商平台运营商自营业务所应承担的民事责任，并无相关法律条文作出明确规定。鉴于此，本文旨在系统探讨电子商务平台经营者在开展自营业务时应承担的民事责任，以期为相关法律适用与制度完善提供参考。

2. 电子商务平台经营者自营业务相关概念界定

2.1. 电子商务平台经营者

尽管《电子商务法》第9条第2款¹中对电子商务平台经营者的定义可知，电子商务平台经营者的主

¹ 《电子商务法》第9条第2款：“本法所称电子商务平台经营者，是指在电子商务中为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展交易活动的法人或者非法人组织。”

要功能是提供网络经营场所, 交易撮合、信息发布等服务。这是在立法层面明确了其定义, 但在学理层面, 关于电子商务平台经营者的内涵与认定标准, 目前学界仍存在较大分歧, 尚未形成统一见解^[1]。例如, 有的学者主张, 立法定义中“提供网络经营场所”“提供交易撮合”与“提供信息发布”三项功能应被视为平台经营者必须具备的核心特征, 判断某一主体是否为电子商务平台经营者, 需同时满足为交易双方或多方提供网络经营场所、交易撮合服务以及信息发布服务这三个条件, 三者均缺一不可^[2]。也有的学者认为, 这三项要素仅是立法定义里对平台经营者特征所做的列举, 且这种列举具有完全性, 还带有个人主观意志色彩, 难以集中体现电子商务平台经营者的本质特征。所以, 在对电商平台进行认定时, 应采用综合性的考量方式, 结合平台的主要功能以及实际使用场景, 来判断某一平台是否具备电商平台的属性^[3]。笔者认为, 要准确界定电子商务平台经营者的内涵和外延, 必须从《电子商务法》第9条出发进行理解。在该条款第2款的规定里, 平台经营者被定义为“为交易双方或多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务, 助力交易双方或多方独立开展交易活动的法人或非法人组织”。由此可见, 无论对定义里“提供网络经营场所、交易撮合、信息发布”这三个要素进行何种阐释, 平台经营者在本质上始终是助力平台内交易主体“自主”开展交易、提供网络媒介服务的“第三方”角色, 其核心作用在于推动平台内交易主体直接达成交易。倘若平台仅仅是企业用于销售自身商品的渠道, 如此一来, 其性质应当归类为《电子商务法》第9条第1款²所规定的, 借助自建网站来销售商品或者提供服务的电子商务经营者, 而不应将其认定为电子商务平台经营者^[4]。

2.2. 电子商务平台自营业务

依据杨立新教授给出的定义, 电子商务平台经营者自营业务指的是, 平台经营者在其自身运营且为其他主体提供服务的电子商务平台之上, 直接面向消费者开展销售商品或者提供服务的经营活动^[5]。根据上文分析可知, 当平台经营者在履行其作为“第三方服务提供者”职能的同时, 进一步拓展自营业务时, 便进入了一种“中介 + 自营”的混合形态。此时, 平台兼具“第三方服务提供者”与“直接销售者”的双重身份, 其法律性质的认定与责任配置也相应趋于复杂。

目前, 《电子商务法》第37条³首次就电子商务平台经营者的自营业务作出明确规范。该条款明确规定, 电子商务平台经营者在自身运营平台开展自营业务时, 应以显著方式清晰区分、标识自营业务与平台内其他经营者的业务, 防止误导消费者。并且, 针对标识为自营的业务, 平台经营者须依法履行商品销售者或服务提供者应承担的民事责任。需要说明的是, 该条款并非意在从本质上界定何为“自营业务”, 也不再对自营与非自营业务进行实质性区分, 而是当平台经营者主动将自身业务标识为自营业务时, 应当承担与商品销售者或者服务提供者相对应的法律责任^[6]。在实践中, 即使平台未明确标记, 如果平台实际从事的业务符合自营业务的本质特征, 仍可能构成实质上的自营业务。这表明对平台自营业务的认定需结合其经营的实质进行综合判断, 而不应完全依赖形式上的标记。

在明确界定“电子商务平台经营者”与“自营业务”的概念内涵后, 下文将以此为基础, 深入剖析平台经营者开展自营业务时所应承担的民事责任。

3. 电子商务平台开展自营业务的法律地位

依据《电子商务法》第37条第2款, 电子商务平台经营者开展自营业务, 应以商品销售者或服务提供者身份承担民事责任, 这表明, 开展自营业务的电子商务平台经营者, 其法律地位等同于商品销售者

² 《电子商务法》第9条第1款: “本法所称平台内经营者, 是指通过电子商务平台销售商品或者提供服务的电子商务经营者。”

³ 《电子商务法》第37条: “电子商务平台经营者在其平台上开展自营业务的, 应当以显著方式区分标记自营业务和平台内经营者开展的业务, 不得误导消费者。电子商务平台经营者对其标记为自营的业务依法承担商品销售者或者服务提供者的民事责任。”

或服务提供者。不过，同样是基于自身运营网站销售自有商品与服务，自建网站的电子商务经营者并不属于本文所探讨的电子商务平台经营者范畴。因为自建网站的平台经营者，其平台内没有入驻其他商家，只有平台经营者和消费者，法律关系也相对简单。

尽管第 37 条规定电子商务平台经营者开展自营业务其法律地位就是销售者或者服务的提供者，但无论是在理论研究领域，还是在司法实践操作中，对于其法律地位的认定依旧存在诸多争议。《电子商务法》第 37 条第 1 款的规定，虽未在实质层面构建起自营业务与非自营业务的严格区分准则，但已然从外观表象层面给出了识别参考。与此同时，最高人民法院在《关于审理涉电子商务平台知识产权民事案件的指导意见》里指出，商品实物以及发票等交易凭证上所标注的销售主体信息，也能够作为认定自营主体的参考依据。这种不一致的自营业务外观认定标准，在一定程度上导致了实践中平台经营者在开展自营业务时法律地位趋于模糊[7]。在实际的交易中，做出销售意思表示（发布商品信息、确认订单）并具体履行（发货、开票）的主体可能是电子商务平台关联公司或者供货商。平台常以此为由主张其仅为“代理人”或者“平台服务提供者”，实际缔约方与履约方均为其背后的运营主体。更有甚者，部分平台援引《公司法》中的法人独立原则，将“自营”解释为集团层面的商业策略，主张法律责任应由具体承担销售职能的独立法人承担，从而试图将自身从销售者身份中剥离。

“京东自营案”即为这一争议的典型案例。该案中，平台经营者以发票记载的销售主体为集团内其他公司为由，否认自身系合同相对方，提出“自营”实为“集团自营”。法院采纳了该观点，以“北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司”不是适格被告，裁定驳回了消费者的起诉[8]。本案中的司法态度具有一定代表性，反映出一个现实困境：尽管《电子商务法》第 37 条第 2 款在规范层面上明确了平台经营者作为销售者的法律地位，但在具体适用中，该规定却常因平台复杂的内部结构、不一致的自营业务外观认定标准而面临被架空的风险。

笔者认为，应正确理解《电子商务法》第 37 条所包含的规范意涵，该条文的核心并非探究自营业务的实际运营主体，而是基于信赖保护原则，确立一项清晰的身份认定规则：只要平台经营者对某项业务做出“自营”标记，即应被视为该交易的销售者或服务提供者，与消费者直接成立合同关系，而不论其内部由何方实际履行。换言之，该条款旨在为消费者基于“自营”标识所形成的合理信赖，提供确定且优先的法律保护。所以在具体认定电子商务平台经营者开展自营业务时的法律地位认定，不必再进行复杂的区分，这样就可以避免产生不必要的争议，既节约司法资源也有利于保护消费者的合法权益。

4. 电子商务平台开展自营业务的民事责任分析

《电子商务法》第 37 条第 2 款的内容，只是规定了开展自营业务的电子商务平台经营者依法承担作为商品销售者或者服务提供者的民事责任，并没有具体规定承担何种民事责任，也没有规定具体的责任承担方式。但根据现有的《民法典》合同编和侵权责任编的规定，平台经营者应当承担合同责任和侵权责任[7]。其中侵权责任主要是产品责任，合同责任又包括了缔约过失责任和违约责任。

4.1. 产品责任

电子商务平台经营者作为商品销售者，其售卖的商品有缺陷造成消费者人身损害或财产损失，应当承担产品责任。当电子商务平台经营者开展自营销售业务时，其法律身份从单纯的“平台服务提供者”转化为直接的“销售者”。其产品责任应适用《民法典》关于销售者责任的一般性规则。尽管产品责任整体上对生产者适用无过错责任原则，但对销售者的归责，则呈现多层次、有区别的特点，具体可分为以下三种情形。

第一，在常规情形下，平台经营者作为销售者承担“中间责任”。根据《民法典》第1203条第1款⁴，产品存在缺陷致人损害时，被侵权人可向产品销售者索赔。在此情形下，对销售者适用无过错责任原则，即只要其销售的产品存在缺陷且造成损害，便需先向消费者承担赔偿责任。不过，这种责任具有中间性。平台经营者赔偿后，若缺陷并非自身过错所致，可依法向产品生产者追偿。平台经营者在面对消费者的赔偿的主张时，承担无过错原则保证了优先保障消费者获得救济的渠道畅通，也能够更有效地督促其切实履行自身义务，从产品生产源头着手，降低产品出现缺陷的可能性。平台经营者向消费者承担赔偿责任后，后续会在销售者与生产者之间，依据各自的过错程度开展责任清算工作。当然，这也意味着销售者需要承担生产者丧失偿付能力的商业风险。

第二，若产品缺陷源于平台经营者自身的过错，则应当承担“最终的过错责任”。例如，因平台不当的仓储、运输、组装或错误的产品说明而导致产品产生缺陷。在这种情况下，归责原则转变为过错责任原则。平台经营者因其自身的过错行为，成为损害的最终责任人。此时，即使消费者选择先起诉生产者，生产者在承担赔偿责任后，亦有权向有过错的平台经营者进行全额追偿。这体现了“责任自负”的基本法理。

第三，在法律规定的特殊情形下，平台经营者须承担“无过错的法定最终责任”。根据《产品质量法》第42条第2款规定⁵，若销售者无法指明缺陷产品的生产者以及供货者，那么销售者需承担全部的赔偿责任。此项规则旨在敦促销售者履行审慎的进货查验和供应链管理义务，确保产品来源可追溯。当平台经营者无法提供上游责任主体时，法律推定其应为整个交易链条负责，从而独立承担最终的赔偿风险。这对规范平台自营业务、保护消费者权益具有极强的威慑和规范作用。

4.2. 缔约过失责任

用户在平台注册必须查阅平台用户协议与隐私政策文本资料，且仅当点击“已阅读并同意”选项后方能实现账号注册流程的最终完成。消费者在借助电子商务平台开展购物活动前，需先完成平台账号的注册流程。在注册用户账号期间，平台会通过弹窗提示的方式，引导用户查阅《用户协议》与《隐私政策》，只有当用户勾选同意相关选项后，方可继续完成注册并使用平台进行购物。此类协议由平台一方预先拟定，属于典型的格式条款。例如，京东平台对消费者进入平台前的《用户授权协议》即属于此类。用户同意协议仅意味着其与平台之间建立起平台服务合同关系，不等同于其与平台经营者之间成立具体的商品买卖合同。在平台经营者以自身名义开展自营业务，并与消费者就具体商品进行交易的过程中，违背诚信原则违反先合同义务，如以不正当目的恶意磋商，虚构库存信息引导下单，虚假报价误导消费者以及隐瞒交易的重大信息，应当为消费者遭受的损失承担缔约过失方面的责任。

4.3. 违约责任

在实践中的电子商务自营业务中，销售的商品质量不符、发货慢导致的预期违约，和产品质量问题和提供服务产生的加害给付以及产品质量缺陷造成履行利益之外的损害最为常见。在平台经营者销售自有商品和提供服务这两种自营业务中，违约责任常常发生在平台经营者提供服务的情况。

4.3.1. 实际违约责任

在电子商务平台的自营业务场景中，平台经营者作为直接合同相对人，其违约责任体系构成了平台与消费者间的关键法律联结。与仅提供网络交易空间的平台服务模式相比，开展自营业务的平台经营者

⁴ 《民法典》第1203条第1款：“因产品存在缺陷造成他人损害的，被侵权人可以向产品的生产者请求赔偿，也可以向产品的销售者请求赔偿。”

⁵ 《产品质量法》第42条第2款：“销售者不能指明缺陷产品的生产者也不能指明缺陷产品的供货者的，销售者应当承担赔偿责任。”

需以销售者或服务提供者的角色，对商品或服务的交付承担完整合同责任。其违约责任可直接援引《民法典》中违约责任的一般性规定，且电子商务平台经营者承担违约责任遵循无过错责任原则，即不以其存在过错为前提，仅需满足未按约定履行合同义务这一条件即可。例如交付的商品存在质量、品种、规格、数量等方面的不符，出现销售假冒伪劣商品、发错货等情况；未在约定的时间内发货、交付或物流异常导致长时间延误。针对此类情况，消费者可依据《民法典》合同编相关规定，要求平台承担继续履行、修理更换重作或赔偿损失等违约责任；若涉及商品欺诈、关乎消费者权益保护，则优先适用《消费者权益保护法》《食品安全法》等特别法规定的惩罚性赔偿条款。

4.3.2. 预期违约责任

预期违约是指合同履行期未至，一方无正当理由，明示届满前不履行合同，或其行为表明届满后亦难履行，应承担的合同责任。于平台经营者开展的自营业务场景里，预期违约涵盖明示违约与默示预期违约这两种具体情形。平台在消费者付款后、发货前，以明确方式表示无法履行合同就是明示预期违约情形。而消费者下单后，平台长时间不发货，且通过平台消息、电话等多种方式均无法联系到平台经营者的情况则属于默示的预期违约。消费者能够依据《民法典》第 578 条的规定⁶主张自身权利，及时采取措施避免损失扩大，无需待合同履行期届满。

4.3.3. 加害给付责任

在电子商务平台销售商品存在缺陷导致消费者人身损害或商品价款之外的重大财产损失，同时构成违约责任的加害给付责任和侵权责任上的产品责任。消费者有权在违约责任与侵权责任之间作出选择，要求其承担相应责任。在保护消费者权益的力度上，选择产品责任对消费者更有利，而加害给付的违约损害赔偿的主要功能在于填补损失，鉴于法院大概率不会对精神损害赔偿请求予以支持，在司法实务领域，加害给付责任的适用情形并不常见。同样地，当电子商务平台自营为消费者提供服务时，如果是行为型的服务，典型的有滴滴网约车服务平台。在该平台上，“滴滴专车”属于平台自营的业务，驾驶员与平台存在劳动关系，其法律人格被平台吸收，是平台经营者的组成部分^[6]。若滴滴专车司机于向消费者提供服务期间，因故意或过失致使接受服务的消费者遭受损害，平台运营方应承担相应的赔偿责任。

5. 结语

电子商务平台经营者开展自营业务的同时又为平台内入驻的其他商家提供线上交易的媒介服务，平台既是参与市场竞争的商家也是市场的提供者，具有混合的法律地位。这种界限不清，模棱两可的法律身份背后是法律责任配置的不同，因此法律地位的清晰认定是其民事责任承担的逻辑起点。开展自营业务时，平台经营者作为商品的销售者或服务提供者承担侵权责任或合同责任。其责任体系主要包含产品责任与合同责任。产品责任上，平台作为销售者依据《民法典》规定承担中间责任、最终的过错责任；合同责任上，则需对缔约过失、预期违约与实际违约等情形负责。展望未来，为了适应平台经济的持续发展，需在司法实践中进一步统一自营业务的认定标准，同时推动《电子商务法》《民法典》《消费者权益保护法》等相关规范协同发挥作用、有效适用。从而在保护消费者合法权益与促进平台健康经营之间达成有效平衡，为电子商务法治环境的完善提供支撑。

参考文献

- [1] 郑佳宁. 电子商务平台经营者的民事责任规范进路[J]. 学术研究, 2024(9): 57-66+177.

⁶ 《民法典》第 578 条：“当事人一方明确表示或者以自己的行为表明不履行合同义务的，对方可以在履行期限届满前请求其承担违约责任。”

- [2] 王泽钧. 电子商务平台经营者的界定——结合《电子商务法》第九条的分析[J]. 人民法治, 2018(20): 23-27.
- [3] 薛军. 《电子商务法》平台责任的内涵及其适用模式[J]. 法律科学(西北政法大学学报), 2023, 41(1): 57-68.
- [4] 武腾. 电子商务平台经营者的侵权责任[J]. 法商研究, 2022, 39(2): 103-115.
- [5] 杨立新. 电子商务平台经营者自营业务的民事责任[J]. 求是学刊, 2019, 46(1): 98-107.
- [6] 余佳楠. 平台在自营业务中的法律地位——以信赖保护为中心[J]. 法学, 2020(10): 31-46.
- [7] 王承堂. 电子商务平台守门人责任研究[J]. 中国法学, 2025(5): 123-144.
- [8] 张蕾. 京东商城被诉欺诈辩称自营不等于商城自己经营[Z/OL]. 新浪网.
<http://finance.sina.com.cn/consume/puguangtai/2017-01-11/doc-ifxzkfuk3739847.shtml>, 2025-11-20.