

电子商务平台经营者对消费者侵权责任的分析探讨

易修宇

浙江理工大学法政学院、史量才新闻与传播学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2024年3月20日; 录用日期: 2024年4月1日; 发布日期: 2024年5月22日

摘要

《电子商务法》明确要求电子商务平台经营者负有对内部经营者的形式审查义务和确保消费者人身和财产安全的义务。然而实践中, 存在相关法条解释空间大, 具体内容和界限模糊不清的困境, 一定程度上导致了电子商务平台的无序发展, 也造成了法律适用的混乱, 造成同案不同判的现象, 有损司法的公平正义。文章通过对相关法律原则、电子商务平台的法律地位与责任承担进行分析、从未尽审查义务和未尽安全保障义务两个方面分别阐述影响电子商务平台经营者承担责任的因素, 进而提出一系列管理和控制侵权责任的建议, 以促进电子商务的健康发展。

关键词

电子商务, 侵权责任, 消费者维权, 法律途径

Analysis of E-Commerce Platform Operators' Infringement Liability to Consumer

Xiuyu Yi

School of Law and Politics, Shi Liangcai School of Journalism and Communications, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Mar. 20th, 2024; accepted: Apr. 1st, 2024; published: May 22nd, 2024

Abstract

The *E-commerce Law* clearly requires e-commerce platform operators to have the obligation to review the form of internal operators and ensure the personal and property safety of consumers. However, in practice, there is a dilemma that the interpretation space of relevant laws is large, and

the specific content and boundaries are ambiguous, which leads to the disorderly development of e-commerce platforms to a certain extent, and also causes confusion in the application of laws, resulting in different judgments in the same case, which damages judicial fairness and justice. By analyzing the relevant legal principles, the legal status and liability of e-commerce platform, and the factors that affect the liability of e-commerce platform operators from two aspects: never doing the review obligation and not doing the security obligation, the paper puts forward a series of suggestions on the management and control of infringement liability, so as to promote the healthy development of e-commerce.

Keywords

Electronic Commerce, Tort Liability, Consumer Rights Protection, Legal Approach

Copyright © 2024 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

随着互联网技术的发展，电子商务已经成为经济活动中的主要形式之一，为消费者提供了更为便捷的购物体验。然而，随之而来的侵权问题也日益引起关注。消费者在电子商务中面临着各种各样的侵权风险，如虚假宣传、商品质量问题等。因此，对于电子商务中的侵权责任进行深入的分析与探讨，对于维护消费者权益、促进电子商务的健康发展具有重要意义。

2. 电子商务平台经营者的责任与义务

2.1. 电子商务平台经营者的法律地位与责任承担

电子商务法第九条规定：“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。”

电子商务平台充当了消费者信息交流的中介，在法律定位上与互联网服务提供商的角色相近[1]。具体来说，网络销售平台的责任主要分为两个核心方面：一方面，电子商务平台经营者可以作为交易一方当事人，直接同消费者签订合同进行商品买卖等商业活动，例如购物平台上常见的“自营”字样的店铺。另一方面作为中间人，为平台内经营者和消费者的交易提供服务，收取店铺费等费用盈利。前者中电子商务平台经营者应当承担销售者或者服务者的责任，实践中往往直接作为相对人对待，争议相对较小；而后者则主要体现在对平台内经营者的形式审查和对消费者的安全保障，在相关的法律适用上尚有较大的解释空间，下文将就后者重点论述[2]。

2.2. 电子商务平台经营者的形式审查义务

在电子商务领域，平台经营者对于其平台上的商家身份和资质有着严格的审核责任。例如根据《食品安全法》和《电子商务法》的相关规定，电子商务平台不仅需要对商家进行实名登记，还要核实其食品安全管理责任，并审查其经营许可证。这些措施旨在确保平台上销售的商品和提供的服务符合法律法规的要求，保护消费者的权益。电子商务平台经营者必须要求商家提供真实的身份信息、地址、联系方式以及行政许可等信息，并进行核验与登记[3]。不仅如此，考虑到快速变动的市场，平台还需要监督商

家定期更新这些信息，以确保其准确性[4]。如果平台内的商品或服务未获得必要的行政许可，平台还需要采取一定的处置措施，如暂时关停禁止销售等，并向相关主管部门报告。

然而，在实际操作中，由于网络环境的复杂性，电子商务平台经营者面临着巨大的挑战。平台上的信息量庞大且不断更新，使得对每一项商品或服务进行实质审查变得技术上困难且成本高昂。因此，法律也为网络服务提供者设立了“避风港规则”，以减轻其责任。这意味着，只要平台经营者采取了必要的形式审查措施，他们就不需要对平台上的每一项商品或服务承担保证责任。

电子商务平台经营者的形式审查义务的程度需要在保护消费者权益和促进电子商务发展之间找到平衡点。如何判断是否达到“必要”形式审查措施的要求，是目前审查义务判断的重点与难点。

2.3. 电子商务平台经营者的安全保障义务

《电子商务法》第38条明确要求电子商务平台经营者对可能影响消费者生命健康的商品或服务承担安全保障义务。商家在平台内销售，就必须遵守平台规则，平台经营者与商家之间存在天然的管理与被管理的关系。因而，平台相比一般消费者而言，也更有能力识别和控制可能侵害消费者权益的行为。此外，即使平台经营者还可以通过广告等方式获得收益，而低质量的广告甚至有可能威胁消费者的信息、财产等安全，因此平台有责任确保其安全性和可靠性。这些规定共同构建了一个更加安全、透明的电子商务环境，保障了消费者的合法权益[5]。

从安全保障义务的内涵来看，它包括危险预警、消除已知风险和损害发生后提供救助三个部分。具体而言，平台经营者必须告知消费者潜在的风险，并在出现问题时及时有效地消除和控制危险，同时给予受害者合理范围的补偿。

如果平台上的商品或服务存在安全隐患，平台经营者应立即采取措施，如下架有害产品或服务，并向监管部门报告。又如，通过加密技术、防火墙以及身份验证等方法，保护用户数据的安全与隐私，防止黑客攻击和信息泄露。这不仅是在发现违法行为后的反应，而且还包括预防措施，如更新关键词库以过滤危险内容，以及在接到举报后进行及时审核。此外，平台经营者还负有救助义务，即在消费者权益受损后，应提供必要支持和信息，帮助消费者维护自己的利益[6]。如果平台经营者未能履行这些义务，如未采取合理的防范措施或未在损害发生后提供适当的救助，他们可能会被视为违反了安全保障义务。

3. 电子商务平台经营者侵权责任的构成要件

电商行业中时常曝出的侵权现象包含了多种形式，比如虚假宣传、销售假冒或劣质商品等问题。假冒广告，涉及商家长期以来使用不真实、过度吹嘘或具有欺骗性的宣传手法来推销商品或服务，目的在于博取消费者的关注与信赖。这种行为可能会引导消费者走向误区，最终选购了与预期不符的商品或服务，结果造成经济损失和不满情绪。销售假冒伪劣产品是另一种广为采用的形式，一些不法商家可能会出售伪劣或低质的假冒名牌商品，以低价策略误导顾客。这些侵害权益的行为给消费者带来了经济和心理上的负担，严重损害了消费者的利益，同时对电子商务领域的信誉造成了负面影响。总而言之，电商平台的侵权行为具有以下四个侵权的构成要件。

3.1. 加害行为

加害行为可分为作为和不作为两种具体形式，对于电子商务平台来说，往往是不作为的侵权，即义务主体未积极的履行安全保障义务的作为行为而导致权利人受损。主要表现有：(1) 事前未尽到预防义务。未给消费者提供一个安全可靠的交易环境，未对平台内经营者提供的商品或服务尽到即使审查审核、未对可能存在侵害消费者权益的商品或服务向消费者进行提醒提示。(2) 事中未尽到保护义务。电商平台经营者在发现平台经营者售出的商品及服务有造成消费者人权权益损害的风险时，未及时向消费者召回商品

或者服务等行为。(3) 事后未尽到救助义务。在发生损失后,未向消费者提供平台内经营者相关资助及信息帮助消费者进行维权。

3.2. 损害事实

在侵权责任体系中“无损失即无补偿”的概念,说明了电商平台经营者在违反安全保障义务时承担的侵权责任,应当以损害事实为要件。认定侵权损害赔偿时,需要以客观存在的损害事实为前提,若用户人身、财产未遭受损失,则平台与用户之间便不存在侵权损害赔偿事实。相较实体经济下消费者遭受损失,电子商务交易模式下对消费者遭受损失的认定需符合以下条件:(1) 用户所遭受的损害客观存在,包括财产损失、人身损害与精神损害;(2) 用户所遭受的损害事实是在电子商务平台内部发生的;(3) 造成损害事实发生的主体为电子商务平台经营者及平台内部经营者。

3.3. 主观过错

在电子商务法律体系中,平台经营者的主观过失通常表现为未能履行应尽的义务,从而导致侵权责任。这种责任基于过错原则,即平台经营者因未采取必要措施而导致用户权益受损时,应承担相应的法律责任。在判定平台经营者是否具有过错时,通常考虑两个标准:一是平台经营者是否“知道或者应当知道”存在的风险;二是平台经营者是否“违反了法定的注意义务”。

当电商平台明知其内部经营者提供的商品或服务可能侵害用户权益却未采取防范措施时,这种行为可视为故意,平台应与经营者共同承担连带责任。特别是在涉及用户生命健康的商品或服务交易中,电商平台不仅要承担审核义务,还要确保交易的安全性。如果平台未能遵守法定的注意义务,导致用户权益受损,那么应认定平台经营者在主观上存在过错,应依法承担相应的责任。这种责任认定强调了电商平台在维护交易安全中的重要角色,确保了用户交易时的合法权益得到保护[7]。

3.4. 因果关系

在法律责任的判定中,因果关系扮演着核心角色。在我国,学界普遍采用的是相当因果说。相当因果说将因果关系的认定分为两个阶段:第一阶段是事实层面的因果关系,通常采用“若无则不”的逻辑来判断。例如,在电商平台经营者的不作为导致侵权行为的情况下,如果假设行为人履行了应尽的义务,损害就不会发生,那么就可以认定存在事实上的因果关系;如果损害仍然会发生,那么就认定不存在事实上的因果关系。第二阶段是法律层面的因果关系,也就是相当性的考量。这需要考虑行为人是否能够预见其行为可能导致的损害。法律不会要求人们做出超出其能力范围的预见。如果行为人无法预见到其行为可能造成的损害,那么就不能认定存在因果关系[8]。

4. 电子商务平台经营者未尽义务的认定

4.1. 未尽审查义务的认定

电子商务法、侵权责任法和消费者权益保护法都旨在维护消费者的合法权益、它们通过设定不同的责任标准,要求电商平台对其平台上经营者的违法行为负有一定的监管责任。具体来说,侵权责任法要求电商平台在“知道”违法行为时采取措施,而消费者权益保护法则扩展到“明知或应知”的情况,电子商务法进一步将标准设为“知道或应当知道”。基于以上三条的规定可知,电子商务平台对平台内商家的侵权行为需要承担一定责任已经得到了法律的统一认可,但是在符合其他三个构成要件时,判断是否未尽义务时的主观方面标准却并不相同。

不同的表述反映了法律对电商平台责任认定的严格程度。例如,“知道”这一标准要求电商平台在

确实知情的情况下才需承担责任，这可能导致消费者在证明平台知情方面面临困难。相比之下，“应当知道”则基于客观事实，更易于证明，因此有助于平衡双方的举证责任。例如，有商家采用类似“极品”等广告法明令禁止的宣传用语，平台不能预先及时审核下架，并向有关部门报告，并事实上造成了消费者的损失的情况下，就可以认为平台“应当知道”却未尽义务。

因此，基于平衡消费者与经营者之间举证责任的难易程度，《中华人民共和国侵权责任法释义》就明确了“知道”的概念应包括“明知”和“应知”两种状态。所以，目前的认定方式可以概括为，如果基于事实的推断得出了当消费者权益受损时，电商平台处于“明知或者应知”的状态下，那么电商平台就可以被认定为未尽审查义务。

4.2. 未尽安全保障义务的认定

关于未尽安全保障义务的认定，相比审查义务则更为复杂，涉及成本、预见能力和消费者自保能力等多个层面。

首先，电商平台的安全保障义务与其投入的成本和获得的利益密切相关。如果平台的利益远超其在安全措施上的投入，那么可以推断平台在防范风险方面可能未采取充分措施，例如未建立必要的技术系统、未配备专业技术人员或未设立有效的反馈机制。

其次，电商平台的危险预见和控制能力也是评估其是否履行安全保障义务的关键因素。平台的运营时间、规模、封闭性以及内部合规部门的配置都会影响其预见风险的能力。长期运营的平台应能通过经验积累识别潜在风险；规模较大的平台拥有更强的技术支持和数据处理能力，从而更容易提前感知危险；封闭性高的平台则有更强的管理控制能力，能更好地预见和防范损害。平台内部合规部门的配置，表明有专业的法律人员及团队，可以对平台运营中可能出现风险进行预判和规避。当平台内出现过类似侵权事件后，平台应该对这种风险有一定的认识并加以防范，其预见性也应该有所加强。当平台预见危险的能力越强时，其履行安保义务的标准也就越高^[9]。

最后，消费者自身规避风险的能力也是判定平台责任的重要因素。如果消费者在使用电商平台时已经尽到了合理的注意义务，能够识别并规避某些风险，那么当其权益受损时，消费者自身的行为可能对损害的发生有较大影响，从而减轻平台的责任。例如，在消费者明知商品为假冒伪劣品仍然进行购买的情况下，平台可能被认为已经履行了其安全保障义务，不应承担责任。

5. 电子商务平台经营者的责任承担

5.1. 先行赔付责任

根据《消费者权益保护法》第四十四条和《食品安全法》第一百三十一条的规定，如果平台经营者无法提供其平台上商家的真实信息，如姓名、地址和联系方式，那么在发生纠纷时，他们需要先行承担赔偿责任。这是因为网络交易的特性决定了消费者与卖家之间缺乏面对面的交易机会，从而增加了交易的不确定性和风险。

5.2. 连带责任

《消费者权益保护法》和《电子商务法》明确规定，如果平台经营者知悉或应当知悉其平台上的商家提供的商品或服务存在安全隐患或侵犯消费者权益的情况，却未采取适当措施，那么他们将与商家一同承担连带责任。这意味着，平台经营者有义务监控平台内的交易，确保所有商品和服务都符合安全标准，并保护消费者的合法权益。

当平台经营者发现或应当发现任何可能危害消费者权益的行为时，他们必须立即采取行动，包括但

不限于下架相关产品或服务，对违规商家进行处罚，甚至取消其平台上的注册资格。如果平台经营者未能履行这些职责，导致消费者遭受损害，他们就必须承担相应的侵权责任。

5.3. 相应责任

关于“相应责任”的认定，是电子商务领域目前最为热点的问题之一。出自电子商务法第38条第2款的相应责任，目前主要存在的有“连带责任”、“补充责任”、“按份责任”、“不真正的连带责任”四种学说，本文倾向于采用“不真正的连带责任”一说。

针对形式审查义务，《电子商务法》第38条第1款明确规定了电商平台经营者在特定情况下需承担连带责任，而第2款虽然没有涉及连带责任，却规定了电商平台经营者必须履行的资质资格审核义务，这是确保消费者交易安全的基本要求。特别是对于那些涉及消费者生命健康安全商品或服务，如果电商平台经营者未能履行这一审核义务，就等同于将消费者暴露在一个充满风险的交易环境中，忽视了平台内经营者可能存在的侵权行为。这种疏忽可能导致消费者在遭受损害时难以找到侵权经营者进行维权。因此，当消费者因电商平台未尽资质资格审核义务而遭受损害时，他们应首先向直接侵权人索赔。如果直接侵权人无法赔偿，消费者应有权向电商平台经营者提出赔偿要求。电商平台可以根据直接侵权人的过错程度进行追偿^[10]。这种责任安排实际上反映了一种间接的连带责任模式，旨在保护消费者权益和公平分配责任之间取得平衡。

例如，在使用淘宝、京东等电子商务平台时，如果平台经营者未能事先进行充分的资质审核，导致消费者因平台内商家的不诚信行为受损，而消费者无法联系到侵权方，那么平台经营者应当先行承担赔偿责任。这种责任形式实际上是一种中间责任，平台经营者可以使用商家注册时缴纳的保证金来赔偿消费者。如果保证金不足以覆盖损失，平台经营者可以根据责任程度向侵权商家追偿。又如，一些商家可能会通过注册多个店铺并在直播中虚假宣传，诱导消费者购买。当这些商家因为消费者的负面评价而被迫关闭店铺时，消费者可以要求平台经营者赔偿。这种赔偿机制实际上反映了一种非典型的连带责任，旨在保护消费者的合法权益，并确保他们能够在电子商务交易中获得及时的救济。

而在安全保障义务方面，与资质资格审核义务事前防范不同，其主要是一种事中的管理以及事后补救义务。对于平台内的商家，即直接侵权人，他们负责产品的全链条管理，如果发生产品造假或价格欺诈等侵权行为，商家通常承担主要责任^[11]。同时《民法典》第1203条允许商家在某些情况下向上游生产者追偿，确保有一个责任主体。因此，当电子商务平台经营者未能履行安全保障义务时，在直接侵权人无法赔偿的情况下，消费者可以向平台经营者求偿。在此基础上，平台经营者可以根据过错程度向直接侵权人追偿。这种责任安排既保护了消费者的权益，也促使平台和商家共同努力提高交易安全性。因而，违反安全保障义务的情形下，也应当承担的是一种特殊的不真正的连带责任。

6. 电子商务平台经营者的责任承担

电子商务作为一个新兴领域，极大地促进了经济社会的发展，为消费者提供诸多便利，但同时也带来了一系列挑战，尤其是侵权纠纷问题。有效管理和控制电子商务中的侵权责任，保障消费者的合法权益，是促进电子商务健康发展的关键。通过加强法律监管、完善电子商务平台的责任体系、建立合规政策和流程、加强技术安全和产品质量管理等措施，可以有效管理和控制侵权风险，促进电子商务行业的可持续发展。

参考文献

[1] 电子商务法重点条文解读[J]. 人民法治, 2019(5): 34-37.

-
- [2] 浙江省高级人民法院联合课题组. 关于电商领域知识产权法律责任的调研报告[J]. 人民司法, 2020(7): 65-73.
- [3] 罗星宇. 电子商务平台经营者侵权行为解析及其法律规制[J]. 中国商论, 2022(19): 33-35.
<https://doi.org/10.19699/j.cnki.issn2096-0298.2022.19.033>
- [4] 谢爱梅, 李东旭. 电子商务平台经营者对消费者的侵权责任[J]. 人民司法, 2019(1): 9-12.
<https://doi.org/10.19684/j.cnki.1002-4603.2019.01.004>
- [5] 袁雪. 网络平台经营者安全保障义务研究[D]: [硕士学位论文]. 镇江: 江苏大学, 2022.
- [6] 任炳燕. 电子商务平台经营者的侵权责任研究[D]: [硕士学位论文]. 石家庄: 河北经贸大学, 2023.
<https://doi.org/10.27106/d.cnki.gbjju.2023.000322>
- [7] 徐洁. 电子商务平台经营者对消费者侵权责任研究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 江西师范大学, 2021.
<https://doi.org/10.27178/d.cnki.gjxsu.2021.001101>
- [8] 赵超, 周泉泉, 孙鹏程. 电子商务平台民事责任的司法实践和探索[C]//《上海法学研究》集刊 2022 年第 4 卷——上海市法学会互联网司法研究会文集. 上海市高级人民法院民事审判庭, 上海市长宁区人民法院商事(互联网)审判庭, 2022: 15. <https://doi.org/10.26914/c.cnkihy.2022.040624>
- [9] 浙江省高级人民法院联合课题组. 关于电商领域知识产权法律责任的调研报告[J]. 人民司法, 2020(7): 65-73.
- [10] 王凯. 电子商务平台经营者侵权责任的法律适用[J]. 人民检察, 2022(24): 45-48.
- [11] 电子商务法起草组. 中华人民共和国电子商务法条文研析与适用指引[M]. 北京: 中国法制出版社, 2018.