

法律视角下的电商平台问题审视

◆黄千军

(福建农林大学公共管理与法学院, 福建 福州 350002)

【摘要】信息时代来临,电商平台渐渐融入了大众的日常生活之中,为公众带来便利的同时也给他们带来了一些困扰,阻碍了互联网市场的稳定运行。电商平台需要在法律所限定的框架内活动,但当下的法律体系在规制电商行为方面仍存在诸多可完善之处。本文将择取网络店铺注册者信息失实、电商平台“二选一”、数据处理侵权三种典型电商平台不当行为进行阐述,从法律的视角探寻解决路径,为摒除电商平台的不合理现象,着力营造清朗的电商环境建言献策。

【关键词】法律;电商平台;疑难问题;数据保护;完善路径

随着数字时代的到来,互联网平台经济也随之兴起,诞生了一系列电子商务类平台,如淘宝、京东、拼多多等。这些电商平台经过一段时间的运营,逐步融入了公众的衣食住行中,成了大部分人生活中必不可少的一部分。而电子商务作为一种崭新的社会资源配置方式,其完全跳脱了传统的线下交易模式,公众足不出户便能享受送货上门的一键式服务。但其在给公众提供便利的同时,也为监督与法律规制带来了问题,电商平台运营者这一独特的法律主体,在网络活动中存在着部分不合理的行为,损害了电商平台用户的合法权益。《民法典》与《个人信息保护法》等虽涉及了电商平台的相应义务但并未细化,不是规范电商行为的特别法。而当下的《电子商务法》作为规制电商行为的新法,也处在发展阶段,仍有许多待完善之处。正确审视当下电商平台存在的不合理行为,提出相应的法律完善路径,是当下保护电商平台用户权益的必由之路。

一、电商平台的责任之源和法律定位

电商平台是一个涵盖多元主体的概念,其参与者主要是指电商服务平台的运营者与经营者以及平台用户,也包括平台支付系统服务者、广告宣传服务商、物流仓储管理者等主体。这些主体依照法律相关规定或意思自治的原则,构筑了一个体系完备,法律关系交织的集合体,即电商平台。

电商平台的责任之源有两个部分,一是外部的强制性法律规制,如《电子商务法》规定的电子商务平台所承担的规范运营、承担产品质量责任、接受主管部门与社会监督等责任;《个人信息保护法》中所规定的电商平台服务行为和目的的原则,以及正确行使个人信息的存储、使用、加工、传输、提供、公开、删除行为,负有公开、透明处理信息的义务;《刑法》中所列出的关于通过网络侵犯他人个人信息、著作权以及披露使用商业秘密等网络违法犯罪行为。二是电商平台内部与第三者之间的约定,属于意思自治的范畴。一类是以“平台服务协议”与“用户权限协议”为代表

的平台与用户签订的平台规范。在众多应用软件的首次登录界面,用户会看到一个关于隐私条款的弹窗,文本均是征求用户同意获取电子设备相关权限或个人私密信息的内容,用户通过勾选文本下方的“我同意”,与应用平台达成合意,允许应用平台在条款中所列出的授权范围内合理行使处分权限。另一类是电商平台与其他网络服务主体间达成的一系列合作协议。如电商平台与线上支付提供商确立的合作关系,用户可以享受更多线上支付功能;电商平台也需要和物流系统联动为用户派送商品,因而电商平台也会与众多快递企业建立合作关系。电商平台的商品服务的保险体系需要构筑,交易保险的介入也是电商平台较为普遍的情况,电商平台与交易保险之间也常常也存在着合作关系。这些电商平台与诸多其他平台服务主体之间的合作关系,也是电商平台的责任来源。

电商平台的法律定位,是一种权利义务并举的网络服务主体。电商平台既有自营商品的经营范围,也存在着其他主体合营或为其他经营主体提供销售平台的情形。首先是“自营者”的法律地位,如早期的京东商城就是典型的自营商,由京东网络平台自主销售自己的产品,店铺是属于京东所有,客服是京东的工作人员,所有的商品都存储在京东自建的仓库中,几乎整条销售链上的所有服务主体,都是京东电商平台自身。从这一角度来看,电商平台与实体门店销售者除了线上线下模式的不同,似乎并无二致。其次是“合营者”,即电商平台与其他实施电子商务交易活动的服务主体间达成合意,建立合作关系。如与物流企业建立的长期快递服务合作关系,由物流企业负责商品的运输与派送;又如与支付宝、微信等交易平台建立的价金托管支付与信用评价联动合作关系,用户通过支付宝、微信支付等方式将款项汇至销售商的账号内。在此种模式下,电商平台不再是单兵作战,而是与其他服务主体相融合,打造出一个个结构明晰,井然有序的销售网络车间,成为一个合作经营

者。最后是“网络柜台出租者”的身份，如淘宝网购物平台上的众多商家，其入驻淘宝平台销售自己的商品，此时的淘宝平台仅是为其提供一个线上展示和销售商品的柜台，不参与其实际经营，也不与其有经营的合作关系，更像是一种线上空间的租赁。因为电商平台其介入商品销售和服务提供的程度有所不同，导致了其具有多重属性与法律地位，既可以是一个自主经营者，也可以是一个与其他企业合作的合伙人，还可以是单纯提供销售柜台的“出租人”。

二、当下电商平台存在的问题与解决对策

（一）店铺注册者信息不实

在现实中，有时会出现店铺经营者冒用他人身份信息或营业执照注册商铺的行为，这种个人信息的来源通常是非法的，如非法搜集与遗失。案件诉至法院，原告即信息被冒用人举证被告盗用信息这一事实，举证负担全部分配给了原告，举证难度极大，不够公平合理。电商平台作为网络销售服务的主体，应积极履行审核入驻主体身份的义务。

但当下的电商平台，仅仅将个人身份与证件审核作为业务流程的一部分，以形式审查展开，大部分平台仅要求注册人上传证件照的前后两面进行身份验证即可，不考虑“人证不一致”的情形，在审核这一环节过于宽松，完全无法保证入驻主体的真实与否。但引入“人脸识别”又属于获取面部个人信息权限的范畴，基于进一步获取权限难度的考量，众多网络平台舍弃了人脸与证件照相结合的身份验证审核方式，无法履行《电子商务法》第二十七条规定的电商平台对申请进入平台经营者的身份，进行实质核验与登记的义务。

（二）电商平台的“二选一”现象

当今基于经济便利的考量，许多网络销售个体商户也喜欢在各大电商平台间货比三家，选择最优惠的一家进行电子交易合作与网络柜台租赁。众多电商平台针对网络销售商多方比价的“搭便车”行为，采取了一系列限制措施，其中一部分已逾越合理范畴，构成了独家、排他性的限制交易行为，给网络个体商家施加了过分的限制门槛。这类措施中最典型的代表即“二选一”现象，如一些主流电商平台滥用市场支配地位，对平台内商家提出“二选一”要求，严格禁止平台内商家在其他竞争性电商平台注册店铺参加促销经营活动，并借助市场力量、平台规则与大数据算法等技术手段，采取诸多奖惩措施以保障“二选一”策略按要求执行，维护与增强自身的市场力量，以获取不正当的竞争优势。

（三）电商平台的数据信息处理中的侵权问题

电商平台中，网络用户的每一次点击，都将被算法所记录，将上网痕迹留存于网络空间之中。诸多平台利用用户的每一次点击，通过算法在系统后台生产一个专属于该用户的个人标签，并依据各类用户不同的个人标签，勾勒出用户大致的偏好情况，并根据推算出的喜好向用户进行个性化主

题推送。平台基于为用户提供更好服务的目的，而在法律允许的框架下进行信息收集与主题推送属于合理行为。但现实中，往往会出现逾越法律之雷池的电商平台侵权之举，如在进入界面设置模糊而一闪而过的索取用户权限通知，使用户无法充分注意索权条款的具体内容，在不经意间点下“我同意”按键，个人信息自此暴露在电商平台的视野下，这种行为完全没有征求网络用户的同意，而通过掩饰的方式擅自获取用户个人信息，属于明显的侵权行为。部分平台违反目的的限制原则，搜集过度的非必要信息，如外卖派送平台，其仅需收集用户的昵称、位置信息与电话号码即可满足配送的前提，但有时却不合理地搜集用户的真实姓名、身份证号等更加私密的个人信息，显然已经突破了平台合理的搜集范围，构成了对用户的信息过分的索取。即使在征求收集意愿这一环，电商平台取得了用户的同意，但电商平台出现的用户信息倒卖与泄露问题也同样值得注意，一些电商平台信息处理者不合理地使用合法搜集来的信息，将其打包出售给其他需要利用用户个人信息的主体或进一步透析，通过碎片化的信息推知勾勒用户的其他信息。用户同意平台收集自己部分信息，不代表着用户全盘同意了平台对信息的各种途径利用，用户信息处理的各个阶段都需要全面把关，严厉杜绝未经用户同意的电商平台倒卖与泄露信息的行为。

三、电商平台不当行为的解决对策

（一）店铺注册失实状况的解决机制——引入平台责任

电商平台在涉网络冒用身份诉讼中也属于责任主体，应当提供充分证据证实自身已经采取符合要求的实质审查措施，以防止盗用冒用他人信息的行为发生，要求的标准是以一般电商平台所具备的技术检验水平与识别手段为准。电商平台对入驻者的身份审查的模式应当是实质审查，而非形式审查。电商平台应当注重履行核验与登记的义务，将“人脸识别”与“证件上传核验”相结合，充分保留与记录身份验证的全过程。倘若电商平台不能充分证明自己已经尽到对入驻者身份的实质核查义务，即推定审查存在瑕疵与过错，按照《民法典》侵权责任编网络侵权相关规定，与《消费者权益保护法》第四十四条网络交易平台明知销售者利用平台侵害他人合法权益而未采取必要措施的规定，令电商平台与侵权行为实际实施者承担连带责任。电商平台还应当保存好侵权行为实施者在进行冒用身份验证时的操作信息与痕迹，当被盗用人即实际权益者请求电商平台提供证明辅助其证实被告侵权事实时，电商平台要积极配合提交全过程验证痕迹，以帮助实际权益人积极维权，打造一个负责任的电商平台形象。

（二）遏制平台二选一乱象之法——划定不合理限制边界

我们应从《电子商务法》第三十五条的细化出发，详细确定何为不合理限制交易的范围，以划定明晰的边界。首



先要确认电商平台是属于优势地位,且这种优势地位不是绝对优势地位,而是相对优势地位。不是与其他平台相比较存在优势之处,而是在特定的交易关系中有较高的比较地位,即使是规模较小的电商平台,如一些古玩字画电商拍卖平台,销售规模仅局限于古董类商品,但由于其是鲜有提供古玩拍卖途径的平台,相对于势单力薄的个体商户来说,仍然处于相对优势地位,依然可能构成上述的“二选一”滥用市场支配地位行为。因为其是鲜少存在的能够为古玩商家提供线上销售平台的电商,因而能够以其优势地位给入驻商家施压,从而致使经营者受到一定的制约。

在确定电商平台属于相对优势地位后,我们应进一步判断入驻商家对电商平台的依赖程度。如果该商家能够较为容易地由该平台切换到另一替代平台进行销售,则其虽处于电商平台比较的弱势地位,也不会轻易被电商平台所限制。要测试商家对该电商平台的依赖程度如何,首先要考虑该电商平台提供服务的独特性与可替代性。如若属于古玩销售、纪念货币销售等稀缺与昂贵产品销售平台,则通常具有其服务的独特性,在市场上难以被其他电商平台所替代,易使入驻商家对其产生严重的依赖性。其次要考虑转换到另一平台的成本高低,倘若该商家入驻电商平台后,再转投其他平台,支付的转移成本极高,即使成功转移,也会大受亏损。在这种情况下,属于商家对电商平台的依赖程度较深。

再者是考量电商平台限制行为的程度与危害结果,限制行为是否以不正当竞争与垄断为内核,是否过度限制平台经营者的交易入驻行为,是否扰乱网络市场的经营秩序,这些都是判断电商行为是否属于不当限制行为的依据。最后是考量当事人之间的合意,电商平台的限制行为与入驻商家之间若有合意,双方愿意而采取限制措施,则是独家行为,不属于不合理限制交易的行为。

(三)杜绝数据侵权对策——明确电商平台运营原则,敦促其履行相应义务

针对处理用户个人信息的各个流程,电商平台必须始终

秉持合目的性与诚实守信的原则,在收集信息时先征求用户的同意,未经与用户达成合意不能进行任何收集活动。同时,明确自身应尽到的信息保护义务,把握合理使用与过度使用的界限,严格遵守《民法典》《电子商务法》以及《反垄断法》等一系列法律的相关规定,营造清朗的电商经营环境。注重最小化原则在信息收集中的运用,即收集用户信息,采取对个人负面影响最小的方式进行,如仅需采集一次就能达成目的就无须多次采集,徒添用户的负担。

四、结束语

电子商务平台的诞生与发展,为当今法律体系带来了新的挑战,我们出台了众多法律法规与相关条文来合理规制电商的不合理行为,引导电商平台积极履行各种义务,保持电商平台系统的正常运作。但当下的电商平台法律规制体系仍有待完善之处,亟需公众共同探讨以探求完善路径;电子商务平台自身也应主动肩负起营造清朗电商环境的义务,遵守法律相应规定。笔者相信在不断的实践探索中,电商平台将会迈向更高的发展阶段,以更加合理的方式展现在公众面前。

参考文献:

- [1]彭首杉.首部《电子商务法》三审 微商登记等6个焦点问题存争议[J].计算机与网络,2018,44(15):6-7.
- [2]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(西北政法大學學報),2023,41(01):57-68.
- [3]王春晖,程乐.解读民法典“隐私权和个人信息保护”[J].南京邮电大学学报(社会科学版),2020,22(03):1-14.
- [4]史佳芝.电子商务平台“二选一”行为的法律适用研究[J].江苏商论,2023(03):33-35,38.
- [5]宋毅,刘辉.电商平台经营者大数据杀熟行为的法律规制问题研究[J].企业改革与管理,2021(11):60-61.

作者简介:

黄千军(2002—),男,汉族,福建福州人,大学本科,研究方向:农村法治、网络法学。