

兹有叶嘉华（原公民身份号码：310106194210240016，已于2023年1月12日死亡）于2022年11月17日在上海市立有自书遗嘱一份。现叶九妹、叶十妹向上海市张江公证处申请按上述遗嘱继承有关房产，办理继承公证。如有任何相关人士（包括但不限于叶嘉华的继承人）持有叶嘉华所立其他遗嘱或遗赠扶养协议的，或叶嘉华的法定继承人中有生前依靠其生活且无经济来源或民事行为能力的人，或遗嘱继承人叶九妹、叶十妹有丧失继承权的情况，请在公告刊登之日起60天内以电话、邮件方式与下列上海市张江公证处联系人联络。

联系人：张润南

联系电话：17321285903

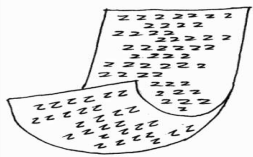
021-50586277 转7055

邮箱：zhangrunnan@zjnotary.com
特此公告

叶九妹、叶十妹
2023年1月15日

环保公益广告

重复使用，多次利用



双面使用纸张
= 减少一半的废纸产生

优先购买绿色食品

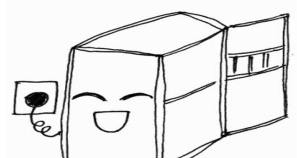


健康
安全
无污染

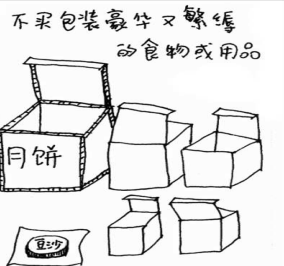


拒绝使用一次性用品

6000 ~ 8000 双一次性筷子
≈ 一株 20 岁的大树



使用无氟冰箱
不会造成臭氧损耗



不买包装豪华又繁复
的食物或用品

过份包装 = 巨大浪费 + 严重污染

废电池放入专门回收箱，
以免污染环境



分类回收 循环再生

实施五周年：《电子商务法》所得与所失

薛军

《电子商务法》于2018年8月31日颁布，2019年1月1日开始实施，距今已经整整五年时间。经过五年实施，法律规则与现实生活之间是否相适应，已经得到初步检验，因此也就可以阶段性地总结这一立法的“得”与“失”，并且在此基础上展望其未来的发展与完善方向。

《电子商务法》 最大价值：主体立法

整体而言，《电子商务法》回应了因互联网信息技术的发展而出现的新交易形态——借助于网络进行的远程交易，以及大型数字平台（其典型运用就是电商平台）出现后，对市场结构以及传统监管机制产生的深远影响。在制定之初，中国立法者所理解的电子商务立法的侧重点，即与欧美学界所理解的电子商务法存在明显区别。中国的电子商务立法，兼具主体立法及行为立法两个维度。

就主体立法而言，《电子商务法》针对一种特殊的市场主体，即电子商务平台经营者，确立了一系列的责任规范，以“平台责任”为抓手，在法律规范体系中首次明确了调整电商平台相关的规范体系。就行为立法而言，《电子商务法》针对电子合同相关问题，明确了一系列的规范。此外，还规定了关于电子商务纠纷解决机制、电子商务促进等内容。从电子商务的主体立法与行为立法二元角度，确定了立法的重点内容，这一思路被证明具有前瞻性。《电子商务法》中关于电子商务行为的相关立法成果被《民法典》（2020年颁布）吸收，体现在合同的订立、履行以及网络侵权条款等方面。仅此一点即说明《电子商务法》关于电子商务行为立法的科学性，在很大程度上得到了认可。

但《电子商务法》的最大价值仍然在于主体立法的维度，即以针对电子商务平台经营者的系列法律责任规范，应对新型市场组织架构所引发的诸多法律规范问题。这一立法思路，即便放眼全球也遥遥领先。对于数字平台引发的特别是应用于商业交易领域的大型电子商务交易平台所催生的诸多问题，传统法律规范存在诸多欠缺，需要完善相应立法。《电子商务法》敏锐地抓住了这一问题，可谓引领数字领域立法的潮流。事实上，欧盟最近也开始关注数字平台作为一种特殊的市场主体（即所谓的守门人制度）所需要的特殊规范。但即使如此，类似《数字市场法》之类的立法，其主要考虑仍然是为在这一领域实施反垄断，增加新的规制工具，而非将数字平台作为一种新型市场主体予以全面、系统规范。从这个意义上来说，中国的《电子商务法》的立法思路，的确具有超前性。

当然，立法的科学性不能以是否超前作为唯一评价指标。需要考虑的是，相关立法是否把握住了社会生活数字化发展的宏观趋势，是否抓住了真正需要通过立法来解决的问题。考虑到数字化的发展趋势对社会生活方方面面都正在

- 《电子商务法》的最大价值仍然在于主体立法的维度，即以针对电子商务平台经营者的系列法律责任规范，应对新型市场组织架构所引发的诸多法律规范问题。这一立法思路，即便放眼全球也遥遥领先。
- 立法忽略了相关平台责任规范体系对于其他类型平台可能的延伸适用或者准用问题。解决思路是，不再将《电子商务法》所规定的平台责任视作一种固定的套餐，而是一种可灵活组装的构件。
- 如何保护中小微经营者获得合理的交易环境，避免在平台规则中，被其他主体尤其是平台经营者过度压榨就成为不容忽视的问题。《电子商务法》虽有规定，但存在弹性过大、含混不清的问题。
- 《电子商务法》关注到了数字平台的崛起可能导致的监管机制结构性变化，试图建构平台与监管部门之间的监管合作关系，但规定过于笼统、过于原则，在未来进一步的完善中需要重点予以考虑。

产生深刻影响，其中数字平台的崛起已从根本上改变了人际交往、资讯获取、商业活动开展的基本模式，因此针对电商平台的全面规范，让网络空间中商业性质的交往互动有章可循，各方主体责任清晰到位，相关的立法的确是不可回避的课题。

基于以上分析，对电商平台这种新型交易组织架构，进行针对性立法，可视为《电子商务法》立法最显著的“所得”。也正是在这个框架之下，可以进一步探究这部立法在具体层面上的“得”与“失”。

平台责任的延伸适用 可更灵活

《电子商务法》针对电商平台经营者规定了一系列的平台责任。其中关于审核责任、网络安全责任、内容管理责任、安全保障责任、知识产权保护责任、消费者权益保护责任的规定，能够结合电商平台的架构特征，具有很强的针对性，对于营造良好的网络空间交往秩序，厘定相关主题的责任边界，具有基础性意义。

但《电子商务法》的这一立法模式也蕴含着内在的不足。由于这一立法针对的是一种特定类型的数字平台，也就是电商平台。由于现实生活中平台的类型很多，并非都具有严格意义上电商平台的特征。这就导致在《电子商务法》制定之后，其他类型的平台（这些平台与电商平台具有一定程度上的相似性，但也存在明显区别），在如何定性以及如何进行法律适用方面陷入困境。由于电子商务法针对电商平台规定了一系列的平台责任，因此其他类型平台的经营者就会采取“逃避被定性为电商平台”的策略，规避《电子商务法》的适用。这种策略导致电商平台的定性和识别，成为法律适用的焦点和疑难问题。是或否的定性，直接决定了法律适用上或有或无的巨大落差。但严格来说，不同类型的平台与电商平台之间的相似或差异，呈现出一种相对渐变特征，而不是非黑即白的绝对二元化。所以，平台责任适用上或有或无造成的巨大落差本身并不合理，应该予以避免。

出现上述情况，主要原因还在于

《电子商务法》的立法技术。这一立法忽略了相关平台责任规范体系对于其他类型平台可能的延伸适用或者准用问题。这就导致其他类型的平台（其典型就是社交媒介平台、短视频分享平台、资讯分享平台、直播平台等等）在搭载商业交易的时候，如何界定其应当承担的平台责任，出现了规范依据缺失的问题。解决这一问题可能的思路是，不再将《电子商务法》所规定的平台责任视作一种固定的套餐，而是一种可灵活组装的构件。对于其他类型的平台，在其与电商平台类似的情况下，应当准用电子商务平台相关的责任，在其与电商平台存在重要区别的情况，应当考虑其特殊性，不让其承担责任。通过这种灵活准用或参照适用的方法，避免平台责任适用上的或有或无的二元化局面，实现对其他类型平台上电商活动的协同调整。当然，在未来修订《电子商务法》的时候，亦可考虑在电商平台范畴之外，引入人类电商平台等法定平台形态，明确规定其适用相应的平台责任，如此或可适当解决问题。

平台应重视 中小微经营者保护

《电子商务法》重点关注了平台规则问题，并且在立法中制定专门的条文予以规制，这是立法的重要亮点。随着数字平台的崛起，平台运营者对于其组织运营的网络空间，具有强大的管理控制能力。这种能力借助于数字化技术、算法以及平台所掌握的大量数据得以实现，可以统称为数字权力。作为这种权力的表现形式，平台享有了事实上的规则制定权。但由于平台同时也具有市场主体身份，以及因此而产生的逐利动机，如何确保其不滥用数字权力，制定不合理的平台规则，就成为一个不容忽视的重大问题。《电子商务法》对此给予了一定的关注，并且通过平台规则的公示制度，修改时的公开征求意见制度，规则的公平性要求等方面，对平台规则制定权作了必要的规制。但不可否认的是，《电子商务法》在这方面的规范的确显得过于简略，以至于无法解决实务上提出的诸多问题。

在实际运行中，平台规则所涉及的

问题，远远超出了通常所理解的控制霸王条款等传统消费者保护的问题。由于平台的影响力主要源于消费者（用户）数量，因此消费者权益保护问题往往得到平台足够重视。但电商平台的组织架构也意味着大量的中小商家必须依托平台才能够从事商业活动，对于商户正当权益的保护，同样具有重大的制度价值。如何保护中小微经营者获得合理的交易环境，避免在平台规则中，被其他主体尤其是平台经营者过度压榨就成为一个不容忽视的问题。《电子商务法》第35条虽然对此予以规定，但这一条款与反垄断机制、反不正当竞争机制的关系一直未能明确，其内涵本身也存在弹性过大、含混不清的问题。因此，未来同样需要大量补充相关的内容。

还需进一步完善 “监管法”维度

《电子商务法》关注到了数字平台的崛起可能导致的监管机制结构性变化，试图建构平台与监管部门之间的监管合作关系。这是立法非常值得关注的创新点，具体表现为《电子商务法》设立了平台与监管部门围绕数据提供、执法配合等方面的协作型关系模式，抓住了数字平台对于执法监管的结构性影响。例如第25条规定，电商经营者应当应监管部门的要求提供相应的数据；第28条规定，平台经营者需要向监管部门报送相关的平台内经营者的数据。但是这些规定过于笼统、过于原则，在落实过程中面临重重困难。对于平台经营者而言，相关数据属于核心资产，且涉及用户商业秘密或个人信息保护方面的问题，因此不可能在没有相对应的严格程序性要求以及确保安全的前提下随意提供给他人的，否则就将面临不可控的重大法律风险。但对于监管部门而言，当大量交易都通过线上进行的时候，不掌握相关数据，其监管职责完全无法落实，从某种意义上来说，获取相关数据，是监管部门履职的“刚需”。要妥善解决这一问题，显然不可能只通过一两条简略的条文，而是必须建立一套明确具体的规则，来确立相关主体的权力与责任。关于这一问题也可以将其归纳为《电子商务法》的“监管法”维度。这在该法未来进一步的完善中需要重点予以考虑。

总体而言，《电子商务法》实施五年来交出了一份令人满意的答卷。但变动不居快速发展的电商新模式、新业态，不断提出新的课题，对此应予实事求是的观察与思考，尊重事实，不断发展和完善立法，这也是永葆立法适应性与活力的不二法门。

（作者系北京大学法学院教授、博导、电子商务法研究中心主任，我国《电子商务法》起草专家组成员）



扫描左侧二维码关注