

《自然人网店管理规范》的突破与挑战

倪 楠

近日，市场监管总局发布首个市场监管行业标准《自然人网店管理规范》(以下简称《管理规范》)，并将于6月1日起正式实施。《管理规范》首次明确规定了网络交易平台经营者对自然人网店入驻、运营、退出和数据报送等方面的管理要求。但由于《管理规范》属于自愿遵循的推荐性行业标准，还需进一步提升其规范层级。

个体经营者网店管理缺失亟待补位

自然人网店是指在网络交易平台上销售自产农副产品、家庭手工业产品或从事便民劳务、零星小额交易等经营活动的依法免于登记的自然人主体。便民劳务服务活动包括个人通过网络从事保洁、洗涤、缝纫、理发、搬家、配制钥匙、管道疏通、家电家具修理修配等依法无须取得许可的劳务活动。零星小额交易活动是指个人从事的年交易额累计不超过10万元的网络交易经营活动。

据统计，目前自然人网店在平台内经营者总量中占据约57%的比例，超过半数。同时，根据市场监管总局的数据，2024年全国市场监管部门通过全国12315平台、电话、传真、窗口等渠道共受理消费者投诉、举报和咨询3923.9万件，其中投诉1862.5万件，对自然人网店的投诉数量为1054.7万件，占投诉总量的56.6%。

长久以来，对个体经营者网店管理的缺失，加之不同电商平台对个体网店的规范各异、人行门槛偏低的问题，销售不合格产品与虚假宣传的现象时有发生。由于自然人网店免于登记注册，主体信息真实性难以核实，网店披露信息的准确性较低。在大量的执法中，由于案件线索材料仅提供了自然人网店名称及快递物流信息，缺乏明确的违法行为主体信息，这为执法人员确定违法主体的位置增加了执法成本，也使得消费者通过法律维权难上加难。此外，自然人网店对知识产权重视不足，往往擅自标注“旗舰店”“官方”“授权”等字样，使其成为知识产权侵权的“高风险区”，侵权行为频发。

主体登记制度是市场监管部门对市场经营者履行社会管理职能的法律依据，平台经营者与自然人网店作为平等的经营主体，二者通过服务合同确立权利义务关系。电子商务依托网络环境实现便捷性，但该虚拟交易场景主要通过图文信息呈现。为了更好地保护消费者的权益，相较于线下交易，网络交易更需要建立全程溯源机制，并对经营者的资质加以核验。这就需要市场监管部门将虚拟化的经营者通过主体登记制度进行实体化，由于网络交易中各主体的数量较大，特别是自然人网店的数量众

- 长久以来，由于自然人网店免于登记注册，主体信息真实性难以核实，网店披露信息的准确性较低。在大量的执法因缺乏明确的违法行为人主体信息，为执法人员确定违法主体的位置增加了执法成本。
- 《自然人网店管理规范》的出台填补了对电子商务中自然人网店这一特殊主体的监管空白，进一步落实了《电子商务法》《网络交易监督管理办法》等相关法律法规要求，构建了更具针对性的规则体系，也对平台经营者把好责任关，承担第一责任的职责予以规范。
- 由于《管理规范》属于自愿遵循的推荐性行业标准，建议将其提升为强制性行业标准。如此，将解决不同平台管理规定不统一的问题，并为自然人网店提供权利救济、维权援助、信用正向激励等制度化支持。

多，平台经营者需要协助市场监管部门做好资质的收集和审验。这也符合平台经营者发展要求，平台经营者也希望平台经营环境合法有序，平台内经营者合规经营。由于《电子商务法》所规定的市场主体准入制度，没有清晰地规定准入的条件和程序，且自然人网店大多属于该法所规定的不办理市场登记的情况。

故而，现行法律对于自然人网店规制存在以下困境：第一，立法层级较低，立法也较为分散。一般情况下登记流程包括提交相关材料，如身份证明、经营场所证明、公司章程等，到当地工商行政管理部门进行申请。申请通过后，将获得营业执照，成为合法的市场主体。需要取得行政许可的流程因行业而异，但通常包括提交申请材料、审核、现场核查等环节。申请通过后，将获得相应的行政许可证书，方可从事相关经营活动。电子商务中的市场准入和立法多规定在部门规章和地方性法规以及政府条例中，现阶段还没有专门的相关法律。

第二，准入条件与程序条件规定不够清晰。为了更好地保护消费者的权益，相较于线下交易，网络交易更需要建立全程溯源机制，并对经营者的资质加以核验。而《电子商务法》第十五条规定，电子商务经营者应当在其首页显著位置，持续公示营业执照信息、与其经营业务有关的行政许可信息、属于依照本法第十条规定的不需要办理市场主体登记情形等信息，或者上述信息的链接标识，这属于程序性规定。

《管理规范》对平台经营者职责作出规范性要求

实践中，平台经营者对准入条件和程序条件的认知存在一定误解。因此，此次《管理规范》的出台，填补了对电子商务中自然人网店这一特殊主体的监管空白，进一步落实了《中华人民共和国电子商务法》《网络交易监督管理办法》等相关法律法规规章，构建了更具针对性的规则体系。自然人网店信息的补全为市场监管部门进行执法提供了准确的“画像”，这也为平台经营者把好责任关，承担第一责任的职责提出了规范性要求。

《管理规范》集中表现出以下特点：首先，统一入驻标准。此次《管理

规范》规定，自然人网店入驻网络交易平台时，应向平台经营者提供自然人姓名、联系电话、证件类型代码、证件号码、网店名称、实际经营活动类型、实际经营地址等信息。网络交易平台经营者应要求自然人网店完成实名认证与支付账户认证，并提供银行名称、账户及账号信息。网络交易平台经营者应对自然人姓名、自然人网店提现银行账户进行审核，确保两者信息保持一致。

其次，统一运营规则。《管理规范》为平台管理职能提供了更加精确和细致的指导。平台经营者可以对自然人网店进行检查监控，并记录和保存网店名称、访问渠道、入驻时间、信用评价记录等15项信息。对于交易额超过10万元的自然人网店，平台经营者应及时提醒其依法办理经营主体登记。此次《管理规范》还特别提出建立健全自然人网店信用监管制度，明确网络交易平台经营者有权对自然人网店开展信用管理工作，对违规行为进行检测、处理和报告。网络交易平台经营者可据此建立信用正向激励机制。

再次，统一退出机制。此次《管理规范》，在退出环节细化落实法定信息公示要求，强调对消费者合法权益的保护。《电子商务法》并没有明确规定电子商务平台经营者的退出机制，但从相关规定看，电子商务经营者在退出经营前，应当在其网站或应用程序的首页显著位置，发布退出经营的公示信息。这一信息至少应当包括退出经营的原因、退出经营的日期、后续处理方式(如退款、售后服务等)以及联系方式等。履行退出经营的公示义务，有助于维护消费者的合法权益。

第四，统一数据报送标准。此次《管理规范》还明确网络交易平台经营者对自然人网店的信息记录保存要求，以及向市场监管部门报送数据的要求，有利于提升监管效能并保障消费者权益。

建议将《管理规范》提升为强制性国家标准

此次颁布的《管理规范》(MR/T 0001-2025)，是一种行业标准，其是指在没有国家标准而又需要在全国某个行业范围内统一的技术要求所制定的标准。行业标准根据性质可分为强制性与推荐性两类，其中《管理规范》属于后

者，为自愿遵循的推荐性行业标准。标准中的强制性主要来源于强制性标准法律引用标准、强制性标准引用标准和强制认证。

强制标准的强制性主要是根据《标准化实施条例》中第十八条所规定的8项要求，主要是涉及保障人体健康、人身财产安全的标准和法律，行政法规规定强制执行的标准属于强制性标准。法律引用标准是指在现行法律中援引该标准而具有强制性。如《消防法》第24条规定消防产品必须符合国家标准；没有国家标准的，必须符合行业标准。消防产品的行业标准因《消防法》规定具有了强制性。现行法律引用非强制标准，进而使得非强制标准具有了强制性，这种让非强制性标准获取强制性的方式是为了防止重复制定标准。而《管理规范》作为非强制性标准，既未列入《标准化实施条例》第十八条的范畴，亦未在《电子商务法》中被引用，故《管理规范》不对自然人网店施加强制性义务。

然而，在线下交易中，以盈利为目的的自然人经营活动，须依法完成市场主体登记；未经登记，不得以市场主体身份从事经营活动，除非法律、行政法规另有规定。根据《市场主体登记管理条例》的规定，市场主体包括公司、非公司企业法人及其分支机构、个人独资企业、合伙企业及其分支机构、农民专业合作社(联合社)及其分支机构、个体工商户、外国公司分支机构等。《电子商务法》并未强制要求自然人网店经营者注册为个体工商户，这在一定程度上导致了线上与线下商事主体资格的不一致，尤其是自然人网店主体信息的缺失进一步影响了平台管理和法律责任的落实。

2015年，国务院就下发《深化标准化工作改革方案》，明确国家将整合简化强制性标准，逐步将现行的强制性国家标准、行业标准和地方标准统一为强制性国家标准。在标准范围上，强制性国家标准将严格限制在保障人身健康和生命安全、国家安全、生态环境安全以及满足社会经济管理基本需求等领域。

目前，国家平等对待线上线下商务活动，促进线上线下融合发展，对于平台的管理属于“满足社会经济管理基本要求”的范畴，可以作强制性规定。《管理规范》作为强制性行业标准后，将解决不同平台管理规定不统一的问题，简化自然人网店入驻时的材料提交要求，降低市场准入门槛，并为自然人网店提供权利救济、维权援助、信用正向激励等制度化支持，也将有助于自然人网店的健康规范发展。作为强制性标准，《管理规范》还将进一步明确平台责任边界，促使网络平台经营者依法履行对自然人网店的主体管理职责，引导其提升管理水平，合规经营，从而更好地维护网络交易秩序，保护消费者权益。

(作者系西北政法大学经济法学院院长、教授、博导，陕西省法学会市场监管法治研究会会长)