

《电子商务法》今年有望出台 电商不正当竞争有治了

对于屡屡成为消费者投诉热点的电商行业而言，一部具有针对性的法律法规一直是消费者和行业翘首以盼的。

近日，全国人大常委会第三次审议了我国首部《电子商务法》草案，将销售商品的网络主播、微商纳入经营者范围，禁止电商经营者滥用市场支配地位，进一步明确电商平台责任，并对个人不办理登记情形作出规定。不少专家表示，《电子商务法》草案在一审和二审稿中对于当前电子商务中出现的某些问题没有明确予以规制，三审稿则进一步对目前电商行业的新趋势和新现象进行了吸纳和明确，同时也为电子商务持续健康发展预留了空间。有消息显示，经过多次审稿后，今年年内《电子商务法》有望出台。

首次明确电商经营者范围

根据电子商务研究中心近期发布的《2017年度中国网络零售市场数据监测报告》，去年国内网络零售市场交易规模达71751亿元，同比增长39.17%；今年，我国网络购物用户规模将突破6亿人。这部关系到6亿人、7万亿市场规模的法律，《电子商务法》在出台前引发了电商、法律业界和社会舆论的极大关注。

据了解，本次审议稿规定，电子商务平台经营者知道或者应当知道平台内经营者销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求，或者对关系消费者生命健康的商品或服务未尽到平台内经

营者资质资格审核义务、对消费者未尽到安全保障义务的，与平台内经营者承担连带责任。

电子商务研究中心法律权益部助理分析师贾路路在接受记者采访时就表示，本次送审稿细化了电商平台与平台内经营者承担连带责任的情形，加重了电商平

其是微商模式放入监管范围，这是一个非常值得关注的一点，因为微商现在已经成为生活中的一部分。“商事主体从事商事经营行为受到法律法规的监管，是商事法治的应有之义，将微商纳入监管是符合法理的。不能因为将商事经营行为从现实社会转移到微信、微博或者直

内经营者在平台内的交易、交易价格以及其他经营者的交易等进行不合理限制、附加不合理条件或者收取不合理费用。

贾路路认为，近年来，电子商务行业的不正当竞争和市场垄断案件层出不穷，包括3月中旬至4月初上海的“网约车补贴大战”、4月9日和10日无锡“三大外卖平台的补贴大战”、还有2017年8月“天天快递起诉京东滥用市场支配地位案”等。这些行为侵害了消费者的自主选择权、市场经营主体的营业自主权，同时也扰乱了正常的市场经济秩序。《电子商务法》对这些行为进行了规制，回应了电商行业的现实需求。

除了对平台的不正当竞争行为有所约束外，《电子商务法》也对近来被热议的平台利用“大数据杀熟”这个现象作出了规范。审议稿规定，电子商务经营者根据消费者的兴趣爱好、消费习惯等特征推销商品或者服务时，应当同时提供不针对消费者个人特征的选项，尊重和平等保护消费者合法权益。“本条基于对消费者个人特征及其衍生出的权益的保护，弱化或者限制大数据在商业推广中应用的行为矫枉过正。”贾路路认为，大数据技术本身是中性的，可以用于提升消费者的购物体验，也可以被拿来“杀熟”，而在尊重当事各方的自由意愿、平衡当事各方的利益的基础上，使用大数据技术进行精准的商业推广无可厚非。

(据《南方日报》)



台事先、事中的审查义务，具有一定的创新性。因此，电商平台今后要特别注意以下工作：第一，加强对关系消费者生命健康的商品或服务的平台内经营者资质资格的事先审查；第二，利用抽检、大数据比对等手段，强化对平台内经营者销售的商品或者提供的服务的事中审查，确保消费者的人身和财产安全。

值得留意的是，本次审议稿规定，电子商务经营者是指通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的自然人、法人和非法人组织，包括电子商务平台经营者、平台内经营者以及通过自建网站、其他网络服务销售商品或者提供服务的电子商务经营者。

对于电子商务经营者的范围的明确，无疑是《电子商务法》的重要意义所在，同时也将当下冒出的诸如网络主播与微商等的新电商主体纳入了管理范围。上海亿达律师事务所律师董毅智就认为，将社交电商尤

播平台中，就免除了监管，这显然说不过去。”贾路路认为，《电子商务法》对目前商事主体的明确，对行业未来的发展都起到了重要的作用。

治理不正当竞争将有法可依

在中国电商行业多年的发展中，各种行业纷争也是屡见不鲜，“二选一”“不正当竞争”等现象在各个电商平台上都时有发生。而在《电子商务法》中，则对电商平台不正当竞争这个老大难问题作出了明确的规定。

据了解，本次审议稿规定，电子商务经营者因其技术优势、用户数量、对相关行业的控制能力以及其他经营者对该电子商务经营者在交易上的依赖程度等因素而具有市场支配地位的，不得滥用市场支配地位和排除、限制竞争。电子商务平台经营者不得利用服务协议、交易规则以及技术手段对平台