

移动互联网平台的“守门人”职责

——从手机应用商店资质审查义务标准切入

截至 2020 年 12 月，我国手机网民规模 9.86 亿，^①2020 年 1-9 月，仅华为应用市场的用户下载、更新数量即达 2940 亿。^②手机应用程序（APP）以其实用、便捷的优点高度渗入到生产生活各个角落，逐步改变人们生活习惯，欺诈裹挟着 APP 的外衣随之而来、无孔不入，场景转换、技术壁垒使得诈欺、侵权行为更容易隐藏。普通消费者作为个体话语权有限，只能寄希望于交易对象的自觉与行政机关的审查，而现行的事中事后审查治标不治本，工信部等多次开展 APP 整治行动却收效甚微，事前审查才是有效治理 APP 市场的根本之举。平台经济的快速发展带来了巨大社会变革，以传统行政监管手段处理并发问题不仅技术上不适宜，更与“还权于社会”之理念相悖，手机应用商店作为 APP 市场“守门人”则被赋予不可推卸的使命。

一、手机应用商店审查义务履行困境

（一）一则司法案例引发的思考

本文采用案例系用户因下载假冒 APP 造成财产损失，后起诉手机应用商店承担相应赔偿责任，经调查与检索，该案在该类型案件中系

^① 中国互联网络信息中心第 47 次《中国互联网络发展状况统计报告》，访问地址 <http://www.gov.cn/xinwen/2021-02/03/5584518/files/bd16adb558714132a829f43915bclc9e.pdf>。最后访问日期：2021 年 6 月 14 日。

^② 艾瑞咨询：《中国移动应用趋势洞察白皮书——总览篇》2020 年，访问地址 <https://www.iresearch.com.cn/Detail/report?id=3710&isfree=0>，最后访问日期：2021 年 6 月 14 日。

全国首例^①。

1.案件事实

肖某是 H 品牌手机用户，在手机自带应用商店中搜索“期货”并下载某下载量达 280 万次的期货交易 APP，肖某在该 APP 上进行期货交易，一周内损失 10 万余元。案发后，肖某与 H 手机公司、APP 提供者 G 期货交易公司交涉并提起诉讼，要求赔偿损失。G 公司随即向 H 公司发送《侵权投诉通知书》，称该 APP 并非 G 公司提供，系他人利用 G 公司网上公布的营业证照冒名开发。H 公司即对该 APP 作下架处理。

2.争议焦点

肖某称下载该 APP 前其已根据手机应用商店公示信息检索提供者系 G 市登记且获取营业资质的 G 公司，基于对 H 手机应用商店的信任下载并使用该 APP，H 公司未尽充分审查义务，应承担赔偿责任。H 公司称其已作审查，提供者提交的证照均与 G 公司官网与国家专利网站上公示的信息一致，H 手机应用商店已尽足够审查义务，事发后及时下架该 APP，无需承责。

双方对手机应用商店应承担资质审查义务并无争议，但就事前还是事后审查、审查标准是限于形式还是应深入实质各执一词。

（二）手机应用商店审查义务标准确定的法律意义

手机用户从手机应用商店下载假冒 APP 致权益受损，手机应用商店是否承责，应系统梳理其责任体系。

1.侵权法视角：手机应用商店责任认定标准冲突

^① 案号：(2020) 粤 01 民终 18660 号，案件尚未生效。

《民法典》第 1197 条采过错责任归责方式确定网络服务提供者责任，平台“知道或者应当知道”侵权行为存在但未采取必要措施的，应承担连带责任，而“应当知道”以行为人负有某种注意义务为前提。该条款与第 1195 条确立的“避风港原则”分别系网络平台在侵权结果发生前后两个阶段的侵权责任认定标准。^①然避风港原则是立法者推定网络平台缺乏对互联网信息的控制管理能力、衡平效率和安全后对平台侵权责任的限制，即不苛求平台对全部上网内容进行事前的合法性审查，^②两种立场的冲突导致实务中网络平台审查义务标准认定不一。^③

2. 合同法视角：手机应用商店合同义务标准不明

手机用户在应用商店中下载 APP 时亦与手机应用商店成立网络服务合同。梳理各手机应用商店的用户服务协议，发现诸如“对于因使用或无法使用小米应用商店服务而衍生任何直接、间接、意外、特别或重大损坏、利益丧失或业务中断，小米公司概不负责”“OPPO 不为本网站所载内容的正确性、完全性、可靠性提供保证”类的条款如影随形。手机应用商店普遍选择在用户服务协议中通过格式条款免除其实质审查义务及责任，此条款因不合理地免除其责任而无效，根据合同法之规定，在双方均未对服务质量有其他明确约定时，可按照强制性、推荐性国家标准或行业标准确定合同义务。尽管有网信办、工信部发布的相关规章鼓励手机应用商店应对 APP 提供者进行真实性、安全性、

^① 《民法典》理解与适用着重提出，1195 条规定的“通知-删除”规则与本条在适用上既非递进也非包含关系，而是并列关系。

^② 参见徐可：《互联网平台的责任结构与规制路径——以审查义务和经营者责任为基础》，载《北方法学》2019 年第 3 期。

^③ 相关案例梳理参见尹志强、马俊骥：《网络平台经营者“应当知道”要件之重新检视》，载《华东政法大学学报》2020 年第 6 期。

合法性审核，但显然的是，手机应用分发服务领域并无国家标准或行业标准。

3.殊途同归：手机应用商店审查义务来源不明

无论从侵权关系出发分析其责任认定标准，还是从合同关系出发梳理其合同履行义务，都只在结果层面倒推手机应用商店审查义务的存在，而责任体系的建立有赖于审查义务来源的确定。《电子商务法》第 27 条与《消费者权益保护法》第 44 条规定，电子商务平台、网络交易平台应核验经营者提交的身份、地址、联系方式、行政许可等真实信息。即一般规定与特别规定确定了网络交易平台的一般性信息提供义务系法定义务，且普遍为市场接纳。^①手机应用商店虽与电子商务平台发展模式相似，但下载 APP 不能严格等同于交易行为，手机应用商店上架的 APP 并非经营主体而是产品，电子商务平台通过设置经营主体准入门槛进而一定程度保障商品质量以实现对市场的管理，手机应用商店则是对产品进行测试后进而审核其主体信息是否真实合法，二者审查顺序、难度均不相同，可否将手机应用商店定义为电子商务平台仍未可知，在现有法律中并不能找到其审查义务来源，将电子商务平台的法定审查义务套用于手机应用商店亦不合理。

审判实践中亟需解决的问题是设立一个相对具体的、合理的审查标准，明确手机应用商店资质审查义务范围及不履行的后果。

（三）手机应用商店审查义务标准确定的社会意义

^① 参见王乐兵：《网络交易平台提供者对消费者的损害赔偿责任及其体系化证成》，载《法学杂志》2020 年第 10 期。

手机应用商店对 APP 提供者资质进行审查并不仅来自法律要求，随着互联网纵横贯穿人民生活，手机应用商店的审查义务标准的确定更是一种符号，体现了社会治理中的主流价值取向。

1.加强 APP 审查之现实需求

新业态不断深入发展，大量市场主体以 APP 形式开展经营，已覆盖衣食住行各个方面，对可靠 APP 市场的需求不再局限于个体或某个行业。手机应用商店从稳定用户群及拓展市场的立场出发，均已建立一定的审查机制，规定应用名称、基本功能到资质要求等，且会进行应用测试，存在权限越界、携带病毒等问题的 APP 无法通过测试。^①手机应用商店也要求 APP 提供者提供真实、合法、准确、完整的资料。^②然自发的市场行为终以效益为目标，在面向开发者的协议中，手机应用商店要求开发者提供真实、合法 APP 的同时又明确审核期限为 1-2 个工作日，在如此有限的时间内完成实质审查的可能性微乎其微。因此，利用假冒 APP 损害用户权益的案例屡见不鲜，^③多地存在开发虚假 APP 团伙情形。2016 年即出现过用户使用虚假 APP 查询个人征信报告造成身份信息被盗取和经济损失。^④在裁判文书网检索关键词“虚假 APP”“假冒 APP”，有相关刑事案例逾 60 起，近年来有逐渐高发趋势。

^① VIVO 开放平台公示的应用管理规范，[vivo 开放平台](#)，最后访问日期：2021 年 6 月 29 日。

^② 小米开发者站应用发布协议，[小米开发者站应用发布协议 \(mi.com\)](#)，最后访问日期：2021 年 6 月 29 日。

^③ 详见[上海警方捣毁一专门制售诈骗 APP 犯罪团伙：抓获人数最多、架构最全-中新网 \(chinanews.com\)](#)，最后访问日期：2021 年 6 月 21 日。

^④ 相关案例详见王立、钟成春、张婷婷：《虚假手机 APP 查询信用报告涉嫌盗取个人信息》，载《黑龙江金融》2016 年第 4 期，第 17 页。

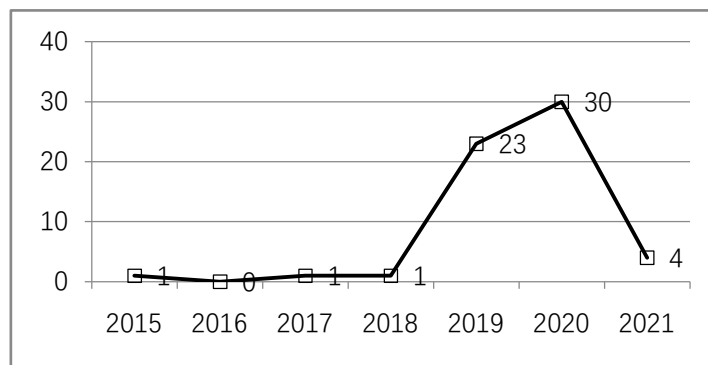


图 1: 虚假 APP 刑事案件数量统计

2. 行政机关主导的监管制度缺陷

涉及公共利益，行政机关当仁不让担监管职责，手机应用商店积极配合行政机关开展整治行动，但获取信息的滞后性、资源的有限性、技术手段的落后性与较长的行政审查周期成为实现有效治理的掣肘。参考 APP 过度收集个人信息问题。2018 年，中消协对 APP 市场进行调查，100 款 APP 中超 90 款存在过度收集用户个人信息问题。^①2019 年，中央网信办等联合工作组完成千余款 APP 评估，通报 256 款有问题的 APP，建议下架未整改的 APP11 款。^②2020 年，工信部两次通报存在侵害用户权益行为的 APP 企业名单并对 38 款未及时整改的 APP 作下架处理。今年 5 月，网信办检测出 105 款 APP 存在过度收集个人信息等问题并责令整改。“前车之鉴”并不能倒逼 APP 市场自查自律，行政机关只得在海量 APP 审查中“一个一个去整改”。整改实效亦不能得到保证，今年 7 月，工信部通报 APP 开屏弹窗信息骚扰用户问题整治情况，重点整改阿里、爱奇艺、百度、新浪微博等 68 家互联网企业，然整改行动过去不足十日，各大 APP 开屏广告问题“卷土再来”。

^① 赵鹏：《超九成 APP 涉嫌过度收集个人信息》，北京日报，2018-11-29。

^② 《APP 违法违规收集适用个人信息专项治理报告（2019）》，2020 年 5 月。

3.司法引导下的互联网社会价值取向变更

全球经济正在加速数字化，数字技术已经不再单纯属于某一行业，而成为了所有现代创新型经济体系的基础条件。^①各类平台成长初期，主流声音均是鼓励在发展中自行寻找恰当秩序，随着新型经济不断成熟，高质量发展成为当前主题。近年来工信部多次牵头专项行动，督促应用商店落实 APP 运营者真实身份信息验证、安全检测、违法违规 APP 下架等责任；发布《关于开展纵深推进 APP 侵害用户权益专项整治行动的通知》，针对应用分发平台，重点整治 APP 上架审核不严格和 APP 提供者、运营者、开发者身份信息不真实、联系方式虚假失效等问题。而将这种意识落实为各市场主体的行为自觉，司法督促的作用愈显重要，网络交易平台最初对审查经营者资质问题也分歧较大，但随着法律出台、4000 余件裁判文书生效，《消费者权益保护法》第 44 条确定的标准已然达成行业共识。^②针对手机应用商店资质审查义务标准问题，同样需要司法作出明确的价值引导，重塑社会观念。

二、手机应用商店资质审查义务标准确立之底层逻辑

确定手机应用商店资质审查义务标准最终目的在于保障 APP 市场健康有序发展，综合考量各方诉求、技术可行性、成本可控性等因素，寻找“法治与自治”边界最优解。

（一）手机应用商店“守门人”地位

^① 参见吴沈括、胡然：《数字平台监管的欧盟新方案与中国镜鉴——围绕〈数字服务法案〉〈数字市场法案〉提案的分析》，载《电子政务》2021 年第 2 期。

^② 类似问题在《电子商务法》的修订中亦有体现，详见马更新：《平台经营者“相应的责任”认定标准及具体化》，载《东方法学》2021 年第 2 期。

“守门人”本是传播学用词，后用于平台监管领域，指掌握着某个关键门户、控制某个关键渠道的人、组织、制度甚至技术，通过对“守门人”进行监管可以更有效地对传播内容的控制。手机应用商店作为中间平台提供 APP 的接入，或向 APP 运营提供技术资源，提供市场和用户触达的中介服务，控制 APP 上架关键节点，具有较明显“守门人”特征。

1.为 APP 进入市场提供技术资源

手机应用商店对 APP 的控制首先体现在技术层面。以安卓操作系统为例，每个 APP 都可理解为安卓操作系统的不同用户，默认情况下，安卓系统会为每个 APP 分配一个唯一的 Linux 用户 ID，同时 APP 运行在独立的安全沙盒内，安卓系统对其中所有文件设置权限，只有对应用户 ID 的 APP 才可访问。简言之，APP 只有使用操作系统提供的各种资源才能正常运作。^①即 APP 上架前、运营中、更新时，手机应用商店都基于其提供的技术资源处于关键地位。

2.为 APP 与用户交互提供场所资源

基于设计理念和考虑，官方均推荐用户从应用商店下载 APP，不通过手机应用商店，APP 很难触达大量用户并被下载，手机应用商店所提供的应用分发服务构成 APP 运营环境的关键节点。手机应用商店以“免费服务”的形式打开市场，用户的滚雪球式增加直接摊薄了初始投入成本，推动潜在市场的进一步扩大，市场影响力的提升促使手机应用商店在提供服务过程中拥有更大的话语权，由于规模效应与网络效应，平台聚集的数据日益增多，大型平台不仅会垄断现有的生产

^① 参见张新宝：《互联网生态“守门人”个人信息保护特别义务设置研究》，载《比较法研究》2021年第3期。

与再生产过程，还会“控制未来的生产与再生产过程和创新方向”。^①

3.具有对 APP 市场的实际控制能力

网络空间是特定的技术架构的产物，物理世界的法律规制只有被转换为代码才能被计算机所识别。技术角度而言，手机应用商店可以通过加强代码的修改达到身份验证的目的，通过修改网络空间中的代码，参加网络活动的主体身份均可得到精确有效的验证。初始技术通过 IP 协议与“cookies”可以追踪网络信息发出主体的数据从而达到身份验证，“标识元系统”则是近年来出现的新型验证技术，它创造了一种放满证件的虚拟钱包，并且赋予主体更大的权限，用以精确控制主体向谁提供信息以及提供多少信息，通过该技术提供某种身份证明可被当作访问特定网络资源的必要条件。^②

手机应用商店的“守门人”身份决定其必然成为 APP 市场监管的主要途径，只要设置足够清晰的标准，手机应用商店即可依据技术条件和优势地位设立筛选机制，审查成本远低于事后逐个评估排查。行政机关与司法机关将之作为管理和责任负担的重点亦源于此。

（二）APP 市场经营中各方主体的诉求

1.平台用户——安全可信开放的服务环境

平台用户包括手机用户与 APP 提供者两方。手机应用商店提供 APP 搜索、下载等网络服务，与平台用户构成合同关系，双方原则上是平等主体，可自由约定权利义务，而实际上用户要使用手机应用商

^① 谢富胜、吴越、王生升：《平台经济全球化的政治经济学分析》，载《中国社会科学》2019年第12期，第62页。

^② 参见（美）劳伦斯·莱斯格：《代码 2.0：网络空间中的法律》，李旭、沈伟伟译，清华大学出版社，2018年第2版。

店就必须同意平台提供的格式条款，不具有实际上的议价权。平台用户最基础的诉求即安全可信开放的服务环境，即手机应用商店最好兼具规模性、安全性、可靠性，国内销量较大的手机厂商均有相应绑定的应用商店，手机用户基于对该手机品牌的信任 and 好感度而选择其应用商店，APP 提供者也基于稳定的用户市场、安全的交易环境选择手机应用商店，在这种选择下，用户会下意识要求手机应用商店保证其提供的 APP 真实且合法。

2.手机应用商店经营企业——成本最小化和利益最大化

平台中两边市场主体均对双方提供的产品和服务存在需求，一边用户数量会对另一边市场用户的收益产生影响，平台对不同参与主体制定不同的价格机制，推出低价或免费基础服务吸引一边用户群体进入市场，用户群体的数量规模影响辐射到另一边市场，从而提高另一边市场的用户需求，平台经营其增值业务以实现更多收益，因此平台并不是中立的第三方。作为利益享有者，其面向社会提供产品或服务，从事以获利为目的的营利性活动，从危险源中获取经济利益者也经常会被视为是具有制止危险义务的人。^①手机应用商店本质上即互联网平台，其通过所谓免费基础服务扩大市场并获利，则不能借口未获得实际对价而拒绝对其市场内秩序进行管控。因此手机应用商店的经营企业为保持其市场规模，积极且乐于承担一部分审查义务，但资本的逐利性使得企业天然追求利益最大化，通过现有的安全性审查与主体资质形式审查，已经足以让手机应用商店排除大部分的危险，从而稳定

^① 参见克雷斯蒂安·冯·巴尔：《欧洲比较侵权行为法》（下册），焦美华译，法律出版社 2001 年版。

其潜在市场，再进一步的审查将耗费更多的成本以换取相对不显著的利益，与企业经营的本意相违背。

3. 行政部门——规范有序的行业环境

网信办、工信部制定规章，倡导手机应用商店进行真实性、合法性审查，市场监督管理总局、国务院办公厅等对 APP 市场展开治理的同时，也督促和指导手机应用商店加强资格审查。上述倡导虽不具有强制性，也足以说明行政部门对手机应用商店“守门人”地位的认知，相比“一个一个去评估”和“一个一个去整改”，通过监管控制 APP 市场的关键环节，让市场自己发力规范整个行业环境的方式更加经济合理。但手机应用商店是市场主体而非行政机关，将过于严苛的审查义务强加于市场主体亦不符合市场规律，因此行政机构更多采取督促与倡导的方式，而非强制。

多方主体存在不同利益，取各方利益的公约数即营造具有规模性与安全性的 APP 市场，则能达成多方共赢的结果。以资质审查为例，完善的资质审查机制可为大众提供安全的服务环境，行政机关可在减少审查成本的同时加强对公众利益的保护，至于手机应用商店，弱势审查机制导致的欺诈会增加商业机构成本，若好的验证技术能够削减这种成本，利润就会增多。

（三）手机应用商店资质审查义务的司法考量

1. 放权与监管相结合

通过在平台中建构进入/排斥的区分、对 APP 入驻设置某种前置条件，手机应用商店代行政机关对该 APP 拥有了一种审核与管理的权力，

在数字经济时代，由平台去完成某些不再适合由政府完成的任务，实际上正是政府还权于社会的过程。^①手机应用商店对平台实施必要限度的自治管理，既可通过自我管理激发市场活力、推动创新，也可有效规范和维护市场秩序、保障用户权益。手机应用商店掌握 APP 进入市场前审核的关键节点，天然拥有对传播内容进行筛选的条件，实际上行使行政机关下放的职权，当放权尺度逐渐不适应社会生活发展需求，公权力机关则需收回部分职权，即赋予手机应用商店一定的实质审查义务，否则需承担相应行政处罚或民事责任。

2.以市场技术弥补行政机关管制能力空白

为弥补数字经济时代政府规制能力缺陷，手机应用商店承担维护网络市场秩序的公共职能。行政机关在部门体制驱动下对互联网进行管制，大部分陷入根据职权范围就事论事、信息滞后的窘境，同时在规范的功能和价值方面更多考虑的是安全、秩序与管理等需要，未能对应用、创新与发展机遇作充分考虑。^②平台配合监管机构进行市场监管更有效率、更具可操作性，且平台诞生于互联网时代，对于互联网发展需求、监管边界了解更充分，最重要的是，平台可在提供信息、媒介的同时获得收益，依据“谁受益谁负责”的原则确立“以网管网”的监管策略，要求平台从市场收益中抽取部分用于发展技术弥补行政监管的不足合乎情理。

3.经济理性与社会责任相平衡

^① 刘权：《网络平台的公共性及其实现——以电商平台的法律规制为视角》，载《法学研究》2020年第2期。

^② 周汉华：《论互联网法》，载《中国法学》2015年第3期，第32页。

尽管因掌握关键资源而履行一定的审查义务，但手机应用商店经营企业本质上是市场主体，针对难以计数的互联网主体进行身份验证是一项浩瀚的社会工程，并非手机应用商店可独立完成，也不符合经济理性。我们可以要求平台经营企业发挥技术开发与服务创新的先锋力量，不断提升技术水平，为行业发展提供更规范的秩序，但不能将其类比为负有安全保障义务的传统线下场所经营者，无限扩大其责任风险。平台责任设置必须既符合平台的技术逻辑，也符合法律主客观相一致的法律原理。^①

三、手机应用商店资质审查义务标准厘定

司法需回应社会需求，同样注重社会效果，在当前网络治理的政策大框架下采用宽严相济、重点审查的资质审查标准，既是实现效益与效力平衡之门，亦是实现各方主体利益平衡之道。

（一）手机应用商店资质审查标准

实践中各手机应用商店也有一套涵盖 APP 的名称、功能到上架前测试的审查流程，主要集中于安全性审查，可见手机应用商店关于 APP 的安全审查已达成共识，本文需探讨的是手机应用商店的 APP 主体资质审查义务，即对 APP 提供者的身份真实性与合法性进行审查。根据中国互联网络信息中心 2 月发布的《第 47 次中国互联网络发展情况统计报告》，截至 2020 年 12 月，国内市场上监测到的 APP 数量为 345 万款。如前所述，电子商务平台仅需对关系消费者生命健康的商品或者服务经营者资质进行严格审查，若要求手机应用商店承担平台内几

^① 参见张凌寒：《网络平台监管的算法问责制构建》，载《东方法学》2021 年第 3 期。

百万个 APP 的提供者真实性与合法性审查义务，不仅破坏了经济理性与社会责任的平衡，其产生的负面社会效果更有可能削弱法律的执行力与公信力。

真实性审查的主要目的在于实现消费者权益，为网络交易或服务中受到损害的当事人提供有效求偿渠道。而合法性的判断则属于更高层次的审查，市场主体在短时间内难以准确作出。况且互联网社会并非是在传统社会之外的某种虚拟性质的社会，手机应用商店虽借助互联网技术使得某种超越地域与时间的沟通得以形成，但原有的社会关系并不因此改变，传统社会存在的问题也并不会因此消失。^①因此真实性与合法性审查是不同的概念，APP 主体资质合法性审查是手机应用商店的最高审查标准，APP 主体真实性审查即参考消法要求主体提交真实名称、地址和有效联系方式是可行又合理的标准。

应贯彻国家对新业态包容审慎监管的政策，有重点、有针对地确立分级审查制度。首先需肯定现行形式审查标准存在一定合理之处，此为手机应用商店进行资质审查之基调；其次需对直接涉及公共安全和人民群众生命健康的行业加强监管，在上述基础上进一步展开主体真实性审查，此处不涉及实质的合法性审查系因手机应用商店市场主体的地位并无合法性认定之职权；最后，手机应用商店应对自主提供的 APP 主体真实性与合法性背书，参照传统行政审查设定最高审查标准。若手机应用商店未完成该等级相对应的审查步骤，手机用户受到损害的，则依法可直接要求手机应用商店承担赔偿责任；若手机应用

^① 参见周学峰、李平：《网络平台治理与法律责任》，中国法制出版社 2018 年第 1 版。

商店已完成相应资质审查，则仅需依据《民法典》之规定采取必要措施防止损害进一步扩大，无需对用户已产生的损失承担相应责任。

（二）手机应用商店分级审查的规则设计

手机应用商店回应社会治理，对直接涉及公共安全和人民群众生命健康等特殊行业、重点领域，落实全覆盖重点监管，加强监管数据共享。CNNIC 将 APP 的种类归纳为基础应用类、商务交易类、网络娱乐类、公共服务类四大类十六小类应用。根据市场监管重点、涉公众利益程度等进行分级，由低到高审查标准如下：

1.一级标准：形式+安全性审查

主要针对网络购物、网上外卖、网络游戏、网络直播、即时通讯、搜索引擎、网络办公等等 APP。此类 APP 占比较大，都是为了满足消费者日常生活需求，并无特别的主体要求，甚至可以由个人开发。基于资源合理配置与市场自由原则，手机应用商店仅需对该类 APP 进行形式审查，即对于 APP 提供者的身份、经营资质等进行书面审查。APP 提供者为个人的，手机应用商店可要求其提供身份资料与有效联系方式并登记备案；APP 提供者为企业、经营内容无需相应资质的，手机应用商店需通过后台核对工商登记证书与法定代表人身份证是否合规；APP 提供者为企业、经营内容需经行政审批发放资质证书的，手机应用商店需通过后台核对工商登记证书、资质证书与法定代表人身份证。手机应用商店还可设置账号数据库，对于多次申请上架 APP 的主体信息交叉比对，若申请来自同一账户和同一 IP 地址即可避免重复审查。

另外，经营主体的网上身份验证已纳入政策规划，《国务院关于深

化“证照分离”改革进一步激发市场主体发展活力的通知》提出要推进电子证照归集运用，预计于 2022 年底前全面实现涉企证照电子化，并将建设全国统一、实时更新、权威可靠的企业电子证照库。手机应用商店应加强与企业电子证照库的联系，通过证照库比对申请人提交的资质证照是否真实。

2.二级标准：形式+安全性+真实性审查

涉及公共安全和人民群众生命健康的重点行业无论线下还是线上经营，均需通过审慎的资质审查，主要指国家专门发文重点监管的线上金融^①、在线医疗、在线教育^②等 APP。^③以及列入平台推荐下载栏目的 APP，相当于手机应用商店以担保人的方式认可该应用，如同明星代言广告时需对商品的真实性负责。

手机应用商店并非行政机关，没有相关职权对 APP 进行实质审查。需要明确设置手机应用商店资质审查义务的目的，即保障消费者受到损害时对责任人的追偿权，因此此处“真实”意为申请主体的可联络性。在完成形式审查后，手机应用商店需增设人脸/声纹识别程序对申请人进行审查并保留申请人的生物特征，申请人与法定代表人不一致的亦需提交身份资料即有效联系方式。如此一来，即使事后验证该 APP 系他人冒用身份开发，手机应用商店也可即使提交相应线索，帮助消费者找到责任人。

^① 3 月 15 日，中央财经委员会第九次会议明确“金融活动要全部纳入金融监管”。

^② 2019 年底，教育部发布《教育移动互联网应用程序备案管理办法》，要求制定对教育类 APP 定期检查和通报制度。

^③ 随着国务院“放管服”改革的深入推进，大量行政审批行为被删除，手机应用商店可根据保留的行政审批清单确认重点审查监管的行业范围。

3.三级标准：形式+安全性+真实性+合法性审查

此标准并非针对审查过程，而体现在一旦损害结果发生，手机应用商店则难辞其咎。几乎所有的手机应用商店都会在平台中提供其自主开发或关联公司开发的 APP，此类 APP 本质上即手机应用商店提供的商品服务，其真实性合法性均由平台背书，不存在平台不知情的可能。若此类 APP 存在真实性或合法性问题，或超出应以范围提供商品和服务，造成消费者损失的，手机应用商店应为其瑕疵商品承担赔偿责任。

结语

APP 真实性、合法性审查问题与 APP 过度索取用户个人信息问题本质相同，与每位手机用户的权益息息相关。手机应用商店资质审查义务标准的确定既是当前法律规范的紧迫需要，也是平衡用户、平台、行政机关多方利益的重要手段，更是互联网治理过程中的价值取向风向标。司法及时对网络治理新浪潮的回应，亦是为平台与用户确立行为准则、防患于未然之必须。

（作者单位：广东省广州市中级人民法院）