

电子商务中网购消费者知情权的保护

张灿灿

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年4月7日; 录用日期: 2024年4月22日; 发布日期: 2024年5月31日

摘要

随着网络平台技术的更新, 刷新了新网购时代的世界, 使得网络购物在我国迅速普及, 网络购物因其便捷性、性价比高等特点受到消费者的青睐。这种方便的渠道给消费者带来方便的同时, 也带来了原来消费者知情权的保护面临了新的问题。一方面, 网购不受时间、空间限制, 确实存在一定便捷性; 另一方面, 网络的虚拟性、技术性, 让网购消费者的权益更易受到侵害, 消费者弱势地位极为显著。本文首先阐述了网购消费者知情权基本理论的基础, 然后从网购经营者和消费者, 立法者和执法者角度分析了我国电子商务消费者知情权保护存在的问题, 并就这些问题对未来我国网购消费者知情权如何更好地完善提出一些建议。

关键词

网络购物, 消费者, 知情权

Protection of Online Shopping Consumers' Right to Know in E-Commerce

Cancan Zhang

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 7th, 2024; accepted: Apr. 22nd, 2024; published: May 31st, 2024

Abstract

With the update of network platform technology, the world of the new online shopping era has been refreshed, making online shopping rapidly popularized in China. Online shopping is favored by consumers because of its convenience and high cost performance. This convenient channel brings convenience to consumers, but also brings the protection of consumers' right to know faces new problems. On the one hand, online shopping is not limited by time and space, and there is

some convenience; on the other hand, the virtual and technology of the network make the rights and interests of online shopping consumers more vulnerable, and the weak position of consumers is extremely significant. This paper first expounds the basis of the basic theory of online consumers' right to know, and then from the online operators and consumers, legislators and law enforcers perspective analyzes the problems of electronic commerce consumers' right to know protection, and these problems for the future of China online shopping consumers' right to know how to better perfect put forward some Suggestions.

Keywords

Online Shopping, Consumer, Right to Know

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

伴随着互联网信息技术的飞速发展，网络购物以其便捷、省钱等诸多优势迅速席卷全球。线上的网络消费越来越受到人们的青睐，逐渐成为大众瞩目的焦点，甚至成为了人们生活中不可缺少的一部分。网络购物发生在一个具有开放性和虚拟性的环境当中，且存在信息不对称的特点，部分不良商家的不端行为侵害消费者知情权，使消费者被坑的案例也时常被爆出，严重侵害了消费者的合法权益。知情权是消费者的一项基本权利，网络消费者有权充分、准确获悉商品或服务的信息，网络消费者只有在完全地知悉自己意向购买的商品或服务的价格、质量、功能等内容之后，才能使自己在网络购物博弈过程中不处于劣势，得到与价款对等的商品或服务，而不会莫名被捆绑，被消费，使自己的合法权益受到侵害[1]。现今侵害网购消费者知情权的情况依然时有发生。所以，在不违背网络购物发展规律的基础上，从立法和司法等层面采取一些能够真正对网购消费者知情权予以保护的手段，才能防止交易风险，促进公平交易的形成，网购消费者才能正确地消费商品和服务，对于推动我国网购经济的健康发展具有重要意义。

2. 网购消费者知情权基本理论

2.1. 网购消费者知情权的概念

网购消费者也属于消费者，所以我们也应该保护网购消费者的知情权。消费者知情权是指消费者对其所购买、使用的商品或接受的服务，享有真实充分而全面知悉其各项信息的权利。网购中消费者的知情权是指经营者在互联网开办虚拟店铺，消费者借助该平台购买自己所需商品或服务时享有的权利。所有法律关系的内容都包含权利和义务。网购中消费者知情权也是如此。一方面，虚拟网络购物与传统购物方式相比，差异巨大。网络交易的虚拟性以及远程性都决定了网购消费者并不能在接触商品或服务的第一时间对其进行具体的真实感知，导致顾客自身所感受到的与实物存在一定的差距[2]。此外，由于远程性所导致出现的网络购物所特有的物流问题，退换货问题也层出不穷。另一方面，网络消费者知情权的行使方式受到了严重的约束。其中重要的是，很多网络卖家都是通过仅仅建立在网络平台上的简单描述与展示向顾客说明产品或服务的，顾客大多情况下都是只能从卖家自己描述的商品详情中了解购买信息，这使得商品或服务的真实情况无法传达到买家手中。随着社会发展网络信息量以及新兴事物的增加，越

来越多地考验着买家的知识水平与理解能力，这使得商品真实信息更加难以被掌握。

按照我国《中华人民共和国消费者权益保护法》(下称《消费者权益保护法》)第8条规定，消费者知情权即知悉真情权或获取信息权，即消费者在购买和使用商品和服务的过程中有权知悉商品与服务的相关信息，且这些信息必须是准确、充分、真实的。消费者在传统购物环境下主要通过如下途径行使自己的知情权：一是消费者对商品或服务的真实情况进行咨询、了解；二是经营者依法履行告知义务，或者就提供的商品或服务进行说明。

2.2. 网购中消费者知情权的特征

网购中消费者知情权和传统消费者知情权的主体意思一致，消费方式不同，所以网购中消费者知情权不仅含有传统消费者知情权的有关内容，还增加了因为消费方式不同导致的一些特征，主要有以下几点：

2.2.1. 知情权范围更加广泛

网络购物的交易环境和方式跟传统购物相比是完全不同的，网购消费者的知情权因为网络的虚拟性特征导致范围更加广泛，与传统消费者知情权相比，其内容更加丰富，主要体现在商品或服务的真实情况、交易的系统流程、支付方式的选择等方面。其承担责任的主体也更加多元，比如提供网购的平台也可能因侵害知情权而承担相应法律后果。这些都必须向消费者准确、全面、如实地传达，这样才能使之购买到真正需要的商品或服务。

2.2.2. 知情权行使方式发生变化

在网络交易当中，经营者提供的是一种远程销售，电子数据的存在使得信息在消费者与经营者之间不断传递，双方的一切交易行为，如付款、下单、交流、沟通都是在网络中完成的。所以，知情权的行使方式因为网络购物本身的虚拟性而体现出了一定的独特性，自然也引发了各种问题，比如：消费者应该采用何种方式对电子数据进行保存，以实现权利的主张，或是据此提起诉讼；如何保障电子数据传递信息的可靠性、安全性；如何对网络经营者的真实身份予以明确等。

2.2.3. 知情权更易受到限制

由于网络具有跨地域性的特征，网络购物中的消费者无法实地观察商品或体验服务，只能通过第三方网络平台或其他网络媒介来了解，其获得信息的渠道十分受限，处于比较被动的局面。而经营者在信息方面会占据优势地位，无论是虚假宣传行为、网购信用评价造假行为还是对信息进行隐瞒的行为，都会使得网络经营者与消费者之间出现信息不对称的情况，在非对称信息状态下的网购消费者处于弱势地位，知情权受到严重的限制。

3. 我国电子商务消费者知情权保护存在的问题

3.1. 网络商家虚假宣传和利用虚假信息行为

3.1.1. 网络商家虚假宣传行为

在网络购物的过程中不能准确地了解商品的信息，正是因为这种特殊性导致了经营者虚假宣传行为产生的必要条件，经营者这种虚假宣传行为是侵害消费者知情权的典型代表。网购的虚拟性使得消费者无法直接的接触到商品，了解商品信息的渠道仅来源于商家发布的信息，商家发布的信息除了形容商品或者服务，另一个作用就是引导消费者购买商品或者服务，即商家天然的逐利性质使得在形容商品或者服务时，会有夸大甚至是虚假的宣传，这些虚假的宣传往往会误导消费者做出错误的判断。由于电子

信息的特点,经营者对于产品信息的选择途径更全面,对信息的改动和借用变得更加容易,传递虚假信息的渠道也更加完善。即使消费者为全面了解产品信息,得到的也只是经营者想让消费者知道的信息,这种经营者本身的优势经常导致他们利用虚假信息包装产品,夸大产品功能,甚至对产品进行造假,仿冒优秀产品外观等等[3]。

3.1.2. 网络商家使用虚假信息

在网络购物中,提供商品、服务相关信息的主动权在经营者手中,消费者难以主动了解到这些信息。经营者具有逐利性,它不仅会对商品、服务进行虚假宣传,还会选择性发布信息,故意隐瞒一些会对交易带来不利的真实信息,如商品、服务的缺陷等。此时消费者在网页上所获取的商品信息往往是不完整、不全面的。除不发布真实信息外,经营者还会采用一种更隐秘的手段来“隐瞒”信息,即将不利于销售的真实信息以不明显的方式放在不起眼的角落中。比如一些经营者会在介绍商品、服务的图片角落里放置这些信息,或用极小的字写在末尾,消费者往往很难注意到这类信息。消费者只能通过网页所描述的商品信息进行判断,商家为了吸引消费者的兴趣,经常对商品的虚假描述或者使用虚假好评的手段,迷惑消费者,使消费者在不了解商品的真实情况的前提下进行消费,严重侵犯了消费者的知情权。

3.2. 网购消费者维权意识薄弱

当在网络购物中出现消费者知情权受到侵害的情况时,不少消费者并不会积极追究商家的责任,而是选择自己忍受的处理方式,还有消费者在网购时买到假货,最先责怪的是自己没有认真辨识,而没有想到是商家侵害了自己的知情权,最后往往会不了了之,这是由于对国家法律的认知不足,自身的防范意识和维权意识比较薄弱,在知情权受到侵害时,无法有效的保护自我和寻求帮助。这种法律意识薄弱也不仅只体现于消费者,一方面网络经营者为了追求利益的最大化不断地挤压经营成本来创造自己的利益空间。另一方面,面对利益的强大诱惑,网络经营者不惜违反法律参与经营活动,使得合法权益受到侵害和损坏了经济,往往会选择“自认倒霉”的心态或者认为金额小索赔不值得而选择放弃。广大消费者对于法律诉讼比较消极,每当知情权受到侵害的情况发生,会抱着“吃亏是福”的实现放弃维权[4]。而给消费者维权带来的另一个困难,就是取证难。网购中的证据以电子证据为主,其易被删除、篡改,消费者所搜集的很可能并不是原始证据。这会降低证据的证明力,而且大多数消费者的取证意识薄弱,很难主动想起要搜集证据[5],因此,对于消费者来说,取证困难也是一个主要问题。由此得出,保护消费者合法权益、保护消费者知情权不能只依靠法律一个方面,更需要消费者在网络购物的过程中有充分的防范意识和自我保护意识。消费者知情权受到侵害问题在我国存在了很长时间,加大法律意识投入是保护消费者知情权不受侵害的前提和必要条件。

3.3. 立法上欠缺对网络消费者知情权的专门保护

现今网络经营者的门槛比较低,按照有关的规定必须进行登记审核后才可以开张营业,但实践中存在大量未登记就开始运营的商家。如依照《电子商务法》第十条规定,电子商务经营者应当依法办理市场主体登记。但是个人销售自产农副产品、家庭手工业产品,个人利用自己的技能从事依法无须取得许可的便民劳务活动和零星小额交易活动,以及依照法律、行政法规不需要进行登记的除外[6]。由于在网络购物中经营者信息披露不足,消费者很难全面、真实地获得商品的信息,仅仅能够得到商品经营者想让你看到的信息。另外消费者知情权相关的配套制度缺乏,没有专门的立法规定,导致真正遇到问题时执行力和维护消费者权益的强制性不足。同时,对于非登记经营者是否能履行完全告知义务,规定得不够清晰也没有相应的制度约束。

3.4. 执法机关的职能分工不够明确

行政保护是消费者进行维权的一个重要的行政救济途径，但是在制定消费者知情权保护制度时，各行政部门的职能分工不够明确，一个部门制定规章可能会牵涉另一个部门的职能权限，就造成了保护制度进行的缓慢；受到侵害的消费者向行政部门进行申诉，由于受理申诉和处罚侵害行为的部门不是同一个，这样减轻了侵害处罚的力度，不利于对消费者知情权进行保障。比如，有些消费者越来越相信媒体的舆论监督力量，却不再相信执法部门的执法力度，主要是因为当自己的合法权益遭到损害后跟经营者调解无望，选择向消费者协会投诉，但是得到的结论却是工商部门有权利管辖，把自己的责任全部推给了工商局，而工商局对待投诉却是只执法但不进行协商赔偿，消费者的合法权益还是无法得到可靠的保障。这样久而久之，在其中获利的是侵害消费者权益的经营者，由于执法部门职能分工的不明确使得打击力度减弱，无法真正起到震慑违法行为的作用。

4. 我国网购消费者知情权保护的完善

4.1. 建立完善的网络经营者信息披露制度

消费者的知情权受到侵害，往往与经营者不履行或不真实履行其信息公开、披露义务有关。只有法律明确加以规定：网络经营者必须主动、真实公开相关信息，并结合严格的责任惩罚机制，才能督促经营者积极履行其义务，克服消费者由于信息不对称对其知情权造成的不利影响，创造透明的网络交易环境，提高网络交易效率，降低交易成本，维护交易秩序[7]。消费者在做出购买某种商品或服务的决定之前，必然要求对商品或服务的基本情况有相当程度的认识，因此，只有进一步扩充网络交易中消费者知情权的内容，对在线信息披露制度做出更加详尽、细致的规定，才能真正实现消费者对商品情况的“知悉”。

关于披露内容：在交易对象方面，有关下列信息网络交易的经营者应当按照法律明确进行披露：(1) 名称或身份；(2) 经营场所；(3) 法定代表人的姓名；(4) 经营者的许可证号、登记注册号及地址；(5) 联系通信方式，电子信箱或电话号码等。经营者协会、相关自治组织、纠纷解决机构等实体的成员所披露的信息内容还包括本组织的基本概况和能够对这些信息进行考证的便捷方式等。在交易标的方面，要求网络经营者进行主动地和全面地信息披露。若要切实保护网络消费者的知情权，则必须将我国《消权法》中有所涉及的包括价格等在内的经营者被动的信息披露义务转变为一种主动的义务，即经营者应当披露的交易标的的信息内容和程度由法律作出了强制性的规定，如经营者不充分披露或未予披露，即属侵权或违法。全面性是披露内容的另一个重要标准，体现在商品的名称、价格、生产日期、主要成分、使用注意事项、售后服务方式、退换货途径等等一系列消费者应当知晓的信息都是经营者应向消费者说明的。关于披露方式：首先，要使网络消费者容易获得。经营者不得运用信息技术或其他手段对所披露信息加以部分或全部隐藏或者人为地对消费者的正常访问造成消极影响。其次，要便于网络消费者保留。关于披露程度：首先，要真实准确。经营者对相关信息的说明必须做到实事求是。其次，要完整充分。经营者对商品信息进行说明时，必须将有关信息完整表示出来。最后，要便于理解。经营者披露信息过程中文字、措辞和表达方式的选择应当以具有普通智力的大多数人能够轻易理解为标准。

4.2. 促进消费者自我保护方法的完善

消费者要主动增强自己的维权意识，对消费者知情权的法律知识进行更多的了解，在网购中要不断提升法律保护意识，当知情权遭到经营者侵害时，要主动维护自己的权利，而不是忍气吞声。针对已经发生的纠纷，要完善网络多元化解纷机制，如完善网上投诉、调解等解纷方法，网络购物平台作为第三

方要认真协调解决纠纷，引导消费者及时、合理地维权。具体来说，有以下几点：(1) 提高风险意识：消费者应认识到购物、投资等方面都存在风险，应谨慎对待。同时，也要注意防范诈骗等行为。(2) 保持理性消费：消费者应避免盲目追求折扣、限时优惠等促销活动，要理性思考自己的需求，避免浪费和不必要的消费。(3) 了解相关法律法规：消费者应了解相关的消费者权益保护法规，以便在遇到问题时能够依法维权。(4) 保留凭证：消费者在购物、消费时应注意保留凭证，如发票、购物小票等，以便在维权时能够提供证据。(5) 注意维权时间：消费者在遇到问题时应及时维权，不要超过维权期限，以免失去维权的时机。

4.3. 加强网络购物消费者知情权保护的立法工作

首先，应加强对网络购物消费者知情权权益的明确保护。其次，应加强对网络购物平台的监管。因此，在立法上应加强对网络购物平台的监管，建立健全相应的监管机制，对违规行为进行严厉的处罚[8]。再次，应加强对网络购物消费者维权渠道的建设。当前已有一些途径可以维权，如消费者协会、投诉举报平台等，但是在一些情况下，消费者维权仍然面临一定的难度。因此，在立法上应加强对网络购物消费者维权渠道的建设，提供更加便捷和有效的维权途径，对网络购物消费者进行协助和保护。最后，应加强对电子商务运营者的责任追究。电子商务运营者作为网络购物活动的主要承办方，应对消费者权益承担相应的责任。然而，在实践中，一些电子商务运营者对于消费者的权益保护不够重视，甚至涉嫌违法行为。因此，在立法上应加强对电子商务运营者的责任追究，对违法行为进行惩罚，从而提高电子商务运营者对消费者权益的保护意识。

4.4. 明确各行政部门之间的职能分工

面对执法机关监管力度不够，行政部门之间权利的互相推诿，我国应该明确各行政部门之间的职能分工，提高办事效率，让消费者重拾对司法救济和行政保护的信心[9]。有很多消费者因为各种原因不愿意出面维权，因为在群体性事件的发生中，消费者往往处于不利地位，在举证方面也无法做到尽善尽美，消费者维权就成了泡影[10]。提起诉讼的主体除了消费者、与案件有利害关系的人，还应该包括与案件无关的各消费者保护协会、国家，我国的消费者协会就是保护消费者的合法权益以及对经营者的违法行为进行监督，但是法律应该赋予消费者协会多大的权利是立法机关需要再三思量的，新消法规定了当消费者的合法权益受到不法侵害后，消费者协会可以代表消费者提起公益诉讼，这是新修订的法律的一大亮点，但是，具体的实施方式还是需要消费者协会在实践中慢慢摸索、总结，真正运用好法律赋予我们的武器。

5. 结语

当今社会，随着互联网的飞速发展，网络购物的行业规模也不断扩大。互联网技术和网络购物模式蓬勃发展，不仅为消费者增加了选择的空间，而且提高了交易效率，降低了交易成本，给消费者带来了福音。但同时，网络环境的独有特点也导致消费者在网络交易中处于劣势的立场和被动的处境，在网络交易各个阶段都是风险的最大承担者。尽管我国相关法律法规都有针对该领域做出相关的规定，但是由于网络环境的特殊性，与传统领域的消费者权益保护相比，网购环境下对消费者知情权的保护将会显得更为困难和复杂。实践中尽管对其做出相应的调整与改善，但是关于针对此而设立的相关法律法规体系仍旧不太完善，而且无法跟上网络时代发展的步伐，消费者知情权的保护也难以真正落到实处。鉴于此，本文立足于这一社会现象，研究和探讨了网络购物消费者的知情权问题。因此，针对电子商务中消费者知情权的保护问题，现行的法律不能完全适应电子商务的快速发展，我国必须进一步完善电子商务

中消费者知情权的保护框架。重视立法, 根据我国国情针对电子商务特色, 强制性地规定电子商务经营者必须具体、详细地披露信息。相关部门把网络消费者知情权保护规制推向健全完善的大方向, 使得我国保护消费者权益的法律体系变得更加完善。

参考文献

- [1] 肖炫凤, 潘云华. 网络购物消费者知情权问题研究[J]. 法制博览, 2017(4): 48-49.
- [2] 郭梦晗. 网络购物消费者知情权研究[J]. 农家参谋, 2020(2): 239.
- [3] 黄斯斯. 网络购物中消费者知情权相关法律问题探析[J]. 产业创新研究, 2023(10): 73-75.
- [4] 钟将. 论网络购物中消费者知情权的保护[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 南昌大学, 2018.
- [5] 鲁雁南. 电子商务中网购消费者知情权的保护[J]. 延边教育学院学报, 2019, 33(6): 53-55.
- [6] 张艳敏. 论网购消费者知情权保护[D]: [硕士学位论文]. 大连: 大连海事大学, 2017.
- [7] 孙艳丽. 试析我国网络购物中消费者知情权[J]. 法制博览, 2019(17): 140-141.
- [8] 朱敬知. 浅谈网络购物中的消费者知情权保护[J]. 现代营销(下旬刊), 2019(2): 248.
- [9] 赵洁. 网络购物消费者知情权保护存在的问题及立法完善建议[J]. 法制博览, 2024(9): 121-123.
- [10] 黄斯斯. 网络购物中消费者知情权相关法律问题探析[J]. 产业创新研究, 2023(10): 73-75.