

电子商务中消费者权益保护的法律问题

杨 彤

扬州大学法学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2024年3月31日; 录用日期: 2024年4月22日; 发布日期: 2024年5月31日

摘 要

信息和通信技术的迅速发展催生了电子商务这一崭新的交易方式。电子商务对消费者的生活产生了深刻影响, 降低了交易成本并提高了交易效率。然而, 电子商务的便利性也引发了一系列法律问题, 导致消费者权益受到损害。消费者权益的法律保护关系到消费者的人身财产安全。在当前新时代, 建设健全消费者法律权益保护机制需要简化取证流程、提高处罚力度以及优化举证方式等多种策略。必须完善法律制度和执法机制, 以增强消费者权益的法律保护力量。本文从消费者权益的内涵入手, 总结了电子商务中侵害消费者权益的原因, 分析了现行消费者权益保护法律的不足之处, 并探讨了相应的解决对策, 为电子商务中消费者权益保护提供有益的参考。

关键词

电子商务, 消费者, 权益保护

Legal Issues of Consumer Rights Protection in Electronic Commerce

Tong Yang

Law School of Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

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

Abstract

The rapid development of information and communication technology has led to the emergence of e-commerce as a new method of transactions. E-commerce has significantly impacted consumers' lives by reducing transaction costs and enhancing transaction efficiency. However, the convenience of e-commerce has also raised various legal issues, potentially jeopardizing consumer rights. Safeguarding consumer rights is crucial for ensuring the safety of consumers, both personally and

in terms of their property. In the modern era, establishing and enhancing mechanisms for protecting consumer legal rights and interests necessitates multiple strategies such as streamlining evidence collection, imposing stricter penalties, and optimizing methods of proof. It is imperative to enhance the legal system and enforcement mechanisms to bolster the protection of consumer rights and interests. This article delves into the essence of consumer rights and interests, identifies the factors leading to infringements in e-commerce, evaluates the deficiencies in current consumer protection laws, and proposes solutions to address these issues, offering valuable insights for safeguarding consumer rights and interests in e-commerce. Relevant references are provided for further exploration.

Keywords

Electronic Commerce, Consumer, Protection of Rights

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

电子商务的快速发展推动了传统商务流程向数字化、电子化的转变，同时也由电子流取代了实物流。与传统商务相比，电子商务摆脱了时间和空间的约束，使交易可以在任何时间、任何地点进行；生产者与消费者可以直接进行交易，省去了中间环节，降低了交易成本；同时，中小企业也可以借助电子商务平台获得与大企业相匹敌的信息资源，提高了竞争力。然而，电子商务也伴随着各种法律问题，其中消费者长期处于劣势地位是其中一大难题。诸如产品质量、消费者权益和个人信息泄露等问题严重威胁着消费者权益，影响着电子商务的可持续发展。因此，在电子商务全面发展的今天，必须依靠完善的法律手段推动对消费者权益的全面保护，以促进行业的健康发展。本文旨在研究和分析电子商务中与消费者权益保护相关的法律法规。

2. 电子商务消费者权益保护概述

电子商务的快速发展为人们的生活带来了便利，但也伴随着诸多安全隐患。因此，对于电子商务环境下消费者权益保护的讨论需要首先明晰相关概念。本文详细阐述了电子商务的基本概念，如消费者和经营者，并分析了在电子商务中保护消费者权益的特殊性和必要性。

2.1. 电子商务概述

自上世纪九十年代以来，电子商务发展迅速，成为消费者和经营者关注的焦点。经过二十多年的发展，电子商务已经融入了中国居民日常生活的各个方面。从广义上看，电子商务是指交易当事人或与人利用计算机技术或网络技术等现代信息技术所进行的各种商业活动[1]。因此可以说，电子商务是利用现代信息技术进行各种商业活动的方式，与传统商务市场一样，包括买卖双方和交易对象。在电子商务环境中，供应商通过电商平台销售商品和服务，消费者则通过在线方式进行购买。我国《电子商务模式规范》以交易主体为电子商务的分类依据[2]，可以把电子商务分为四类：第一种是 B2B 模式，即企业间的交易，比如工商企业通过计算机网络向供应商采购原材料。第二种是 B2C 模式，即企业与个人消费者之间的交易，例如在电子商务平台上开设超级市场售卖各类消费品。第三种是 C2C 模式，即消费者之间

或消费者与电商平台之间的交易,适合二手物品或收藏品的交易。最后一种是 B2G 模式,即企业与政府之间的交易,政府可以以客户身份进行采购,同时以监管者身份开展行政工作。这些交易模式随着互联网的普及迅速发展起来,已成为当前主流商业模式之一。

由于本文主要关注电子商务领域中涉及消费者个人权益保护法律问题的研究,因此研究范围仅限于个人作为买方的 B2C 或者 C2C 电子商务模式。

2.2. 电子商务消费者权益保护的必要性

近年来,社会各方主体对消费者权益保护的重视不断增加,消费者权益保护理念逐渐渗透至电子商务消费领域。电子商务与传统商务有着不同之处,更加紧密联系着消费者,消费者也需要面对种种新情境。因此,相较于传统商务,必须更加关注电子商务中的消费者权益保护问题。消费者在电子商务中扮演着重要角色,由于其独特身份,合法权益更容易受到侵犯。例如,由于电子商务基于网络环境,一些企业为追求经济利益,可能会对商品宣传进行隐瞒或虚假宣传,导致消费者在不全面了解商品信息的情况下做出购买决定,损害消费者权益,进而凸显了在电子商务中保护消费者权益的必要性。尽管我国近年来加大了对消费者权益保护的力度,包括完善相关法律法规,但有些规定仍较为笼统、不够具体详实,尤其是对电子商务领域消费者权益保护的特别规定仍然缺乏[3]。随着电子商务的蓬勃发展,法律法规的制定与修订跟不上步伐,存在一定滞后性,因此迫切需要加强对电子商务中消费者权益的保护。

3. 电子商务环境中消费者权益保护研究的现状与困境

3.1. 电子商务环境中消费者权益保护研究的现状

1993 年,《消费者权益保护法》在我国颁布实施,成为我国消费者权益保护的重要法律依据。除此之外,其他领域的法律也对消费者权益保护做出了相应规定,例如《产品质量法》规定了产品质量责任,民法典中的合同编则对格式合同做出具体规定,《反不正当竞争法》和《广告法》则涉及市场秩序方面的规定等。虽然这些法律原本面向传统的线下交易,但同样适用于电子商务领域,为消费者权益保护提供了基本保障。2004 年,《电子签名法》的颁布为我国的电子商务领域奠定了基础。2010 年,《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》的出台进一步规范了网络交易市场秩序。2013 年修订的《消费者权益保护法》填补了旧法的不足,有效保护了消费者权益。2019 年,《电子商务法》的施行明确了电子商务经营者的地位和行为规范,标志着我国电子商务法律体系的完善。为了进一步细化《电子商务法》中的概括性规定,为网络交易监管提供更明确的依据,在对原《网络交易办法》进行修订和完善后,国家市场监督管理总局在 2021 年发布了《网络交易监督管理办法》。这些新规定在保护消费者权益方面进行了创新,涉及个人信息保护、虚假宣传规制以及平台责任落实等重要机制。此外,该办法还明确了网络交易中取证手段和惩治措施等监管机制。这些规定旨在进一步强化网络交易的监督管理,保护消费者权益并维护市场秩序。

同时,电子商务在立法方面的迅速发展引起了国内学者们对消费者权益保护领域的关注,他们取得的主要学术成果包括:彭舒月从一种谦卑的干预角度出发,承认消费者在电子商务市场中处于弱势地位,但也认为过度保护消费者会导致市场利益失衡。她主张遵循谦卑理念来保护消费者权益[4]。王乐兵则认为网络交易平台提供者应该承担一定责任,因为他们需要履行对消费者提供真实信息的义务,这一义务已经在最新颁布的《电子商务法》第 27 条中得到确认[5]。徐诺指出了国内第三方支付消费者权益保护中存在的问题,并结合国外经验提出了完善我国第三方支付行业法规制度的建议[6]。徐程在他的文章中分析了目前我国消费者网购“后悔权”实施的现状,指出了该制度存在的问题,并提出了完善“后悔权”解决对策的建议,涉及国家、经营者和消费者三个层面[7]。

基于上文可知，电子商务环境下对消费者权益保护的研究在不断发展，我国立法针对电子商务发展所带来的问题一直在不断完善，但当前的法律体系还有待进一步加强。尽管新修订的《消费者权益保护法》对网络购物中的一些典型问题有规定，但内容较为宽泛，难以应对因网络环境而产生的消费者侵权案件，对电子商务领域的消费者保护程度尚不够。现有法律在电子商务消费者特殊权利、消费纠纷管辖、电子证据等方面存在不足之处。随着技术的不断发展，法律滞后的问题尤为突出，因此必须及时跟进电子商务的步伐制定有效的法律措施。

3.2. 电子商务环境中消费者权益保护研究的困境

3.2.1. 消费者的公平交易权保障不足

首先，在电子商务环境下，消费者首先需要在经营者的网站上填写个人信息并注册获取网络身份，然后根据经营者提供的格式合同条款进行交易。消费者通常只能选择接受或拒绝这些条款，无法与经营者进行协商。这些条款通常是冗长的，界面较窄，字体较小，这在不具备专业背景的网络消费者难以耐心细看。特别是一些陷阱条款，它们往往削弱或排除了网络消费者的权利。

其次，网络消费者在遇到商品质量问题时会发现格式条款内容存在不公平之处。一些经营者可能只同意退款不同意换货，或者虽然保证“无理由退货”，但实际上并不会返还现金，而是以礼品卡、代金券或消费积分的形式存入网络账户中，使得消费者无法提现退款，只能用于下次交易消费。有些网站甚至规定了退款的使用期限和范围，限制了消费者的权利，这些不合理要求令消费者感到受损。

最后，消费者发现交易商品在物流过程中遗失或签收后发现损坏时，商家通常要求消费者先与物流公司联系，因为在合同中商家规定消费者必须先验货再签收，否则商家不承担责任，而物流公司又要求消费者先签收后再验货。这种电子商务交易风险基本由消费者承担，显得十分不公[8]。尽管2013年《快递市场管理办法》规定了可以先验货再签收，但前提是商品注明易碎或外包装明显破损，消费者依然面临不利情况。

以上可知，在电子商务环境中，消费者的权益保护面临着很多不足与缺陷，这使消费者的合法权益收到了严重的侵犯，因而需要急需着手解决这些问题。

3.2.2. 救济方式难以成功，消费者举证困难

首先，在救济方式上，网络消费增加了消费者和经营者以外的第三方主体的参与，例如网络交易平台，导致消费者无法准确识别责任方。当消费者的合法权益受到侵害时，他们往往难以理解侵害者的身份，并面临侵权者推卸责任、拒绝补偿的情况。此外，网络消费带来的程序和管辖权问题使得消费者保护权益更加困难。由于网络消费者可能分布在不同地区，且我国法律没有明确规定网络纠纷的诉讼程序和管辖范围，消费者在维护自己的权益时会面临种种障碍。

其次，在我国消费纠纷中，取证对消费者来说是一个非常困难的过程。第一，在电子商务交易中，网店的广告内容很容易被更改，经营者可以随时修改以规避责任，这给消费者取证带来了困难。第二，一些商品可能在一段时间后才出现质量问题，这也使得消费者难以有效取证。第三，派送流程中的问题可能导致经营者相互推诿责任，增加了取证的难度。第四，一些消费者缺乏维权意识，影响了证据的收集和保存，进而导致难以进行举证。因此，当前消费纠纷中的举证规则仍需要进一步优化来保护消费者的权益。

3.2.3. 对消费者的知情权保护不足

电子商务与传统的面对面交易方式有所不同，它是一种线上的远程交易，因此不可避免的是，由于网络具有隐蔽性与虚拟性等特征，消费者在电子商务环境下购买物品时存在着信息缺陷和虚假信用问题。

消费者通常通过经营者发布的信息来选择商品或服务，但很多情况下这些信息可能是虚假的，特别是在商家未提供完整真实信息的情况下，消费者的知情权更是面临较大的威胁。消费者在维权时发现信息不实，导致无法有效维权。此外，消费者还会参考其他消费者的评价来做出消费决策，但经营者可能采取一些措施来欺骗消费者，比如购买好评或差评服务，从而影响消费者的判断。这些行为不仅侵犯了消费者的知情权，还会误导消费者的消费选择。

4. 电子商务中消费者权益的法律保护策略

4.1. 保护消费者的公平交易权

美国《国际国内电子商务签名法》第 101 条规定，提供交易信息时需得到消费者明示同意，前提是事先充分说明消费者权利、撤销同意条件和后果，并确保消费者能够调取与保存电子记录。消费者有权无条件撤销同意。欧盟《电子商务指令》第 8 条规定，通过技术手段表示承诺后合同成立，为消费者留出更多空间，同时需遵守消费者保护法和合同法，消除负面影响。

我国在电子商务中并没有直接规定消费者的公平交易权，但《消费者权益保护法》《产品质量法》和《合同法》等多项规定可以适用于此。这些法律赋予了消费者退换货的权利，同时也强调了合同撤销权和格式合同的处理。然而，电子商务环境下如何行使这些权利仍存在困难，而且对于举证责任和费用承担等问题也未做出明确规定。因此，借鉴外国法律和经验，完善我国电子商务中消费者公平交易权的保护显得尤为重要。

4.2. 优化消费者投诉举证方式

简化取证流程并且降低法院、司法机构及执法部门受理案件的门槛能有效降低消费者获取电子平台、经营者侵权证据的难度，是新时代电子商务消费者法律保护的关键；而优化消费者投诉举证方式则是在法律制度的层面为证据信息的采集提供支持。

首先，各地区执法机关应在消费者投诉举证方面明确一个基本原则，即消费者投诉不应由消费者进行全部举证，也应由电商平台、经营者进行举证。若电商平台、经营者无法提供相应证据，则应判定电商平台、经营者存在对于消费者权益的侵害行为。为了有效保障消费者的核心权益，必须要求电子商务平台积极履行提供侵权证据的责任。立法机构在确保消费者权益的法律保障方面，需明确对电子商务平台的强制执行要求以及消费者侵权的强制措施。通过采取关闭电子商务平台经营渠道、封锁电子商务平台网络 IP 地址、拘捕电子商务平台法人等措施，可以让电子商务平台加强企业侵权证据收集，并为消费者设立专属的取证渠道，从而让消费者能够快速获取相关生产经营主体的侵权证据。其次，优化消费者投诉举证方式，不仅要在举证方式上进行优化，也要面向执法机构做好监管。执法机构应及时地做好执法监督，并对电商平台及经营者进行处罚，使电商平台及经营者能重视对消费者权益的保护，从根源上消除侵害消费者合法权益的行为。另外，执法机构应针对未能及时受理相关投诉案件的个人、单位及机构，做出行政处罚。对于未能对电商平台、经营者做出处罚的个人、单位及机构，应追究相关责任人的民事责任与刑事责任。

4.3. 充分保障消费者的知情权

消费者在电子商务中享有知情权是非常重要的，尤其是在远程交易的环境下。根据我国《消费者权益保护法》第八条规定，消费者应有权知道他们购买或使用的商品或服务的真实情况。企业则有信息披露的义务来配合消费者的知情权。一些国家和地区的电子商务法律对此问题十分重视，一些甚至制定了专门的法规，例如欧盟的《远程销售指令》。根据该指令的规定，信息服务供应商应当提供详细的信息，

如名称、地址、联络方式、注册证号等。商业信息的传播以及各种促销活动也应被清晰说明。此外，信息服务供应商在订立合同前应准确说明电子合同的缔结方式。消费者的知情权在电子商务中需要得到充分的行使和保护，这不仅有助于建立信任关系，也有利于促进消费者权益的保护。

在我国，《消费者权益保护法》第八条关于知情权的规定在传统商业活动中起着重要作用。然而，在电子商务领域，一些信息可能难以确认，比如如何通过网络提供和验证合格证明等问题，这些存在的问题会致使消费者的知情权保护困难重重。因此，我国的电子商务立法需要充分考虑消费者知情权在电子商务中出现的新特点和问题，并结合国内外相关立法与司法实践，对电子商务环境中消费者的知情权予以充分保护。

5. 结语

综上所述，电子商务在公众消费中的重要性不言而喻，消费者权益保护应当得到更多的重视。为了实现电子商务市场的可持续健康发展，需要加大对消费者权益的保护力度。因此，在电子商务市场发展过程中，我们应该探索如何更有效地保护消费者权益，特别是要关注消费者权益保护法律方面的挑战。这包括修订相关法律法规、优化消费者投诉方式、简化侵权取证流程、降低诉讼门槛以及加强对电子商务平台的监管和处罚力度。这些举措将有助于推动电子商务市场的可持续健康发展。

参考文献

- [1] 王圣元. 电子商务概论[M]. 南京: 东南大学出版社, 2017: 1.
- [2] 翼芳, 张夏恒. 电子商务模式划分新视角——基于交易主体空间位置[J]. 中国流通经济, 2016(4): 7-9.
- [3] 刘卓然, 刘垠. 论电子商务中消费者权益保护的法律应对[J]. 知识经济, 2019(22): 34-35.
- [4] 彭舒月. 论电子商务领域中消费者权益保护——以谦抑干预理念为视角[J]. 黑龙江省政法管理干部学院学报, 2020(6): 84-88.
- [5] 王乐兵. 网络交易平台提供者对消费者的损害赔偿及其体系化证成[J]. 法学杂志, 2020, 41(10): 121-131.
- [6] 徐诺. 第三方支付中消费者权益的法律保护[J]. 齐鲁金融法律评论, 2019(00): 97-125.
https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=IQz6UQjnwpl-iFd-IICJrn3s1Vshl_XT6LIAwAgM_pVsICGyCoaUaW4pBvds1-19QVblM5M26HNmvYXdzVC497prlaZFLCgKpXuix-TA25IxDXSRUll47kHR0PqrSIbi8VBTjRue1z4=&uniplatform=NZKPT&language=CHS
- [7] 徐程. 法治视角下消费者网购“后悔权”实施现状分析[J]. 市场周刊(理论研究), 2018(1): 142-143.
- [8] 李国光, 张严方. 网络维权中消费者基本权利之完善[J]. 法学, 2011(5): 31-36.