

数字经济时代下电商平台现存问题及治理对策

黄晓天

扬州大学法学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2024年4月3日; 录用日期: 2024年4月17日; 发布日期: 2024年5月31日

摘要

数字经济时代下电商平台的快速发展, 电商平台一方面带来社会经济效益, 另一方面它也因为发展较快带来了电商平台因更多的经济利益而责任认定困难与侵犯消费者的数据隐私等仍待解决的问题。我国针对电商平台的大部分问题都有现存的法律予以规制, 但在实践中成效有待提高。因此, 本文就电商平台现存的两大问题进行现象及其原因的分析, 并针对性地提出治理电商平台的现存问题可以从构建消费者与电商平台的合理举证责任配置、电商平台处理数据隐私的透明化和提高消费者的自我保护意识与维权意识三个层面出发, 以此实现健康的电商平台环境和消费者的权益保护。

关键词

电商平台, 责任认定, 信息保护, 责任分配, 治理对策

Existing Problems and Governance Countermeasures of E-Commerce Platform in the Era of Digital Economy

Xiaotian Huang

Law School of Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Apr. 3rd, 2024; accepted: Apr. 17th, 2024; published: May 31st, 2024

Abstract

With the rapid development of e-commerce platforms in the era of digital economy, e-commerce platforms have brought social and economic benefits on the one hand; on the other hand, they have also brought the rapid development of e-commerce platforms to solve the difficulties of responsibility identification and violating consumers' data privacy due to more economic benefits.

There are existing laws to regulate most of the problems of e-commerce platforms in China, but the results need to be improved in practice. Therefore, this paper is the existing two big electric business platform and its problems, the phenomenon and targeted governance of electric business platform from the construction of consumers and electric business platform of reasonable burden of proof configuration, electric business platform processing data privacy transparency and improve consumers' self-protection consciousness and consciousness of three levels, in order to realize the healthy electric business platform environment and the protection of the rights and interests of consumers.

Keywords

E-Commerce Platform, Responsibility Identification, Information Protection, Distribution of Responsibility, Governance Countermeasures

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

近些年来，我国的互联网技术和数字经济的迅猛发展，为我国的社会经济的提升和消费者的购物便利提供了极大的帮助。总体来看，在电商消费中，消费内容与消费平台日益多样化，但与此同时，丰富的市场资源造成电商平台的竞争也变得愈发激烈[1]。电商平台发展的势头会加剧，而非因竞争而放缓，则在竞争剧烈的电商平台中也会存在难以避免的法律问题需要警惕，例如电商平台责任该如何认定与电商平台对于消费者数据隐私保护的义务等问题需要被加以重视以及寻找合理的治理对策。这是电商发展中难以避免的问题，电商平台为了自身的经济利益或者吸引更多的经营者入驻而采取“特殊”方式造成这一系列问题。

2. 电商平台的现存问题

2.1. 电商平台责任认定困境

电商平台有自身的特殊性，它是促成消费者与平台经营者各种类交易的桥梁，但平台在消费者权益受损时并不直接对消费者负责，但电商平台采取对平台经营者收取保证金等方式间接地维护或者修补消费者的受损权益。正是这种间接方式能为电商平台带来隐形福利，电商平台仅会为平台经营者与消费者提供局限的买卖双方信息。

正常的双方交易模式中不存在商务平台，直接由买卖双方订立合同，当卖方侵害买方的合法权益时，由卖方填补对买方造成的不当损失。转而在实体经济中，商场相当于电商平台，吸引各类经营者入驻其中，并由商场中的经营者自主与消费者进行交易，但当商场中经营者侵害消费者的人身、财产安全或者其他权益损害的，商场则需要与入驻其中的经营者承担相应的责任。

当在互联网中发生类似的问题时，电商平台是否也需要承担责任呢？答案是肯定的并且有一定的法律依据，《民法典》和《电子商务法》都规定了当电商平台中经营者侵害了消费者的合法权益，则电商平台要与经营者承担连带责任[2]。在传统实体经济中，人们意识到中介者商场的具有责任性，而在数字经济中，电商平台却能够独善其身，究其原因电商平台具有一定的隐蔽性和专业性。例如当商场内的

某个品牌倒闭后,在其店内办卡或者充值的会员往往不甘心,考虑到自己卡内尚有余额较多,会员倾向认为经营者由商场这一中介引进,商场没有妥善处理好会员退会和补偿事宜便允诺经营者自由退出,因此商场需要承担退款或者其他的补偿责任,现实中的确如此并且也经常发生。

但在数字经济中,消费者网络购物后,即使经营者突然注销,消费者往往不会找电商平台这一中介,消费者一方面认为电商平台没有补偿自己的可能性,另一方面考虑到自己在网购时签订了同意协定,但自己未仔细阅读,此时“多一事不如少一事”和“忍一忍也能接受”的心理便会出现干扰消费者对自身权益的维护,电商平台也因此躲避了应有的责任。在没有电商平台的时代,消费者网购消费没有保障且充斥着各种风险,即使最后完成了交易,也是收获了充满各种瑕疵的商品,电商平台的出现是为了消除各种可能存在侵害消费者合法权益的风险,为消费者提供保护[3]。

消费者在经历上述两种阶段的对比后,消费者也发现了电商平台的存在利大于弊,消费者也在电商平台提供保障的现状下对电商平台产生了一定的依赖。例如,当下的网购一定会选择通过平台交易,非平台交易的情况下,消费者都存有担忧的心理反应并基于这种心理反应而放弃消费。

跨境代购最为明显,在社交平台中的国外代购的经营者不退不换政策以及处于绝对强势地位,使得消费者不愿交易,而消费者选择购买跨境产品性质通常在电商平台上完成消费[4]。正是消费者的这种依赖性促成了电商平台责任认定的困境[5]。但并非只有这一个原因,从电商活动的主体来看,除了消费者的原因,电商平台与平台中的经营者都存在相当的原因。

就电商平台中的经营者的原因来看,平台经营者综合效率和服务等多方面因素往往选择尽快解决与消费者之间的问题,平台的经营者承担的责任往往不需要电商平台介入便于消费者达成和解,因此平台的责任被极大地降低了。从平台的角度来看,电商平台属于中间媒介,常常在交易中受到忽略,平台也借机减少自己在交易中的参与度,这就使得消费者很少选择平台的介入。

消费者也对平台应有哪些义务与责任认识不清,电商平台事前义务,即筛选有一定资格的经营者,以免消费者存在较大的消费风险,电商平台的事后义务,即存在过错时应当与平台中的经营者共同对消费者承担责任。这两种义务电商平台也未主动告知消费者,使得电商平台的责任认定产生了困境[6]。

2.2. 电商平台侵犯消费者的数据隐私

《个人信息保护法》的出台也透露了个人信息受侵害的程度广、个人信息需要保护的迫切,消费者在电商平台的个人消费数据当然也属于消费者的个人信息和数据隐私,并且应当得到电商平台和平台经营者的充分尊重与保护。可从诈骗电话拨打的泛滥以及大数据推送来看,消费者的数据隐私并未受到应有的保护。电商平台作为经营者与消费者之间的“桥梁”,其具有较强的优势,其拥有经营者与消费者的足量信息,而电商平台的经营者掌握消费者的信息却有限,因此平台具有保护消费者数据隐私的义务是毋庸置疑的[7]。电商平台侵害消费者的数据隐私主要体现在两方面:

其一是滥用其掌握的消费者个人信息,消费者在注册账号、绑定其他账号以及平台认证中都会提交许多个人信息,对于这些隐私数据,电商平台已集中控制,当数据大量受制于电商平台时,平台会打包这类数据予以出售,该行为当然是违法行为,《民法典》1035条除了规定了处理个人信息要遵循“合法、正当、必要原则”外,还规定了非法律另有规定,应当征得该自然人的同意。电商平台出售消费者的个人信息,使得诈骗电话和骚扰电话泛滥,这自然是消费者不愿发生的状况。

因此消费者必然反对电商平台出售消费者的个人隐私,因此平台出售消费者信息的行为实属违法行为。究其原因,消费者与电商平台属于不同主体,消费者在网购时属于民事主体,而电商平台则属于典型的商主体。主体的不同,造成二者追求的目的也相去甚远,消费者是为了实现自己的消费目标,购买到自己选择的商品,而没有追求持续的交易,自然不愿意自己的信息被收集和更深处被利用。

而电商平台是为了实现自己的经济价值，商主体从事商行为的主要目的是为了营利。电商平台通过对用户的个人数据的收集和分析后加以利用能够扩大自己的利润，但是会产生对消费者不利之处[8]。电商平台不仅未经过消费者的同意就对信息进行收集和利用，并且当该信息也非交易所必须的信息，这就是对消费者的数据信息产生了侵犯。在电商平台购物时，消费者使用平台提供的以图识货或者拍照识货以及其他平台功能时会弹出需要获得收集图库所有图片、手机通讯录以及定位等与购物无关的信息，消费者如果想使用该功能，不得不在“是与否”之间进行抉择，如果点击“否”，则平台的便利功能无法启用，自然消费的目的难以实现，这是平台利用自己的独特优势与地位给消费者造成无形中的损害。

消费者的信息受到平台的有形或者隐形的侵犯，但消费者却只能听之任之，无法维权。消费者信息被电商平台收集并利用后，消费者发现与电商平台的各种权限有关，即使关闭权限后，消费者已被收集的信息无法被删除且仍在电商平台的系统中有存储，电商平台可以随意使用这部分信息，消费者也无法以自己受到诈骗电话为由对各种电商平台提起诉讼，因为大多数消费者使用的平台不止一个，被告不明确、证据难收集便决定了消费者无法通过法律途径维护自己的个人数据隐私。

其二是电商平台会实行“大数据杀熟”行为来侵害消费者的个人信息，电商平台中的经营者通常会对相同的产品或者服务而对不同的消费者制定不同的价格，虽然《消费者权益保护法》是消费者在平台自营店受到“大数据杀熟”的维权利器，抑或消费者可以主张电商平台违反《反垄断法》和滥用市场支配地位即可获得赔偿，但是消费者更多的是与平台中的普通经营者进行交易，这些经营者都不具备市场支配地位，这就造成了消费者遭受“大数据杀熟”却难以维权[9]。

对该现象进行分析可得出电商平台与平台内的经营者都会实施价格歧视和大数据杀熟行为，在生活中也会发现自己使用不同的账号搜索到的物品价格不一致，购买次数不同的账号再次购买同一商品或者服务的价格也有差距[10]。同时，消费者打开电商平台时会精确推送其最近意欲购买的商品品类以及近似品类，这是有利有弊的。

对于消费者来说，如果自己的喜好被平台进行分析并实行精准推送，这可以减少消费者主动搜索的负担，给消费者带来了便利，平台也因消费者的更快速下单商品而获得交易的利润，电商平台及其经营者等同于在主动推销[11]。但这也会带来一定的负面影响，例如消费者陷入了“信息茧房”，消费者不再关注或者对于其他的商品关注度降低，这一现象并不适应复杂多变的市場，随时会有新的商品更新，如果局限于自身的兴趣商品，则不利于消费者的认知水平的变化。

3. 电商平台现存问题治理之对策

电商平台现存的两大问题持续侵害消费者的合法权益，现存的法律法规虽有相关规定，但在现实生活中它们并非能针对当下电商环境及现存问题进行充分规制。消费者的知情权、个人信息权利、公平交易的权利应当受到保障，当下的电商环境也需要一些合理方式予以治理[12]。对此，笔者将从多个角度出发，提供电商平台现存问题合理的治理对策。

3.1. 构建消费者与电商平台的合理举证责任配置

在实践中消费者的举证能力决定了电商平台的责任大小，在消费者的合法权益受到侵害时，消费者需要就电商平台是否对损害知情，对消费者被侵害的事实在主观上是否有过错进行举证，电商平台的主观认知对于消费者来说举证难度过大。消费者与电商平台相比较属于弱势一方的群体，举证责任过重有失公平，电商平台能逃避责任或者难以认定电商平台的责任，主要原因即是消费者的举证责任过重且困难。打造一个健康的电商平台环境应当从电商平台本身出发，而且较收益最大的也是电商平台，将较重的责任分配给电商平台是相对公平的，也有利于消费者的权益保护。

若非如此，消费者虽然可以起诉电商平台，但成功率确实极低，久而久之，消费者便会选择节约经

济和时间成本而不愿起诉。如果将举证责任都归于电商平台能否实现消费者权益的保障和电商平台责任的认定呢,显然也是不可以的,电商平台的举证责任过大,则会导致其针对性且积极地逃避责任认定[13]。此时较好的方式是由消费者承担一定的举证责任,当证据不充分时,再由电商平台承担补充的举证责任,以消费者举证为主,电商平台举证为辅来实现举证责任的合理分配。这样可以避免对任何一方当事人的不公平,同时也未消费者的举证责任进行了减轻。

3.2. 电商平台处理数据隐私的透明化

消费者对于自己的个人信息的被处理享有知情权,这就意味着电商平台不能再未获得消费者授权的情况下随意处理消费者的个人信息,特别是隐私信息,如果违法处理消费者信息的并且带来一定损害后果的需要承担赔偿责任。丁海防认为电商平台差别定价是追求利益最大化的表现,具有一定的正当性。

即使可能具有正当性,但也需要对情况进行分别对待,其通过提出有部分消费者处于对店铺的信任而愿意花费高价买相同的产品。如果其分别有两个账号的情况下,或者该消费者的家属账号因为平时购物的内容不同,而对该商品在同样的店铺但在价格上具有较大差别,此时该消费者可能并不会会继续高价消费。

当平台处理个人的消费信息并进行收集分析时,会给不同的消费者进行画像[6],一个专属消费者的购物习惯,这可能有的消费者觉得带来了便利,但也要考虑到另外一部分的群体,即不愿意自己的兴趣记录被他人知晓的消费者。其可能觉得自己的电商平台被他人打开后,自己的隐私和兴趣被他人全部知晓,这边缺乏了自由的私密性。

因此解决该问题可以从电商平台处理个人信息或者数据隐私的时候进行透明化[14],即设置一项可以自由开关的选项和功能,类似于浏览器的“拒绝跟踪”功能,消费者可以选择电商平台收集自己的信息并进行分析而后进行定向推送,也可以选择拒绝平台的特色定制,从而保护自己的数据隐私。

3.3. 消费者的自我保护意识与维权意识提高

任何事件发生都可能具有双面性,在电商平台责任认定困难与消费者隐私受到侵犯中也可以体现出双面性。这里所谓的双面性即是除了从电商平台的处理现存问题,也可以从消费者角度来处理该问题。但是电商平台的规制是主要的,消费者也可以通过提高自我的法律意识和维权意识并采取个人信息保护措施以此来预防或者陷入不必要的侵害陷阱中。

就当下而言,对于运用给法律武器捍卫自己个人信息权利的实例较少,可见消费者的法律意识淡薄会给电商平台更多的机会逃避自身责任与侵害消费者的数据隐私。因此消费者需要从自身出发,在享受电商平台带来便利的同时,消费者也需要预防电商平台可能给自己带来的损害。

4. 结语

电子商务发展的速度无比迅猛,其带来的风险也是无法预料的,当风险发生时再去解决可能无法弥补其已经造成的损害。特别在电商平台近些年的普及,通过对现有电商平台的观察,不难发现电商平台存在着责任难以认定与侵犯消费者个人信息的现象。在数字经济时代,如果更好地保护消费者的合法权益,如何更好地让电商平台与消费者协调互利是法律的一项价值追求,也是社会效率发展的需要。在此背景下,电商平台与消费者都需要做出一定的努力,从而实现电商平台责任的认定与消费者个人信息权利的保护。

参考文献

- [1] 钱晶晶. 电商平台“二选一”行为的竞争法分析[J]. 中国检察官, 2022(24): 37-40.

- [2] 曹凡. 电商平台经营者安全保障义务标准构建[J]. 学习与探索, 2024(2): 73-81.
- [3] 周烁. 网络直播带货中直播平台的法律责任[J]. 法律适用, 2022(7): 133-144.
- [4] 姚宜君, 陈国勇. 电子商务平台自我优待行为的法律分析[J]. 河北经贸大学学报(综合版), 2022(3): 42-48.
- [5] 刘锦. 电商平台承担信息审查义务的困境与出路[J]. 大连理工大学学报(社会科学版), 2023, 44(5): 95-102.
- [6] 王鹏飞. 电商平台算法歧视法律救济的困境与出路[J]. 科学决策, 2023(5): 213-223.
- [7] 曹阳. 互联网平台提供者的民事侵权责任分析[J]. 东方法学, 2017(3): 73-82.
- [8] 丁海防, 程树立. 电商网络平台大数据“杀熟”行为的法律规制[J]. 江苏商论, 2023(11): 29-33.
- [9] 李伟. 电商平台基于“欺骗”的价格歧视问题研究——基于经济伦理视角分析[J]. 财经理论研究, 2022(6): 94-95.
- [10] 陈君巧. 电商平台“大数据杀熟”与治理对策研究[J]. 中国商论, 2023(20): 39-41.
- [11] 胡广志, 何昊洋. 电商平台私权力的经济法规制[J]. 西南民族大学学报, 2023(7): 77-84.
- [12] 陈蹇. 电商平台对支付安全的保障与规范构造[J]. 湘潭大学学报(哲学社会科学版), 2022(6): 93-94.
- [13] 魏露露. 互联网创新视角下社交平台内容规制责任[J]. 东方法学, 2020(1): 27-33.
- [14] 王正鑫. 超越个人信息保护: 电商平台非个人信息处理的法律规制[J]. 数字法治, 2023(5): 178-193.