

# 消费者权益保护机制探究——以网络购物的视角出发

张家琪, 杨永泰

贵州民族大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2023年4月28日; 录用日期: 2023年6月29日; 发布日期: 2023年7月10日

## 摘要

近年来, 网络技术的发展越来越快, 淘宝、京东等线上购物平台打破时间和空间的限制成为了消费者购物的主阵地, 消费者不用到线下商店就能买到诸如衣服、裤子、鞋子等自己心仪的商品, 具有省时省力、节约成本等特点。但是淘宝、天猫等线上购物平台给人们的生活带来便利的同时, 发货迟缓、质量瑕疵问题、虚假促销等侵犯消费者权益的现象也频频出现。在线上购物这种特殊的购物环境中, 商家掌握的信息明显远远大于消费者, 这就导致了消费者在网络购物中明显是处于弱势地位, 因此其合法权益的保护就显得非常的重要。本文首先对线上购物消费者权益保护中存在的知情权难以实现等问题进行了分析, 随后基于以上分析, 提出了完善消费者权益保护的建议。

## 关键词

线上购物, 消费者权益, 保护建议

# Exploration of Consumer Rights Protection Mechanism—Starting from the Perspective of Online Shopping

Jiaqi Zhang, Yongtai Yang

Law School of Guizhou Minzu University, Guiyang Guizhou

Received: Apr. 28<sup>th</sup>, 2023; accepted: Jun. 29<sup>th</sup>, 2023; published: Jul. 10<sup>th</sup>, 2023

## Abstract

In recent years, the rapid development of network technology, Taobao, Jingdong and other online

shopping platforms to break the constraints of time and space has become the main position of consumer shopping, consumers do not have to go to offline stores to buy their favorite goods such as clothes, pants, shoes, etc., with time and effort, cost savings and other characteristics. However, while online shopping platforms such as Taobao and Jingdong have brought convenience to people's lives, delayed delivery, quality defects, false promotions and other violations of consumer rights have also emerged frequently. In the special shopping environment of online shopping, the information held by the merchants is obviously far greater than that of consumers, which leads to the fact that consumers are obviously in a vulnerable position in online shopping, so the protection of their legal rights is very important. In this paper, we first analyze the problems that exist in the protection of consumers' rights and interests in online shopping, such as the difficulty of realizing the right to information, and then propose suggestions to improve the protection of consumers' rights and interests based on the above analysis.

## Keywords

Online Shopping, Consumer Rights, Protection Suggestions

Copyright © 2023 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

随着云存储、云计算、大数据等计算机网络技术的飞速发展, 互联网技术已经渗透到人类社会的方方面面, 严重的影响着人们的生活方法和思维方式。其中, 线上购物作为一种横跨时间和空间的交易方式, 正以其方便快捷、成本低的优势改变并挑战传统线下购物方式[1]。据工业和信息化部统计, 2022 年中国电子商务交易额达到 42.93 万亿元, 仅 2022 年 11 月 11 日全网的交易金额就达到了 5571 亿元, 线上购物用户规模达到 8.4 亿。

尽管线上购物得到了大批消费者的青睐, 但是, 我们也要看到线上购物在人们的生活带来便利的同时, 也存在着商品质量无法得到保障、消费者个人信息被泄露等诸多问题, 这些问题容易导致消费者的合法权利受到侵犯后难以寻求保护, 从而导致很多横跨区域的交易纠纷, 抑制了线上交易市场发展, 影响了中国经济市场的活力。如何从立法、执法、司法方面规范线上交易行为, 保护消费者的合法权利已成为我国线上交易市场发展的重要问题。

## 2. 线上购物消费者合法权利保护中存在的问题分析

### (一) 线上购物消费者寻求权利救济难度较大

当消费者在淘宝、天猫、拼多多、唯品会等线上购物平台购物或者接受服务合法权益受到侵犯时, 因线上购物合同纠纷具有管辖确认难、维权成本较高、责任主体认定难等特征, 使得消费者寻求权利救济的难度很大, 所以很多消费者即使知道怎样寻求权利救济最后仍然选择了自认倒霉。

#### 1) 线上购物合同纠纷管辖确认难

随着淘宝、天猫、得物、唯品会等线上购物平台的飞速发展, 线上购物已经严重影响了人们的生活, 成为了人们生活中必不可少的一部分, 但线上购物给人们带来便利的同时, 相对应的购物合同纠纷也越来越多, 有纠纷就免不了向法院提起诉讼。通常情况下, 线上购物所产生的纠纷诉讼是由合同履行地或者被告住所地的法院管辖。但是关于合同履行地和被告住所地的确定却是相当困难, 其一是因为在淘宝、

天猫、得物、唯品会等线上购物平台的经营者具有一定的流动性,加之一些经营者在注册时可能使用虚假的身份信息,那么单纯地依靠注册信息是难以确认经营者的真实住所地。其二是因为线上购物存在横跨区域的特殊性,而线上购物合同又大多数都是以格式条款为准,基本上都没有约定合同的履行地。其三是因为淘宝、拼多多、唯品会、得物等线上购物平台不合理的服务协议,比如《淘宝服务协议》中不合理的管辖条款就加重了法院处理纠纷的成本。上述这些因素都给法院出了一道难题,即线上购物合同纠纷管辖确认难。

### 2) 责任主体认定难

线上购物责任认定问题涉及到多个主体,包括线上购物平台的经营者、快递公司等。当消费者的合法权益受到侵害时,多个主体之间相互推诿责任,很难认定各自的责任承担问题,比如当消费者在淘宝、拼多多、唯品会等线上购物平台购物时,按照严格的程序应该是消费者先检验所购买的商品的真伪和质量问题然后再签收,可是在现实中大多数都是快递公司先默认帮消费者签收然后再检验商品。因为线上购物责任主体的难以认定,使得消费者的获得赔偿权更加难以实现。

### 3) 线上购物维权成本较高

当消费者因购买的产品或者服务受到损害时,由于大部分消费者购买的产品或者服务的标的额较小,即使其合法权利受到侵犯,他们也不会通过诉讼等方式来维护自己的合法权益,主要原因是维权所花费的时间、金钱成本较高,所以即使很多消费者知道怎样寻求权利救济最后仍然选择了自认倒霉。目前,中国针对标的额小的诉讼制度还不是很完善,很多标的额小、事实简单清楚的买卖纠纷,都要按照法定的程序进行起诉、审理[2]。这对线上购物维权适用有很多的限制,会造成许多诉讼资源的浪费。

## (二) 消费者的知情权得不到充分实现

在传统的线下购物模式中,因为消费者可以真真切切地接触到自己想要购买的产品,所以一般不存在知情权不能实现的情形。但是在线上购物中,消费者不可以直接地去接触或者亲身地体验自己心仪的商品,所以消费者的知情权往往不能得到充分的实现,一般主要表现在两个方面:一是淘宝、天猫、京东等线上购物平台商家身份的真实性。当前,我国的线上工商注册制度才起步没多久,很多方面都还不完善。尽管网络工商注册系统有审核程序,但是这些审核程序大多数都是基于形式,一些不良商家通过技术手段很轻松就能蒙混过关,这使得消费者不能真正了解到商家的真实身份;二是淘宝、天猫、京东等线上购物平台商家虚假宣传。线上购物中,消费者往往是没法直接地去接触自己心仪商品的,只能通过淘宝、天猫、京东等线上购物平台的商家从系统后上传的视频解说、文字说明和图片了解商品的情况[3]。一些不良卖家用虚假的商品图片来欺骗消费者,用假品牌冒充真品牌,用劣质产品冒充产品,或者用模糊的字眼来介绍产品,使得消费者产生错误认识而购买产品。这种获得商品信息的被动性,对于我们消费者来说是非常不利的,商品图片可以是PS的,可以是盗窃而来;商品文字介绍可以是假的,可以是非常浮夸的;直播带货产品的品质和实际收到产品的品质可能天差地别,仅仅只有视频、文字和图片是很难保证商品的质量。淘宝、京东、拼多多等线上购物平台的商家通过这些虚假宣传来展示说明其商品的品质是如何的好。对于想要购买的产品,其实很多消费者都是“门外汉”,无法通过这些图片、视频和文字说明来了解该商品的质量究竟怎么样。从法律来说,经营者尽到了说明的义务,消费者的知情权也得到了保护。即使经营者真的履行了说明义务,但是仍然存在信息不对称,法律要不要更进一步加重经营者的说明义务呢?

## (三) 消费者的维权意识淡薄

消费者在淘宝、天猫、京东等线上购物平台购物或者接受服务,合法权益受到侵犯,侵权因素有很多,其中也包含了消费者自身的原因。线上交易市场打破了时间和空间的限制,消费者非常多,但并不是每一个消费者都学法、懂法、用法。很多的消费者法律意识十分淡泊,维权意识也不高,这也是导致

消费者的合法权利容易被侵害的原因。比如消费者在淘宝、京东、拼多多等线上购物平台注册个人购物账号时,他们基本都不会关注注册过程中的服务协议,为了能够很快完成账号注册,也不阅读服务协议直接点击同意,丝毫不重视自身的权利义务,也不重视卖家、线上购物平台的权利义务[4]。甚至一些消费者在合法权益受到侵害以后,自认倒霉,不知道怎么通过法律的途径来救济自己的合法权益。

#### (四) 消费者的个人信息权难以得到保障

个人信息权,是指消费者享有决定所有有关消费者自身身份信息是否使用、如何使用、使用在什么领域以及授权给谁使用的权利,包含着消费者自身的隐私权益。随着互联网技术的飞速发展和人们生活质量的提高,人们已经离不开天猫、唯品会、拼多多等线上购物平台[5]。但是如果消费者要使用这些线上购物平台的功能,就不得不注册对应的个人账号。注册个人账号就要填写个人的姓名、年龄、电话等身份信息,特别是涉及到线上支付时,线上支付系统将收集消费者的身份证、面貌、指纹、银行卡号等重要的个人信息。只要注册了线上购物平台的个人账户,那么诸如姓名、联系方式、个人住址等重要的个人信息都会被商家获取,这样才能给消费者发货。消费者的这些重要个人信息被线上购物平台存储在自己的服务器中,一般来说,消费者的这些重要个人信息都要受到严格的保护,权限保护等级非常之高,但是在现实中对消费者的个人信息保护却是差强人意。腾讯新闻的一则新闻报道说:一个京东差评就引发了数百条骚扰短信,双十一当天某京东买家在京东上买了一款手表,由于商家迟延发货一个月,她就给了“差评”。随后受到商家的电话,都是没有理会[6]。随后,她的手上出现了大量的骚扰信息,共达100余条骚扰信息。该案例就是一个典型的侵犯消费者个人信息权的案例。信息化时代,侵犯消费者个人信息权的案例多得数不胜数。另更严重的是一些商家在获取消费者的个人信息以后,将这些信息出售倒卖谋取非常利益。这些案例无一不提醒我们,大数据时代对消费者个人信息的保护十分重要。

### 3. 强化消费者权益保护的建议

#### (一) 健全线上购物纠纷争端解决机制

关于线上购物合同纠纷管辖确认难的问题,一般来说,在淘宝、天猫、唯品会、京东等线上购物平台购买的产品或者服务标的额都不是很高,有的甚至只有几块钱。在现行淘宝、京东、拼多多、唯品会等线上购物交易纠纷案件不断增加的背景下,如果将消费者的收货地址确定为纠纷案件管辖地并且优先适用,将有利于大大减少线上购物消费者的维权成本。此外,针对线上购物诉讼困难,我国应当适当的放宽管辖,只要同线上购物有一定联系的法院都可以进行管辖,解决消费者诉讼难问题。关于责任主体认定难的问题,确定淘宝、天猫、唯品会、京东等线上购物平台的监管义务和连带责任、确定中通、圆通、顺丰等第三方快递公司的责任制度,有利于消费者保护消费者的合法权益。当出现线上购物合同纠纷时,消费者可以基于侵权请求权,淘宝、天猫、唯品会、京东等线上购物平台的买家可诉这些购物平台商家主张侵权责任;可以基于侵权连带责任,消费者可单独或一并起诉这些购物平台的商家、购物平台的经营者主张侵权责任;可以基于附条件的不真正连带侵权责任,消费者可诉淘宝、天猫、唯品会、京东等线上购物平台经营者主张侵权责任[7]。关于线上购物维权成本高的问题,因为在京东、淘宝、得物等线上购物平台购买的产品或者服务标的额都不是很高,考虑到消费者维权的时间、金钱成本和诉讼切实性,我国可以针对线上购物成立专门的纠纷解决机制。比如建立专门的线上购物纠纷解决法庭系统,在诸如淘宝、天猫、京东等线上购物平台中产生的买卖合同纠纷,证据大都是数字化证据。线上法庭系统通过虚拟空间和数字化证据来审理案件,打破了时间和空间的限制,可以高效的解决大部分线上购物中的小额度纠纷案件。降低了消费者的时间成本,节约了司法资源,有利于维护消费者的合法权益,有利于司法机关集中资源处理疑难案件。

#### (二) 加强信息披露和备案审查制度

关于消费者的知情权得不到充分实现的问题。首先,我国要从实际出发建立线上经营者实名制,确保经营者身份的真实性,健全线上买卖主体信息披露制度,确保经营者披露经营信息的合法性和义务性,大力保障消费者的知情权得与充分实现,坚决杜绝线上购物虚假广告和欺诈情况。其次,从立法层面来规范线上交易行为,确保我国网络交易市场发展有法可依。一方面,要提高淘宝、天猫、唯品会、京东等线上购物平台经营者的准入门槛,诸如卖家的相关信息必须要如实的注册,当经营范围或者经营时间发生变动时,必须向有关机构报告,此外,可以适当引入《公司法》的公司注册资本制度,用来规范淘宝、天猫、唯品会、京东等线上购物平台经营者的经营行为。另一方面,要加强备案审查,线上工商注册制度在我国还没有彻底成熟,许多方面都需要完善,工商管理部门对经营者的准入不在流于形式而是真正注重起来,对经营者准入进行严格审核,有利于保护消费者的合法权益。特别是对经营者身份的审查,因为只有确定了淘宝、天猫、唯品会等线上购物平台商家的真实身份,才能确定真正的责任主体,进而消费者的合法权益才能得到真正的保护。再次,经营者要主动履行自己的法定义务。淘宝、天猫、唯品会、京东等线上购物平台的经营者要积极主动提高自身的法律意识,特别是义务意识,不能因为网络的虚拟性和不确定性而发布虚假的产品说明和产品广告,更不能极大的扩大自己的权利或者缩小消费的权利,让消费者被迫接受不合理不合法的格式条款[8]。最后,针对淘宝、天猫、唯品会等线上购物平台上不良商家的违法行为,国家应该要极其重视,严查严办,并追究其刑事责任。刑法是保护消费者人身、财产权利的最后底牌,正确的适用刑法,有利于构建一个健康绿色的线上购物环境,激发市场活力,促进经济增长。

### (三) 增强消费者的自我维权意识

首先,对于网络购物中存在的侵害其合法权益的行为,消费者要潜意识的增强自身的法律意识,增强自身的维权本领,并且通过多种方法了解到自己作为消费者所享有的合法权益。其次,消费者在淘宝、天猫、得物、唯品会等线上购物平台购物时,要养成保留证据的好习惯。并主动学习并且掌握一些证据的保存方式。再次,如果消费者的合法权益受到侵害,不知道怎么维权,可以寻求律师或者消费者协会的帮助。最后,笔者建议在淘宝、天猫、京东、拼多多等线上购物平台 APP 上设置线上购物侵权保障咨询窗口,这有利于减少消费者寻求权利救济的难度,便于消费者积极主动的维护自己的合法权益,促进电子商务市场的稳定发展,构建一个具有良好法治环境的网络购物市场。

### (四) 强化个人信息保护措施

21 世纪是信息化时代,消费者个人信息的价值可能远远大于其所拥有的财富的价值,所以对消费者个人信息的保护至关重要。对于消费者个人信息的保护,首先,构建行政监督管理制度。切实可行的消费者个人信息保护行政监督制度是保护消费者个人的重要手段。因为消费者个人信息的保护涉及到网络安全技术,信息保护者的网络安全技术必须得达到一定的技术标准,所以建立一个专门针对消费者个人信息保护的高技术专门监督机构才可以起到良好的监督效果[9]。在微博、知乎等社交平台发布一些信息,仅仅几分钟就被过滤或者删除,这就说明我国的网络监督水平和能力是很不错的,笔者建议可以把这个能力更多的用来保护消费消费者的个人信息。其次,督促淘宝、天猫、京东、唯品会等线上购物平台的商家和经营者履行消费者信息保护主体的责任。当前消费者个人信息泄露越来越严重,主要的原因是淘宝、天猫、京东、唯品会等线上购物平台的商家和经营者没有履行好保护消费者的责任,一些不良商家甚至倒卖消费者个人信息谋取非法利益。要推动线上购物平台建立严格规范的消费者信息管理制度,落实线上购物平台经营者和商家对消费者个人信息保护的法定义务,强制淘宝、天猫、京东、唯品会等线上购物平台的商家和经营者采取有效的机制和过硬的技术措施,从源头做好消费者个人信息保护。再次,充分发挥线上购物主体的自律作用,在没有完整的个人信息保护法的背景下,应当充分利用行业组织的监督优势,制定行业消费者个人信息保护规范,将对消费者个人信息的保护纳入企业社会信用评价

体系, 增加线上购物平台对消费者个人信息保护的自觉性。最后, 通过各种新媒体平台, 不定期宣传泄露个人信息的危害, 并公布维权途径, 以视频、图片和文字等方式教授消费者保护个人信息的方法, 增强消费的维权意识。

#### 4. 结语

线上购物给人们生活带来极大便利的同时, 发货迟缓、质量瑕疵等侵犯消费者权益的问题也随之产生。但是, 线上购物市场并不是违法分子的法外之地, 对于侵害消费者合法权益的行为必须受到严厉的制裁, 本文对消费者合法权益的保护提出了四点建议, 希望为构建健康绿色的网络购物环境提供帮助。

#### 参考文献

- [1] 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.
- [2] 徐伟. 重估网络购物中的消费者撤回权[J]. 法学, 2016(3): 84-96.
- [3] 门晓丽. 网络购物中的消费者权益保护问题[J]. 中国市场, 2020(36): 132-133.
- [4] 彭艳娇. 我国网络购物中消费者权益保护问题分析[J]. 广西质量监督导报, 2020(9): 273-274.
- [5] 孙傲. 网络购物中消费者权益保护存在的问题与对策[J]. 理论观察, 2016(3): 66-67.
- [6] 孙国荣. 论电子商务中消费者权益的保护——以合同控制为视角[J]. 法律适用, 2015(5): 14-20.
- [7] 严修竹. 网络购物中消费者权益保护问题研究[D]: [硕士学位论文]. 扬州: 扬州大学, 2017.
- [8] 吕光莹. 网络不正当竞争中消费者权益保护研究[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2018.
- [9] 张惠彬, 茅孝军. 消费者评论自由权在电子商务中的司法保障——来自美国消费者评论自由法的启示[J]. 商业研究, 2018(9): 172-176.