

# 浅析互联网平台经济消费者权益法律保护存在的问题及对策

张雅茹

宁波大学马克思主义学院, 浙江 宁波

收稿日期: 2023年9月15日; 录用日期: 2023年10月8日; 发布日期: 2023年11月24日

## 摘要

在互联网平台经济突飞猛进趋势下, 吃穿住行网, 形成了涵盖我们生活方方面面的综合性平台。然而, 在平台经济快速发展的过程中, 也出现了诸如虚假宣传、大数据杀熟、消费者个人信息泄露等一系列安全问题、法律问题。消费者权益保护, 既涉及民生, 又关乎社会主义核心价值观建设。在当前互联网平台经济覆盖消费者生活的方方面面的情况下, 消费者如何在保障权益, 是实践中急需解决的问题。

## 关键词

互联网平台经济, 消费者权益, 法律保护

## Analysis on the Problems and Countermeasures of Legal Protection of Consumer Rights and Interests in Internet Platform Economy

Yaru Zhang

School of Marxism, Ningbo University, Ningbo Zhejiang

Received: Sep. 15<sup>th</sup>, 2023; accepted: Oct. 8<sup>th</sup>, 2023; published: Nov. 24<sup>th</sup>, 2023

## Abstract

With the rapid development of the internet platform economy, the food, clothing, housing, and transportation network has formed a comprehensive platform that covers all aspects of our lives.

However, in the process of rapid development of the platform economy, a series of security and legal issues have also emerged, such as false advertising, big data fraud, and consumer personal information leakage. The protection of consumer rights and interests is not only related to people's livelihoods, but also to the construction of socialist core values. In the current situation where the internet platform economy covers all aspects of consumer life, how consumers protect their rights and interests is an urgent problem to be solved in practice.

## Keywords

Internet Platform Economy, Consumer Rights and Interests, Legal Protection

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

平台经济是构筑国家竞争新优势的重要载体。随着数字经济兴起，各类平台企业不断发展壮大，深刻重塑人类社会生活方式和生产方式，逐渐成为经济增长的重要引擎。消费则是贯彻落实国内大循环战略的重要动能和关键部分。消费者作为二者的中介，其权益法律是否得到保护影响着市场安全发展。无需求则无市场，无市场则无供给。市场经济诞生于消费者的需求，消费者的权利就是市场经济的生命力。消费者权益得不到保护，市场经济就是无源之水、无本之木。

## 2. 互联网平台经济

“平台经济是一种基于数字技术，由数据驱动、平台支撑、网络协同的经济活动单元所构成的新经济系统，是基于数字平台的各种经济关系总称。” [1]互联网平台经济就是综合利用现代信息技术，围绕集聚资源、便利交易、提升效率，构建平台产业生态，推动商品生产、流通及配套服务高效融合、创新发展的新型经济形态。

我国的平台型企业主要有：一是信息中介、交易撮合。实现上下游资源的高效匹配，比如我们熟悉的世纪佳缘、智联招聘、贝壳等等。二是直接提供商品或服务。比如以淘宝、京东、拼多多为代表的销售平台、以腾讯为代表的信息交流平台以及携程、去哪儿等旅游平台等；另外还有各种搜索引擎、新闻媒体、短视频服务等直接提供内容的平台，比如百度、字节跳动等。

作为数字经济的重要组成部分，互联网平台经济是数字产业化及产业数字化中的重要主体，在引领数字产业化飞速发展的同时，帮助传统产业攻克数字化转型、产业升级等难题，为我国经济高质量增长贡献了重要力量[2]。互联网平台经济的魅力在于凝聚资源，将传统经济链条式的上中下游组织，重构成围绕平台的环形链条。它的显著特征主要体现在：

第一，互联网平台经济是一个“网状价值结构”。即以用户为中心的价值交互网和以人为中心的价值创造网。这里面又有几个关键特点：一个是先有用户价值才有企业价值。第二个就是组织从串联到并联，在内部呈网状结构，在外部也是如此。你中有我，我中有你，由无数个微型组织、自主经营体所编织而成的一个价值创造交互网。这就使得互联网平台经济和消费者具有较强的黏性，更会加强消费者对互联网平台的依赖性。

第二，高效率。主要指信息传播的效率，互联网平台没有围墙、门槛的聚集属性，更没有信息真实

性的保证,使信息已经发出,就能迅速让人们都知晓。

第三,高精度度。主要指信息传播的靶向性,互联网的使用习惯,从线下的被动接收信息,变成线上主动搜索信息,使发布的信息能精确的传递到用户。

第四,实时便捷。主要指信息的展示不受地域、时空的限制,并且保持24小时不休地进行展示,只需一部智能设备,人们就可以随时随地的查找自己所需要的内容。

第五,互动联系。主要指信息的展现方式,各类软件、App等IT工具的开发与出现,使得人与信息(物)、人与人的沟通、互动更多样、更灵活、更全面。

### 3. 互联网平台经济消费者权益法律保护的必要性

互联网平台经济和消费者是相互联系,相互制约的关系。首先平台经济逐渐成为构筑国家竞争新优势的重要载体。随着数字经济兴起,各类平台企业不断发展壮大,深刻重塑人类社会生活方式和生产方式,逐渐成为经济增长的重要引擎。而经济的本质是满足人民日益增长的物质文化需要,实现的方式是生产、交换,获得满足,再有新的需求,再进行新的生产,再获得新的满足,再产生新的需要,循环再循环。消费是最终需求,是畅通国内大循环的关键环节和重要引擎,对经济具有持久拉动力,事关保障和改善民生。做好互联网平台经济消费者权益法律保护,给予消费者最大的安全感,有利于进一步释放消费潜力,促进消费持续恢复,有利于增强消费对经济发展的基础性作用,也有利于保障和改善民生,增强人民群众获得感、幸福感、安全感。

不过,互联网平台经济也为消费者权益保护工作带来了严峻考验。互联网具有虚拟性和匿名性,还夹杂着一定规范混乱状况,商家可以轻易地逃避对消费者的责任。当交易产生问题时,往往不需要了解整个过程,客服即可通过平台拒绝消费者提出的质疑和赔偿。这些匿名的客服人员甚至是智能机器人扮演的,他们并不会对自己失信于消费者的行为感到抱歉,因为他们面对的是虚拟的互联网世界,而不是真实存在的消费者。所以,处理好互联网平台经济消费者权益法律保护问题势在必行。

## 4. 互联网平台经济消费者权益法律保护中存在的问题

### 4.1. 互联网平台经济的自身问题

虚假宣传。主要是对所分享商品信息及各项参数进行虚假、夸大描述,对商品效果过度承诺,或进行效果性宣传,或发布虚假活动信息,或恶意贬低第三方或第三方产品等可能导致用户对产品的真实情况产生误解的行为。如宣传产品具有疾病预防、治疗功能或其他功效;对产品的成分、规格、质量等虚假宣传;对资格资质、所获荣誉等进行虚假宣传;使用虚构、伪造或者无法验证的数据;虚构使用商品或者接受服务的效果;组织虚假交易(刷单);使用绝对化用语等等。与假冒伪劣产品相比,虚假、违规宣传更加隐蔽,界定更难,欺骗性和危害性同样严重。

大数据杀熟。互联网企业利用大数据技术获取用户信息,对用户差异化定价的一种商业行为。这种商业行为通过分析用户的历史数据、消费习惯、所在地区等因素,对用户价格进行区别定价来获取更高的利润。一些用户在使用特定互联网服务时,会被附加一些“价值提升”服务,如更快的网速、VIP会员等。这些服务看似很不错,但实则是企业必须的营收手段。“大数据杀熟”虽然在一定程度上体现了“个性化定价”特质,但实际上具有批量化、数据化、平台化特征[3]。在一定程度上严重侵犯了消费者知情权、公平交易权和自主选择权。

互联网平台侵害消费者个人信息。买房没多久就会接到装修、家具商家的电话短信;买车没多久,就会接到推销车险的电话;点餐须先扫码关注公众号;入群领取优惠……大数据时代的来临,使得收集信息变得越来越快捷、越来越普遍,消费者个人信息保护在一定程度上也受到了前所未有的威胁,一些

不法分子利用非法渠道获取个人信息，稍做包装后开展诈骗，容易让普通大众防不胜防。

## 4.2. 消费者维权意识淡薄

消费者维权意识淡薄的主要原因，一方面是消费者对消费者权益保护法的了解不够多，很多时候不懂得通过法律手段维护自己的合法权益；另一方面，消费者由于在消费时缺乏法律意识，消费者不明确自身所享有的权利，往往在消费中取证意识不足，导致在消费者维权诉讼中举证困难，加之维权成本过高，这也在一定程度上影响了消费者维权的积极性。

所以就导致很多人卡在“下一步”，当自己的权益受到侵犯时，这个“下一步”该怎么着手处理？选择一个最省事的解决方案是绝大部分人的最初想法，它们不清楚维权的流程该怎么走，而且，就算知道也不想因为这些小事去耗费掉自己那么多精力和时间。

## 5. 互联网平台经济消费者权益法律保护的完善对策

随着新发展格局和高质量发展对促进消费的更高需要，全国统一大市场和高标准市场体系对消费环境的更高需要，保障民生和维护稳定对消费维权的更高需要，消保逐步具有全局性战略性的作用。当一项工作同时关系经济、民生、稳定，就自然有较强的政治性。数字时代催生市场经济运行模式和诸多“三新”经济的涌现，消费者权益保护的客观环境发生了重大甚至颠覆性的改变。消费者权益保护的理念、制度及方法也应当因势而变，顺势而动[4]。

### 5.1. 及时更新立法和执法适用性

在国家数字经济的战略背景下，互联网平台经济引申出来的新兴领域将会越来越多，如何避免新兴领域出台后的法律规范空白，需要引起重视。中国的互联网立法必须适应互联网迅速发展的要求，把握互联网发展的未来趋势，提高互联网立法的前瞻性，克服目前的互联网立法所存在的滞后性问题[5]。首先，立法长远结合、大小兼顾。既完善“大部头”，新消法修订十年来，消费业态、治理体系等发生了不少变化，可适时研究新一轮修订。也注重“小块头”，地方性法规和专项行政指引可能更“解渴”。各方预期不仅在法律层级，也在于规则是否清晰、是否从实际出发。能三五条解决问题就不必鸿篇巨制，能现在出台就不必等上位法修订。其次，执法提升覆盖面和精细度。发扬斗争精神，大幅强化“投诉转案件”，加大关系群众切身利益的重点领域执法力度，减少投诉土壤。注重消法自身落地，对经营者故意拖延、无理拒绝消费者合理诉求的加强查办，缓解售后服务突出瓶颈，形成违法必究的稳定预期。同时，执法与教育相结合、惩前与毖后相结合。综合运用约谈、警告、责令整改、轻微首违免罚等柔性手段，促使经营者落实消费维权主体责任。最后普法融入日常工作。习近平总书记强调“推动更多法治力量向引导和疏导端”。可创新常态化的消费提示警示、消费教育引导、经营者合规培训、媒体宣传、专家解读等机制，打基础利长远，持续提升全社会守法意识。

### 5.2. 增强消费者自我保护意识和经营者自律管理工作

消费者是个人信息的源头，也是个人信息泄露的最大受害者。因此，消费者自身一定要加强个人信息保护意识，对新技术、新应用保持足够的警惕性。在互联网上购买产品过程中，要注重个人信息的保护，做到不轻易透露个人信息，从源头上切断个人信息被滥用，不当使用的可能性，并采用必要的技术防范手段。同时，国家网络监管部门、消费者协会、电商协会等组织要积极采取措施，通过宣传、教育和引导等方式，帮助消费者提高个人信息保护意识，建立个人信息保护第一道防线。

同时，经营主体应加强自律，主动承担起更多的社会责任。相关部门应通过细化法律强化经营者的安全保障义务。在收集使用原则方面，坚持合法、正当、必要原则，对于经营者在何种情况、多大程度、

多长期限以及如何收集、使用消费者个人信息，立法应作出详细规定，确保消费者个人信息保护的可操作性。

### 5.3. 完善行业基础设施建设

其一，重视 12315 晴雨表，灵敏把握消费者诉求的结构性变化趋势，有针对性地补齐监管短板，全面规范日常经营、查处违法行为、夯实信用基础、疏导社会矛盾。加强预见性，避免造成更大的治理成本。其二，发挥全国放心消费示范城市创建的指挥棒作用，运用消保工作部门联席会议制度，推动各级党委政府构建起综合监管、行业监管、企业主体、行业自律、社会监督相结合的消费环境共建共治共享体系。其三，完善统一权威高效的投诉举报处理体系。持续提高全国 12315 平台的按时办结率、调解和解成功率和基础数据质量；全面开展消费投诉信息公示，以公开换公正，以市场化机制解决市场失灵问题；健全消费纠纷在线和解、多元化解体系，统筹线下无理由退货和 12315 “五进”，巩固基层消费维权网络，引导更多消费纠纷化解在源头和萌芽。

互联网平台经济作为一个新鲜事物，需要和消费者进行默契磨合。现阶段下，互联平台经济须正视自己存在的问题，补齐短板；消费者则须提升自我消费素质，增强自我保护意识。只有二者全力配合，消费者权益保护工作才能打造出干净、平等、互惠的消费环境。在互联网平台经济新格局下，消费者权益保护工作是一个与时俱进的过程，既需要夯实现有传统消费模式的工作基础，更需要勇于在新模式新环境领域解决新问题，凝练新举措。

### 参考文献

- [1] 赵昌文. 高度重视平台经济健康发展[N]. 学习时报, 2019-08-14(001).
- [2] 激发平台经济新活力[J]. 浙江经济, 2023(7): 5.
- [3] 王涵. “大数据杀熟”背后的技术隐忧[N]. 民主与法制时报, 2021-01-07(005).
- [4] 陈兵. 有序升级消费者权益保护系统 新发展格局下扩大消费需求的关键路径[J]. 人民论坛, 2021(4): 42-45.
- [5] 段传龙. 中国互联网立法的成就、问题与完善[J]. 河北大学学报(哲学社会科学版), 2019, 44(2): 156-160.