

电商消费者权益保护法律问题研究

李竞阳

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年3月13日; 录用日期: 2024年4月8日; 发布日期: 2024年5月24日

摘要

随着我国电子商务的蓬勃发展, 个人消费者在数字化时代面临着新的权益保护挑战。本文对我国电子商务个人消费者保护法律问题展开深入研究, 从消费者知情权、公平交易权、隐私权及救济途径等四个方面进行详实剖析。通过对消费者知情权的侵害情况进行分析, 揭示了经营者故意夸大、隐瞒信息可能导致消费者对重要信息的忽视, 对消费者知情权构成的恶意侵害。在此基础上, 本文提出了加强法规宣传、完善惩罚性赔偿机制、建立监管机构等措施, 以维护消费者知情权。就消费者公平交易权受到侵害问题, 本文从七天无理由退货规定中的限定使用商品、假冒伪劣产品等多个角度分析, 呼吁进一步拓展无理由退货权的适用范围, 加强对不动产等非商品领域的规范, 以构建更加完善的消费者权益保护体系。文章关注消费者救济途径受到限制的问题, 提出了全面规定经营者侵权的惩罚性赔偿责任体系的建议, 包括扩大适用范围、增加赔偿力度、建立明确的程序和标准, 以及整合刑事案件和民事案件的机制, 以提高救济途径的真实有效性。

关键词

电子商务, 消费者权益, 线上交易

Study on the Legal Issues of Consumer Rights and Interests Protection in E-Commerce

Jingyang Li

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 13th, 2024; accepted: Apr. 8th, 2024; published: May 24th, 2024

Abstract

With the booming development of e-commerce in China, individual consumers are facing new

文章引用: 李竞阳. 电商消费者权益保护法律问题研究[J]. 电子商务评论, 2024, 13(2): 2235-2241.

DOI: 10.12677/ecl.2024.132272

challenges in protecting their rights and interests in the digital age. This article conducts in-depth research on the legal issues of individual consumer protection in e-commerce in China, and provides a detailed analysis from four aspects: consumer right to know, fair transaction right, privacy right, and remedies. By analyzing the infringement of consumers' right to know, it is revealed that intentional exaggeration and concealment of information by operators may lead to consumers ignoring important information and constitute malicious infringement of consumers' right to know. On this basis, this article proposes measures such as strengthening regulatory publicity, improving punitive compensation mechanisms, and establishing regulatory agencies to safeguard consumers' right to know. This article analyzes the issue of infringement of consumer fair trade rights from multiple perspectives, such as the restricted use of goods and counterfeit and inferior products in the seven day no reason return policy. It calls for further expansion of the scope of application of the no reason return right, strengthening the regulation of non commodity fields such as real estate, and constructing a more complete consumer rights protection system. The article focuses on the limitation of consumer remedies and proposes a comprehensive punitive compensation liability system for operator infringement, including expanding the scope of application, increasing compensation, establishing clear procedures and standards, and integrating mechanisms for criminal and civil cases to improve the authenticity and effectiveness of remedies.

Keywords

E-Commerce, Consumer Rights and Interests, Online Transactions

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

随着电子商务的蓬勃发展，人们的购物方式逐渐从传统的实体店面转向便捷高效的在线平台。然而，电商的崛起也伴随着一系列消费者权益保护的法律问题。在这个数字化、全球化的时代，消费者面临着更为复杂和多样化的风险，而相关法律框架是否足以满足这一挑战成为了学界和业界的关注焦点。

电子商务平台作为商品和服务的交易媒介，涉及众多商家和消费者的互动，引发了一系列关于消费者知情权、公平交易权、隐私权和救济途径等方面的法律问题。本文旨在深入探讨电商消费者权益保护法律问题，以全面了解现行法规在应对电子商务发展所带来的新情境下的适用性和不足之处。通过对具体案例的分析以及法规存在的漏洞，我们将探讨未来法律改革的可能方向，以更好地适应电子商务时代消费者权益保护的需求。

2. 我国电子商务个人消费者保护现状

2.1. 立法现状

在电子商务领域，我国已经建立了一系列法律法规来保护个人消费者的权益。例如，《中华人民共和国消费者权益保护法》¹为电子商务消费者保护提供了基本法律框架，明确了消费者的基本权利和经营者的义务[1]。此外《中华人民共和国电子商务法》²也针对电子商务的特性，对个人信息保护、电子合同、

¹1993年10月31日第八届全国人民代表大会常务委员会第四次会议通过，根据2009年8月27日第十一届全国人民代表大会常务委员会第十次会议《关于修改部分法律的决定》第一次修正，根据2013年10月25日第十二届全国人民代表大会常务委员会第五次会议《关于修改〈中华人民共和国消费者权益保护法〉的决定》第二次修正。

²2018年8月31日第十三届全国人民代表大会常务委员会第五次会议通过。

交易纠纷解决等方面进行了规定。近年来，随着电子商务的快速发展，相关部门还出台了一系列政策和指导意见，不断完善电子商务法律法规体系。

2.2. 司法现状

在司法层面，我国各级法院设立了专门处理电子商务纠纷的法庭或审判庭，提高了电子商务纠纷的审理效率。法院也积极运用现代科技手段，如在线庭审、电子证据认证等，为电子商务消费者提供更加便捷、高效的司法服务。此外，法院还加强了与电子商务平台的合作，共同推动电子商务纠纷的多元化解决机制。

2.3. 执法现状

在执法方面，我国政府相关部门积极履行监管职责，加强对电子商务平台的监管力度。例如，市场监管部门对电子商务平台进行定期检查和专项整治，打击假冒伪劣、虚假宣传等违法行为。税务、工商等部门也加强了对电子商务活动的监管，确保电子商务交易的合法性和规范性。此外，政府还鼓励和支持行业协会、消费者组织等社会力量参与电子商务监管，形成多方共治的良好局面。

3. 电子商务领域侵犯消费者权益的突出问题

3.1. 消费者知情权受到侵害

美国前总统约翰·肯尼迪于 1962 年提出消费者应当享有获得商品正确资料的权利即知情权。³而根据《中华人民共和国消费者权益保护法》第八条⁴，知情权是指消费者享有知悉其购买、使用商品或者接受服务的真实情况的权利[2]。

电子商务交易的虚拟性使得一些经营者利用消费者无法直接感知有形商品特征的特点，对商品图形信息进行加工处理，隐瞒真实信息或夸大影响，严重损害了消费者的知情权。第一，美化商品信息是侵害消费者知情权的一个方面。在很多网络交易平台上，商品的生产地、保质期等详细信息无法清晰显示，消费者只能看到卖家精心拍摄的照片，与实际情况可能存在出入。第二，虚假信息也削弱了消费者的知情权。《消费者权益保护法》第十八条⁵、第二十一条⁶明确规定：“对可能危及人身、财产安全的商品和服务，必须向消费者作出有效的说明和警示”；经营者提供的商品或服务必须真实、全面，不得弄虚作假、误导消费者，但在实践中，经营者往往不遵守规定，有时故意隐瞒影响销售的信息。这种隐瞒可能涉及产品的某些成分，如药品、食品等，不仅侵犯了消费者的知情权，也损害了消费者的人身权利。第三，故意夸大产品功效也严重侵犯了消费者的知情权。以鸿茅药酒为例，广告中夸大产品的适应性、治疗功能，或者不科学地宣称产品的适应性、治疗功能，严重违反了《消费者权益保护法》的相关规定。这种刻意的夸大宣传很容易吸引识别能力较低的老年消费者，但往往会忽略用药禁忌。根据内蒙古红毛丹药业股份有限公司不良反应中心的数据披露，自 2004 年至 2018 年 2 月底，累计上报不良反应案例高达 137 例。这一系列不良反应案例的数量表明，企业在产品信息披露方面存在着问题。从这些案例中可以看出，一些企业选择故意忽略或粉饰产品的不良反应，以谋取自身的利益，从而违反了消费者知情权

³美国前总统约翰·肯尼迪在 1962 年 3 月 15 日向国会提交的《消费者权利咨文》中，提出了消费者应当享有四种基本权利之一即是获得商品正确资料的权利。

⁴《中华人民共和国消费者权益保护法》第八条消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。消费者有权根据商品或者服务的不同情况，要求经营者提供商品的价格、产地、生产者、用途、性能、规格、等级、主要成份、生产日期、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书、售后服务，或者服务的内容、规格、费用等有关情况。

⁵第十八条经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。对可能危及人身、财产安全的商品和服务，应当向消费者作出真实的说明和明确的警示，并说明和标明正确使用商品或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法。

⁶第二十一条经营者应当标明其真实名称和标记。租赁他人柜台或者场地的经营者，应当标明其真实名称和标记。

的基本原则。

更为严重的是，网络上频繁发生的消费欺诈事件更是让消费者深感不安。不法分子利用消费者对电子商务平台的信任，制造虚假的商品信息，诱导消费者购买并不存在或质量低劣的商品和服务。这些欺诈行为不仅给消费者带来了巨大的经济损失，也严重损害了电子商务行业的健康发展。

3.2. 消费者公平交易权受到侵害

在电子商务的世界里，商品交易合同的制定权往往牢牢掌握在经营者手中。消费者往往只能被动地接受商家设定的条件，这使得消费者的选择权受到了极大的限制[3]。这种情形明显违背了公平交易的基本原则，导致消费者在交易过程中失去了与经营者平等协商的权利，进而使得消费者在交易中处于明显的劣势地位[4]。

根据《消费者权益保护法》，在没有退货理由的情况下限制使用商品七天，侵犯了消费者的公平交易权。该法第25条规定了经营者通过网络、电视、电话、邮寄等方式销售商品。消费者可以在收到商品后7日内退货，无需说明理由。⁷但该法第(2)款排除了四类商品的不合理退货权：消费者订单、鲜活易腐商品、数码产品、交付的报纸和期刊，为卖家提供了拒绝退货的理由。这可能导致一些卖家处于次要地位，从而损害消费者的公平交易权。例如，2017年，网店销售的石榴因质量问题引发争议。消费者要求退货，但卖家以不在7天退货期内为由拒绝退货。在电商环境下，售假、售假事件时有发生，侵害了消费者的公平交易权。例如，2018年，销售劣质纸尿裤的案例屡见不鲜，消费者购买后发现产品质量差，卖家却以各种理由拒绝处理。这些情况的出现，凸显了消费者公平交易权在电子商务中的脆弱性[5]。

除此之外，电子商务的多样化发展同样决定了侵犯消费者公平交易权类型的多样化，我国学者指出电子商务平台利用大数据杀熟中侵害消费者公平交易权的具体表现形式多样，其中包括利用点击合同侵害消费者公平交易权、利用信息失衡来侵害消费者公平交易权以及利用算法价格侵害消费者公平交易权，各种类型的侵权方式都或多或少的体现出电子商务平台与消费者之间的地位差距。在大数据时代，电子商务平台虽不具备市场支配地位，但是其相对于消费者而言在信息收集、数据分析等方面具有明显优势[6]。

3.3. 消费者隐私权受到侵害

随着电子商务的蓬勃发展，消费者隐私权受到侵害的问题日益凸显。在电子商务交易中，消费者的个人信息往往被经营者或第三方平台记录、存储，甚至被滥用，给消费者带来了极大的困扰和损失。虽然《电子商务法》明确规定了电子商务经营者收集、使用其用户个人信息时应当遵守法律、行政法规有关个人信息保护的规定，但仍存在经营者为了自身利益知法犯法的情况[7]。

经营者的自私行为是消费者隐私权受到侵害的主要表现之一。为了追求商业利益，一些经营者会利用消费者提供的个人信息进行商品促销、发送垃圾短信等活动。这种行为不仅打扰了消费者的日常生活，还可能泄露消费者的个人信息，给消费者带来不必要的麻烦。更有甚者，一些经营者还会通过电话骚扰的形式对消费者进行骚扰，严重影响了消费者的生活质量和心理健康。经营者或交易平台的恶意行为也是消费者隐私权受到侵害的重要原因。一些不法分子通过非法手段获取消费者的个人信息，进行敲诈勒索或其他违法活动。这些行为不仅侵犯了消费者的隐私权，还可能给消费者带来严重的经济损失和人身安全威胁。更为严重的是，一些交易平台为了获取更高的利益，竟然将消费者的机密信息出卖给第三方，使得消费者的隐私安全处于极度的风险之中[8]。

⁷第二十五条经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由，但下列商品除外：(一) 消费者定作的；(二) 鲜活易腐的；(三) 在线下载或者消费者拆封的音像制品、计算机软件等数字化商品；(四) 交付的报纸、期刊。除前款所列商品外，其他根据商品性质并经消费者在购买时确认不宜退货的商品，不适用无理由退货。

信息保护技术的不足也是导致消费者隐私权受到侵害的重要原因之一。在电子商务环境下，消费者在购买商品时难免会在第三方平台留下记录。由于信息保护技术的不完善，这些记录很可能被黑客攻击或泄露，一旦这些信息被不法分子获取，消费者的个人隐私将面临严重的威胁。这不仅凸显了电子商务环境下消费者隐私保护的缺陷，也暴露了潜在的风险和挑战。

3.4. 消费者救济途径受到限制

由于电子商务和信息交流的不平等，当产品出现问题时，消费者很难得到保护。卖家以拒绝提供退货地址为由，要求消费者承担责任，从而损害了消费者的合法权益。缺乏维权意识的消费者无法有效保护自己的权益。即使通过网络投诉机制或法律途径，也往往面临诉讼费用高昂、经营者身份难以确定、交易记录被销毁、取证困难等限制。实际有效的救济手段仍然不足，这表明消费者在电子商务中的救济权利有限。

对于购买商品来说，退换货权问题更是难上加难。由于商品本质上是一种数据形式，具有可复制的特性，一旦消费者购买并接收了商品，经营者往往拒绝提供退换货服务。消费者认为一旦商品被消费者接收，就无法保证其完整性和未被篡改的状态，因此无法进行退换货。然而，这种做法显然对消费者极为不公，因为消费者在购买商品时同样享有退换货的权利。

4. 对我国电子商务个人消费者保护立法的建议

4.1. 保障消费者知情权

在电子商务领域，保障消费者的知情权是维护消费者权益的基础和前提。立法应明确规定电子商务经营者必须承担向消费者提供全面、准确、及时商品或服务信息的义务。这意味着经营者必须确保所提供的商品或服务信息真实可靠，不夸大其词，不隐瞒任何可能影响消费者决策的重要信息。

具体而言，立法应要求电子商务经营者详细披露商品的性能、规格、价格、产地、生产者、用途、有效期限、检验合格证明、使用方法说明书等关键信息。对于服务，经营者同样需要明确告知服务的内容、质量、价格、履行期限等重要细节。此外，立法还应规定经营者必须及时更新商品或服务信息，确保消费者能够获取到最新、最准确的信息。为了防止经营者发布虚假广告或误导性信息，立法应设定严格的法律责任。对于发布虚假广告或误导性信息的经营者，应依法追究其法律责任，包括民事赔偿、行政处罚甚至刑事责任，还应鼓励消费者积极举报虚假广告或误导性信息，保护消费者的举报权益。

除了对经营者的直接监管外，立法还应建立和完善电子商务平台的信息披露机制。电子商务平台作为连接经营者和消费者的桥梁，应承担起监管职责。平台应建立有效的信息披露制度，对平台上的商品或服务信息进行审核和把关，确保信息的真实性和可靠性。平台还应采取技术手段，防止虚假宣传和欺诈行为的发生，保护消费者的知情权和选择权。

4.2. 维护消费者公平交易权

在电子商务领域，维护消费者的公平交易权至关重要。公平交易权是消费者在购买商品或接受服务过程中应当享有的基本权利，它要求交易双方在平等、自愿、公平的基础上进行交易。然而，在电子商务环境中，由于信息不对称、技术壁垒等原因，消费者的公平交易权往往容易受到侵害。因此，立法应着重强调电子商务交易中的公平性和公正性，确保消费者能够在一个公平、透明的环境中进行交易。

第一，立法应禁止电子商务经营者利用技术手段或格式条款侵害消费者的公平交易权。经营者不得通过技术手段操纵交易结果，如虚假交易、刷单炒信等行为，以误导消费者。立法还应规范格式条款的使用，防止经营者利用格式条款排除或限制消费者的权利，如不公平的退换货政策、不合理的违约金条

款等。

第二，加强对电子商务合同的监管也是维护消费者公平交易权的重要措施。立法应要求电子商务合同必须合法、公平，并明确规范合同条款的内容和形式。监管部门应加强对电子商务合同的监督检查，对于违反法律法规或损害消费者利益的合同条款，应及时予以纠正和处罚[9]。

第三，完善退换货制度也是维护消费者公平交易权的关键环节。立法应明确消费者在合理期限内享有无理由退换货的权利，确保消费者在购买商品后能够有足够的时间进行考虑和选择，退换货流程和责任分担也应明确规范，避免出现退换货过程中的纠纷和矛盾。

4.3. 保护消费者隐私权

随着电子商务的蓬勃发展，消费者隐私权保护问题日益凸显。在数字化时代，个人信息已成为一种重要的资产，其保护和利用需要平衡。因此，立法在保护消费者隐私权方面扮演着至关重要的角色。

立法应明确规定电子商务经营者收集、使用消费者个人信息的范围、目的和方式。这意味着经营者必须在法律允许的范围内，明确告知消费者其收集信息的目的、使用方式及可能的风险，并获得消费者的明确同意。同时，立法还应鼓励经营者采取最小化原则，即只收集和使用与业务必要相关的个人信息，避免过度收集。要求电子商务经营者采取必要的技术和管理措施保障信息安全。这包括但不限于加强数据加密、实施访问控制、定期进行安全审计和漏洞检测等。经营者有责任确保消费者个人信息不被未经授权的第三方获取、篡改或滥用[10]。

立法应明确禁止电子商务经营者未经消费者同意擅自泄露、出售或非法获取消费者个人信息。对于违反这一规定的经营者，应受到严厉的法律制裁，包括民事赔偿、行政处罚甚至刑事责任。通过加大违法成本，可以有效遏制侵害消费者隐私权的行为。

3.4. 完善消费者救济途径

在电子商务领域，完善消费者救济途径是确保消费者权益得到有效保障的重要环节。当消费者的权益受到侵害时，他们应当能够及时、便捷地获得救济和赔偿，立法和监管机构应当致力于简化消费者维权程序，降低维权成本，提高维权效率。

第一，建立电子商务纠纷快速处理机制是至关重要的，这一机制能够为消费者提供一个便捷的在线投诉和调解平台，使消费者能够迅速解决与电子商务经营者之间的纠纷。对此，有学者指出构建有效的网络消费者权益救济机制，除了完善传统诉讼制度，确立消网络消费者的证据优势地位以外，还要推广成本低，耗时少，效率高的在线纠纷解决机制[11]，通过简化投诉流程、缩短处理时限和提高调解成功率，这一机制将大大提高消费者维权的效率和满意度。

第二，加强执法力度也是完善消费者救济途径的关键。对于侵害消费者权益的行为，执法机构应当加大打击力度，确保违法者受到应有的法律制裁，这不仅能够维护消费者的合法权益，还能够起到警示作用，防止类似行为再次发生。

第三，建立消费者维权基金或法律援助机制也是必要的。这些机制能够为经济困难的消费者提供必要的法律帮助和经济支持，确保他们能够平等地参与维权过程，通过提供法律咨询、法律援助和资金支持，这些机制将帮助消费者更好地维护自己的权益，实现公平正义。

5. 结束语

在电子商务飞速发展的时代，消费者权益保护显得尤为重要。为确保消费者的合法权益不受侵害，应优先考虑惩罚性赔偿制度的合理运用。这一制度不仅能有效增加企业不当行为的成本，减少其不当行

为的收入,还能增加消费者维权收入,大大降低消费者维权成本。完善信用评价和监管机制也是保护消费者权益的关键措施。不断加强消费者权益保护工作,既能保护消费者的合法权益,又能促进电子商务行业有序健康发展,营造良好的市场氛围。只有这样,电子商务才能为消费者提供便利,为企业提供公平竞争的机会。

参考文献

- [1] 冯梦飞. 电子商务时代的消费者权益保护——跨境在线购物的法律挑战[J]. 互联网周刊, 2023(19): 48-50.
- [2] 温蕾. 电子商务中的消费者知情权保护探讨[J]. 中国流通经济, 2015, 29(2): 119-124.
- [3] 金毅. 论电子商务中消费者权益保护问题[J]. 佳木斯职业学院学报, 2019(3): 43-44.
- [4] 李亚文. 论苏童的文化经验与小说创作[D]: [硕士学位论文]. 上海: 上海师范大学, 2023.
- [5] 吴珍. 电子商务中消费者权益的法律保护[J]. 普洱学院学报, 2023, 39(2): 36-38.
- [6] 胡元聪, 冯一帆. 大数据杀熟中消费者公平交易权保护探究[J]. 陕西师范大学学报(哲学社会科学版), 2022, 51(1): 161-176.
- [7] 张俊英, 韩佳凝. 网络交易消费者权益保护机制构建及优化路径[J]. 消费经济, 2021, 37(4): 45-52.
- [8] 吴海莉. 我国电子商务中消费者权益保护的法制研究[J]. 大陆桥视野, 2021(5): 64-66.
- [9] 李金阳, 李精业. 电子商务中消费者权益的法律保护[J]. 辽宁经济, 2021(4): 52-55.
- [10] 江昊晨. 刍议我国电子商务中消费者权益的法律保护[J]. 北方经贸, 2021(2): 91-93.
- [11] 程建华. 困境与应对: 电子商务模式创新中的消费者权益保护[J]. 国家行政学院学报, 2015(6): 98-102.