

我国电子商务在线纠纷解决机制研究

胡 卉

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年3月17日; 录用日期: 2024年4月7日; 发布日期: 2024年5月27日

摘 要

在人类社会的高速发展中, 网络空间的不断壮大使得人类生活得到了空前的便利。网络的不断发展也使得电子商务这一新兴经济逐渐普及且发展迅猛, 随之而来的电子商务纠纷也不断增多。人们所熟知的纠纷解决机制在处理电子商务纠纷时通常缓慢、粗略且复杂, 而运用电子商务在线纠纷解决机制可以通过网络在线简单灵活地解决争议。通过分析在线纠纷解决机制在我国电子商务纠纷中的现状, 归纳问题所在, 提出相应思路, 如加强相关法律规制、要确立统一的在线纠纷解决机制平台等方式以用来处理电子商务纠纷更加公平、高效、便利。

关键词

电子商务纠纷, 在线纠纷解决, 体系建设

Research on the Online Dispute Resolution Mechanism of E-Commerce in China

Hui Hu

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 17th, 2024; accepted: Apr. 7th, 2024; published: May 27th, 2024

Abstract

In the rapid development of human society, the continuous expansion of cyberspace has made human life unprecedentedly convenient. The continuous development of the network also makes the emerging economy of e-commerce gradually popularized and developed rapidly, and the ensuing e-commerce disputes are also increasing. The well-known dispute resolution mechanism is usually slow, rough and complicated when dealing with e-commerce disputes, but the e-commerce online dispute resolution mechanism can solve disputes simply and flexibly online through the

network. By analyzing the status quo of online dispute resolution mechanism in e-commerce disputes in China, this paper summarizes the problems, and puts forward corresponding ideas such as strengthening relevant legal regulations and establishing a unified online dispute resolution mechanism platform to deal with e-commerce disputes in a fairer, more efficient and more convenient way.

Keywords

Electronic Commerce Dispute, Online Dispute Resolution, System Construction

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

电子商务消费模式是消费者和商家借助于互联网技术在虚拟的网络环境中进行线上交易而线下实物交换或者线上完成交易服务的消费模式，由于该消费模式的不断壮大，类似于小红书、抖音、拼多多、1688等线上网络交易平台的数量也在逐年增多，网购、网络服务交易活动也日益增长，电子商务交易进一步成为多数人的日常生活消费方式出现在大众的视野里。然而在虚拟的网络环境中进行的交易，消费者和商家之间隔着互联网，信息流不对等，会导致信息差距的存在，且商家可能存在恶意美化商品的行为、消费者粗心大意下错订单的行为，必然会导致买卖纠纷出现的概率加大。线上购物纠纷不断产生，纠纷类型多样、产生纠纷方式简单，有常态化和多样化的趋势。这类消费纠纷易发生、次数多、纠纷标的额低、纠纷的起因相似，显然传统的纠纷解决模式在这种虚拟网络依托下的纠纷案件中举步维艰，而不同的电商平台内部附带的解决纠纷争议的程序机制也截然不同，且往往以追求效率、大事化小小事化了的原则解决纠纷模式单一化，其纠纷化解的效果并不理想。

互联网经济需要更加稳健的增长，这就要求互联网消费纠纷则能够有效、精准且满意地得到处理，建设良好的纠纷化解机制并在实践中不断完善，创造优美的营商环境，提高消费者的消费体验感，这也是新时代互联网治理的重要议题之一。¹针对电子商务活动产生的争议和纠纷要做到对症下药，杀鸡不用宰牛刀。运用传统的纠纷解决模式处理大量的电子商务消费纠纷，不仅会给法院增加巨额工作量，浪费司法资源，还会拉长消费者的维权时间，建立适应电子商务消费模式的在线纠纷解决机制有助于与快速发展的电子商务经济相辅相成，协助促进互联网经济进步。

2. 电子商务消费在线纠纷解决机制的概述

在线纠纷解决机制(Online Dispute Resolution, 简称 ODR, 后文均用 ODR 进行表述), 是伴随着信息技术和互联网发展而兴起的有别于传统纠纷解决方式的新型纠纷解决机制, 着重强调快速回应和更加方便的去解决纠纷。我国的电子商务经济发展相较于国外在时间上晚了一些, 相应的我国对 ODR 机制的理论研究和实践也自然而然开始的比较晚。电子商务的兴起必然伴随着电子商务纠纷的产生, ODR 机制的引进与探索, 也是从电子商务领域率先进行的。ODR 与我国直接面向消费者销售产品和服务的商业模式的交易纠纷处理高度适配, 能够在虚拟的互联网环境电商消费中做到低成本高效率的化解纠纷[1]。

¹资料来源: 习近平在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告, 中国网
http://news.china.com.cn/2023-01/13/content_85057459.htm,2024-04-02。

2.1. 电子商务消费在线纠纷解决机制的概念

ODR 的概念不具有单一性,众说纷纭。第一种说法指出 ODR 是以 ADR (Alternative Dispute Resolution, 简称 ADR)为基础的,多种类线上替代性纠纷解决方法的总称,是 ADR 在网络空间的拓展与延伸[2]。也有学者指出,ODR 是 ADR 在信息和通信技术时代的产物即产生纠纷的当事人通过某种通信平台进行协商、调解或仲裁,解决纠纷[3]。第二种观点认为,ODR 是指利用互联网解决纠纷的一切方式和制度总称[4]。上述观点成因是由于科学技术和社会的发展,学者根据不断出现新的情况而定义的。本文认为 ODR 机制是除了在线诉讼之外的传统的替代性纠纷解决机制演变而来的。

2.2. 电子商务纠纷及在线纠纷解决机制的特征

分析电子商务纠纷的特征和电子商务在线纠纷解决机制的特征,用最合法合规的纠纷解决方法去处理纠纷,快速、公正的处理纠纷的同时也能减轻各地方司法单位的日常工作负担。

2.2.1. 电子商务纠纷的特征

电子商务活动与传统交易模式有些许区别:首先传统的交易通常在统一空间和时间内进行,而电子商务交易在地区上不具有同一性,故伴随着电子商务交易产生的电子商务纠纷的地区上同也不具有同一性,参与电子商务交易活动的双方当事人,即商家和消费者基本不会在同一个地方,在交易的过程中,双方当事人不需要通过线下交谈的方式一手给付货款一手交付商品,而是通过电子商务网络虚拟平台,通过平台这架桥梁来进行一系列的交易活动,例如挑选商品、询价和交付等行为,即消费者在一个地方利用电脑或者手机上的付款软件选择要购买地产品、确定好交易金额后进行付款,商家在另一个地方通过快递将货物邮寄交付给消费者,全部交易过程均依靠互联网,不受时间、地区限制束缚,完全脱离面对面地交易方式完成线上商品、货币的自主转移。第二,绝大多数电子商务交易的交易额较小,若采用传统诉讼方式,消费者维权的时间成本和金钱成本会很高,长此以往大部分消费者会为了规避产生纠纷维权的风险减少网络购物的次数而选择线下消费,这不利于互联网经济的发展。

2.2.2. 电子商务纠纷解决机制的特征

首先,ODR 机制主动性强。ODR 机制的启动和开展都是在买卖双方自愿的基础上才能进行,并且 ODR 机制的启动与终止,双方的真实意志发挥很大的作用,双方均有权利在纠纷解决过程中随时中止甚至终结纠纷解决程序。并且采用 ODR 机制和任意一方采取诉讼等其他纠纷解决方式处理纠纷问题是可以并存的。其次,ODR 机制选择具有高度灵活性,采用 ODR 机制解决网络消费纠纷充分尊重了当事人的主体地位,最大程度的保障了当事人的权利,而传统以诉讼为中心的纠纷解决机制程序相对更加严谨。再次,ODR 机制具有经济性。这里的经济性主要是与传统线下纠纷解决机制相比较来说,在线纠纷解决机制仅需要依赖互联网技术与相关电子协议便可实现跨地域的商家与消费者之间的纠纷解决,极大的降低了纠纷解决所需耗费的时间和金钱成本。最后,ODR 机制比较温和。与传统的需要消费者与商家碰面坐下来纠纷解决机制有所差别,依托于互联网技术实现了双方在互不见面的情况下的对话与协商,避免了直接见面后因对方语气与情绪地些许变化导致的暴力冲突的发生。在这种低对抗情形下,双方也更容易平缓、温和、理性地从权益维护的角度开展双方地友好协商。

3. 我国电子商务在线纠纷解决机制存在的瑕疵

我国电子商务在线纠纷解决机制近些年才被提出,正在逐渐发展,不同于国外已有的成熟的电子商务在线纠纷解决机制一般完善。现有的在线纠纷解决平台因其自身存在缺陷,实际上并未充分发挥其在引导国内建立在线纠纷解决机制体系的积极作用。通过对我国电子商务纠纷在线解决机制发展的研究,

发现主要存在的问题集中在相关法律规定不完善、纠纷解决平台及相应监督的缺失等方面。

3.1. 电子商务在线纠纷解决机制相关法律规定不完善

电子商务纠纷解决体系作为互联网交易活动纠纷解决体系的重要组成部分，不能只成为理论上的巨人，需要通过明确的法律规定以使在线纠纷解决机制更有权威。尽管我国 2018 年通过、2019 年 1 月 1 日起正式生效并实行的电子商务法明确体现了我国民间 ODR 的规范管理与法治保障，推动了我国电商平台自发构建并将 ODR 作为其平台内的纠纷解决机制，虽然在一定程度上为消费者创造了高效便捷的维权纠纷解决渠道，提供了中国网络空间中的诉讼来源自治和管理，进一步完善管理模式，使其更加多元化、民主化、简单化，创新思维的方式和高效运行的模式使治理更加合理。然该法并没有正式认可在线纠纷解决机制，根据有关学者的观点，应当制定完整的实体法律进行规制，且在相关实体法之间形成有针对性的法律体系。

《中华人民共和国电子商务法》第六十三条规定：“电子商务平台经营者可以建立争议在线解决机制，制定并公示争议解决规则，根据自愿原则，公平、公正地解决当事人的争议。”²该法条的规定便成了各大电商平台内部的在线纠纷解决机制设立依据的官方遵循。此规则并未对电商平台之外的在线纠纷解决机制做出规定。各个在线纠纷解决平台各自为政，不成体系，不仅未能从国家立法层面给予相应指导，反而鼓励电商平台自身结合运营情况，在不违反法律禁止性规定的前提下出台各自的在线纠纷解决规则。缺乏统一的导向指引，不同平台对法律规则的解读不同导致适用法律建立争议在线解决机制产生分歧，威胁到法律规定的公正性。

3.2. 统一的在线纠纷解决平台缺失

关于电子商务在线纠纷解决的问题没有形成完善的法律法规体系，在现实实践中在线纠纷解决机制的体系建设之路漫长。我国 ODR 结构比较单一，没有形成全方位、多层次、多格局的纠纷解决体系。电子商务纠纷的解决主要是依靠电商平台的内部 ODR 进行，民间建立的 ODR 网站处于起步阶段，发挥的作用微乎其微，显示产生地效果不能与电商平台一并而论。虽然随着在线诉讼的兴起和发展，我国建立了杭州、北京、广州互联网法院可以用于在线解决电子商务纠纷，但只是对很少部分地试点地区起到了一定的促进作用，放眼全国来看，对于全国的纠纷数量来说是九牛一毛，更是比不上传统诉讼方式解决纠纷的数量，仍然改变不了现阶段电商平台主导纠纷解决的局面。

线上纠纷解决机制与电子商务纠纷数量大而标的额小、全程在线等特性相匹配，然而在对该机制的发展现状进行剖析的时候了解到各个解纷主体、解纷阶段之间还存在各自为战、未能互联互通的衔接不顺地情况。各个电子商务平台内部 ODR 各过各的、没有统一规范，电商平台和其他的纠纷解决机构之间也缺少纠纷对接机制，一些纠纷解决平台重复建设，导致重复劳动，信息无法互联互通，不能资源共享等，影响解纷效率，增加了纠纷解决成本。衔接不顺不仅会影响纠纷解决的效率和成本，也不利于对纠纷解决的事前监管和事后预防。

4. 完善我国电子商务纠纷在线解决机制的对策

针对存在的问题，应当结合我国在线纠纷解决机制的实践，并适当对域外优秀经验进行借鉴，从完善相关立法、建立统一的纠纷解决平台等方面去完善我国的电子商务纠纷在线解决机制。

4.1. 完善相关法律法规

我国现行法律框架下并没有对在线纠纷解决机制的独立立法，也没有对其法律地位予以确认，在实

² 参见《中华人民共和国电子商务法》第 63 条。

践中更是态度不明,无论是在受案范围、适用规则还是最终结果方面均存在差异。要尽量保证我国在线纠纷解决机制的发展,法律上承认其纠纷解决主体地位首当其冲。这样在线纠纷解决平台出具的纠纷解决结果才能得到人们的信任,进而更好服务社会,最大程度发挥自己的功能,使我国电子商务纠纷在线解决机制在法治轨道上运行。

在线纠纷解决机制要想在现实生活中得到推广和广泛应用,必须要完善相关领域的法律法规,这样才能使其有效、有序地运行起来,保证其权威性和运行效果,从而真正在网络消费纠纷领域中为广大消费者服务[5]。首先,完善《电子商务法》相关条款。6年前生效实施的《电子商务法》第一次以法律的明文规定对电子商务纠纷采用在线解决机制予以了明确的表示,该规定也是在线纠纷解决机制在我国发展路程上的重大突破,具有划时代的意义。但《电子商务法》仅仅使对网络消费平台可以提供在线纠纷解决机制及规则进行了阐述,并未突出传统纠纷解决机制的不同类型在网络交易背景下所呈现出的特殊性。我国在制定和完善在线纠纷解决机制的相关法律时,不但要更加详细地规定《电子商务法》中关于电子商务纠纷处理方式,还有必要制定与其相关的单独法规对其进行系统地梳理。

4.2. 建立统一、有效的电子商务在线纠纷解决平台

为了更好地解决电子商务纠纷,应当着重建立统一的电子商务在线纠纷解决平台,以采用统一的规范或者标准处理纠纷,做到公平公正有效率。同时也要加强对平台内部的监督,合法合规的解决电子商务纠纷。

4.2.1. 建立统一的电子商务在线纠纷解决平台

首先,电商平台作为电子商务活动的产生地,大量的电子商务纠纷所涉及的数据包括各种合同、聊天记录、案涉金额等都被囊括其中。假如在电子商务平台内部解决纠纷,充分调动平台的能动性发挥其作用,将电商平台内部 ODR 作为解决电子商务纠纷的第一道屏障,做到内部纷争内部化解,纠纷“足不出户”便能轻松得到解决,消费者也不用再去寻找其他维权途径费时费力,顺便也缓解了我国当前法院纠纷案件数量庞大而办案人员数量少的压力。处理过程具体如下:当消费者发现所购产品或者服务有瑕疵等问题产生后先通过店铺的对话框和商家自行协商,双方沟通和交流是否存在争议和纠纷,再进一步交流如何让处理,在此之前不需要平台的介入,若双方协商结果达成一致,则自然遵循双方意愿本着意思自治的原则,由商家进行相应的后续处理;若双方协商未成,任意一方可以申请平台客服介入进行在线调解,若该电子商务平台不能处理纠纷,此时则需要通过一个公正中立的 ODR 平台来解决双方的纠纷,这些机构往往具有更高的专业性和独立性。建立一个由提供 ODR 服务网站和机构组成的统一平台,将有助于减轻司法系统的工作压力,还将有利于民间 ODR 平台的兴起和发展,同时促进 ODR 解决纠纷的推广使用。

4.2.2. 加强对在线纠纷解决机制结果的监督

根据相关法律法规的明确规定,电商平台可以自行建立电子商务争议在线解决机制。此时就会出现无数的内部规则体系由不同的电子商务平台制定。纠纷产生时,消费者和商家都要以该规则为依据促进争议的解决。这类似于电商平台掌握了主动权,选择何种规则体系都由电商平台确定,将消费者处于被动的地位。大多数情况下,处于弱势的消费者只能遵循其制定的规则来解决争议,而这些规则大多是不利于消费者一方的。故加强对在线纠纷解决机制结果的监管和监督是很有必要的,建立合理的监管体系,加强电子商务纠纷解决的公正和合理性,保持中立的态度对商家和消费者的合法权益进行平等保护,不偏袒不包庇。作为电商平台,追求利益最大化是应有之义,故不能过度放任内部的监管,不可过分相信平台内部监管作用的发挥,要进一步加强电子商务纠纷解决平台责任,限制平台过度自由的规定利己的

纠纷解决机制，以防止间接损害消费者对的维权权利，减少消费者对电子商务平台的不信任，减轻消费者的维护自身权益成本以促进电子商务行业的持续发展。

5. 结语

随着互联网的不断发展，在电子商务交易活动大幅度增多的趋势之下，电子商务行业快速发展，规模在不断扩大。随之发展的在线纠纷解决机制作为电子商务交易活动的产物，具有成本低廉、过程方便快捷以及效率高的优点，与电子商务在线纠纷的处理产生了极高的契合性，对多元化纠纷解决机制做了补充。但是，电子商务线上纠纷解决机制也存在一定的不足。要尽可能的有效解决其法律规则供应不足和监督不足等现实存在的瑕疵。促进在线纠纷解决机制成熟发展和运用，迅速、准确地处理电子商务网络纠纷，为电子商务地持续运行和发展提供有效的纠纷解决后盾。提高消费者在网络购物中的满意度，促进电子商务产业的发展。随着互联网技术的不断更新，发生在网络交易中的纠纷问题也会呈现出新的变化，固定不变的解决机制也会逐渐脱离有效处理纠纷的轨道。对此，需要根据现实发展需要不断推动我国的在线纠纷解决机制，使之成为老百姓耳熟能详、津津乐道的一套完善的纠纷解决体系。

参考文献

- [1] 郑世保. 在线解决纠纷机制(ODR)研究[M]. 北京: 北京法律出版社, 2012: 202.
- [2] 范愉. 多元化纠纷解决机制[M]. 厦门: 厦门大学出版社, 2006: 555.
- [3] 方旭辉. ODR——多元化解解决电子商务版权纠纷新机制[J]. 法学论坛, 2017(4): 155.
- [4] 齐爱民. 电子商务法原论[M]. 武汉: 武汉大学出版社, 2010: 297.
- [5] 景汉朝. 互联网法院的时代创新与中国贡献[J]. 中国法学, 2022(4): 49-73.