

数字经济背景下消费者权益保护问题分析

韩栋源

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年3月21日; 录用日期: 2024年4月8日; 发布日期: 2024年5月24日

摘要

由于数字经济发展迅速,相关领域立法无法及时更新来适应新形势,有关监管措施无法充分有效地落实。在立法层面,要进一步对经营者信息披露制度、各部门职权分配以及消费者个人信息保护等方面进行完善与细化。在监管层面,积极探寻新型监管模式,建立各监管部门协同机制,并对微额损害最低赔偿以及惩罚性赔偿制度进行完善。在消费者维权方面,进一步减少消费者维权成本并健全维权公益诉讼制度。从而进一步在数字经济背景下保障消费者权益,促进数字经济健康发展。

关键词

数字经济, 消费者权益, 行政监管

Analysis of Consumer Rights Protection Issues in the Context of Digital Economy

Dongyuan Han

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 21st, 2024; accepted: Apr. 8th, 2024; published: May 24th, 2024

Abstract

Due to the rapid development of digital economy, the relevant legislation cannot be updated in time to adapt to the new situation, and the relevant regulatory measures cannot be fully and effectively implemented. At the legislative level, we should further improve and refine the information disclosure system of operators, the distribution of authority among departments and the protection of consumer personal information. At the regulatory level, we should actively explore new regulatory models, establish a coordination mechanism among regulatory departments, and improve the system of minimum compensation for micro-damages and punitive damages. In terms of consumer rights protection, we will further reduce the cost of consumer rights protection and im-

文章引用: 韩栋源. 数字经济背景下消费者权益保护问题分析[J]. 电子商务评论, 2024, 13(2): 2339-2348.

DOI: 10.12677/ecl.2024.132287

prove the public interest litigation system for rights protection, so as to further protect consumers' rights and interests under the background of digital economy and promote the healthy development of digital economy.

Keywords

Digital Economy, Consumers' Interests, Administrative Supervision

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

2023 年 3 月 24 日, 中国互联网信息中心公布了第五十一次《中国互联网络发展状况统计报告》。该报告指出, 截至 2022 年 12 月, 我国网络用户达到 10.67 亿人, 同比增长 3549 万人。互联网普及率高达 75.6%, 较去年相同时期提升了百分之二点六。手机网络用户为 10.65 亿, 同比增长 3636 万人。这些都是数字经济与互联网经济不断发展的结果。但根据中国消费者协会的统计, 2013 年至 2020 年, 全国各消费者协会共受理消费者投诉 590.7 万件, 在此期间, 市场监督管理部门共查处消费者侵权案件 96 万余件, 受理消费者投诉 2176.8 万件, 与 1995 年至 2012 年受理的消费者投诉案件的总数相比增长了 118.1%。据此可以看出虽然我国数字经济的发展与互联网的普及给消费者带来许多便利, 但由此带来的侵权案件也不断增多。所以进一步维护消费者权益不仅是为了保护消费者个人利益, 还是促进数字经济发展的关键因素。

2. 数字经济下消费者权益保护的必要性

2.1. 数字经济下保护消费者权益的理论根据

2.1.1. 诚实信用原则

诚实信用原则是我国民法的基本原则之一, 其内涵主要包括: 要求交易双方当事人严格遵守已达成的交易, 不得侵害对方当事人的期待权, 当事人需善意且应当尽到合理的告知义务、个人信息或商业秘密的保密义务与有关利害信息的披露义务等。而在数字经济背景下, 互联网交易采取数据化的交易模式, 具有虚拟性、数据性等特征, 因此我国诚实信用原则也与时俱进, 不断提出新的内涵与适用标准, 例如电子商务平台应当依照诚实信用原则来履行信息披露义务、互联网交易经营者应当依照诚实信用原则对商品进行宣传等, 以此应对数字经济不断发展所带来的新挑战。因此, 诚实信用原则对数字经济背景下保护消费者权益巨大重要作用。

2.1.2. 公平交易原则

在数字经济背景下, 由于互联网交易的固有属性即数据化、虚拟性、隐蔽性等, 导致消费者的弱势地位进一步加深。我国《民法典》第六条规定: “民事主体从事民事活动, 应当遵循公平原则, 合理确定各方的权利和义务。”¹我国《消费者权益保护法》第四条规定: “经营者与消费者进行交易, 应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则。”²由此可得出, 无论是《民法典》还是《消费者权益保护法》

¹ 《中华人民共和国民法典》第 6 条。

² 《消费者权益保护法》第 4 条。

都强调交易双方当事人须基于公平交易原则进行交易。而且在数字经济背景下，互联网等新兴交易形式作为商事交易活动的重要组成部分，其也应当遵循公平交易原则进行交易活动。许多电子商务经营者利用算法等新型技术手段不正当地收集消费者的偏好等信息，导致大数据杀熟等情形的出现，违反了公平交易原则，侵害了消费者在数字经济背景下的合法权益。

2.1.3. 信息不对称理论

信息不对称是指具有相关性的主体对于相关信息掌握的程度不相同，用来说明在不完全信息的市场中，有关交易内容的信息在交易双方的不对称分布对交易行为所带来的影响，以及因由于信息的不对等所导致降低市场效率的负面影响。在数字经济背景下的过程中，消费者往往不具备相应的专业知识，导致对交易商品不具有专业的认识[1]。而在市场经济下，就会出现电子商务经营者故意对消费者隐瞒商品的真实信息，采用商品低价销售、虚假宣传等方式对消费者进行欺诈以谋求利益最大化。在电子商务的交易过程中，消费者对于交易涉及的商品信息主要是通过电商平台经营者所发布的关于商品信息的介绍等，消费者对于该商品信息介绍的真实性无法予以有效辨别。如果电子商务经营者利用与消费者之间的信息不对等，欺骗消费者进行商品交易，将会使得消费者权益在数字经济下受到损害。

2.2. 数字经济下侵害消费者权益的特殊表现

2.2.1. 侵犯消费者隐私权

在数字化水平高度发达的今天，我们往往会收到一系列推送，而且这些推送都与自己生活密切相关。虽然带来了便捷，能够精准地把广告推送有需要的人，但这也意味着消费者的隐私权遭到了侵害。我国学者大多认为隐私权是自然人所享有的、对与公共利益无关的个人信息进行支配的一项人格权[2]。然而由于网络的虚拟性，个人信息即消费者的隐私权在电子商务领域就变得格外重要。例如某些电子商务平台要求消费者在购买前，需要填写详细的个人信息并且发出一系列的授权请求，从而能够根据消费者购物偏好等进行推送，然而在采集个人信息后平台又未能采取足够的信息技术防范个人信息泄露，这就导致消费者隐私权受侵害的可能性大大提高。由此可见，在数字经济背景下，由于大数据等各种信息技术的出现，消费者的隐私权与以往相比更加难以保障，因而需要在各个方面对其进行完善。

2.2.2. 侵犯消费者自主选择权

在数字经济背景下，由于交易逐渐电子化数据化，导致新兴电子技术容易对消费者权益进行不易察觉的侵害，所以消费者的自主选择权在该背景下更加难以保护。例如当前电子合同已经成为一种最主要的达成交易的方式，而且商家为了交易的便利性，已经将格式条款作为电子合同的重要组成部分。互联网消费者在网络上下单时，由于互联网无法面对面交易而商家又预先设置好格式条款，导致商家的提示说明义务无法充分发挥有效性，或者通过条款的默认勾选、条款过度冗杂、将字体设置的极小等一系列手段，一定程度上限制剥夺了网络消费者的自主选择权。

2.2.3. 侵犯消费者知情权

在数字经济背景下，由于互联网的隐蔽性、虚拟性，导致在有些互联网交易过程中，买卖双方所获取的信息不对等，商家可以通过技术手段隐藏部分信息，从而侵害消费者的知情权。知情权是我国法律规定消费者所享有的一项权利。在当前背景下，网络购物愈发普遍。与传统购物不同，消费者只能通过商家提供的信息了解商品，因此消费者既不能充分了解该商品的经营者资质，也无法全面了解需要购买的商品，这使得消费者的知情权大大受限。而且由于互联网的虚拟性，商品经营者能够使用各种手段来隐藏产品的真实信息，从而误导消费者。例如对商品宣传图片过度修饰、对于商品具体信息的模糊化处理、夸大商品使用效果等。由此导致网络消费者的信息获取能力与获取信息的真实性大大降低，知

情权由此受侵害。其次，在互联网交易过程中，由于在交易过程中主体数量增多，商品经营者、电子商务平台、物流运输者往往相互推诿而不履行信息披露义务，导致消费者知情权的行使的难度增加。最后，商品经营者的不正当竞争行为例如最常见的“刷单”也对消费者的知情权造成了损害。

2.2.4. 侵犯消费者公平交易权

消费者公平交易权是消费者的法定权利之一，在消费法律关系中，消费者与商品服务提供者法律地位平等，应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则，从而保证公平交易的实现。而在数字经济背景下，各种技术手段的违法使用导致消费者的公平交易权受到广泛的侵害[3]。例如“大数据杀熟”行为。所谓大数据杀熟是电子商务经营者为获取更多的利润，采集用户信息并且通过一系列算法，分析得出用户的需要，然后视用户的需要提高商品价格。主要包括基于互联网消费者消费频率的杀熟、基于互联网消费者消费习惯的杀熟以及基于互联网消费者消费水平的杀熟。电子商务服务提供者在大数据杀熟过程中对不同消费者进行分析，对相同商品索要不同的价格。此时的商品并没有因价格的提高而得到质量的提升这种对消费者的针对性措施显然侵害了互联网消费者的公平交易权，破坏电子商务领域的正常交易秩序。

3. 数字经济下对于消费者权益保护的不足

3.1. 数字经济发展迅速出现立法缺陷

第一，商品服务提供者的信息披露制度不健全。虚假宣传行为出现的诱因就是信息披露制度不完善。由于互联网交易具有隐蔽性虚拟性等特征，而我国《电子商务法》没有具体规定商家信息披露义务的内容与范围。导致商家可以隐瞒对其商品不利的信息，进而加大了消费者的弱势地位。其次，对于信息披露义务主体不依法合格履行其信息披露义务的处罚不具有足够的威慑力。我国《电子商务法》十七条与八十五条规定：电子商务经营者不依法履行或者不全面履行信息披露义务，有关行政部门可以作出罚款的处罚决定³，但从实际的实施效果来看，由于惩罚数额以及不履行披露义务所带来的利益远大于罚款，导致该规定起不到足够的规制作用，使得消费者的合法权益在数字经济背景下更加难以保护。而日本的《访问交易法》中明确规定了经营者在开始访问交易之前，应当向消费者完整清晰地披露其企业名称、商品和服务等相关信息，这种合同订立前的披露告知义务对电子商务经营与发展起到了良好的规制作用。

第二，对于虚假宣传等欺诈行为的认定标准过高。在数字经济背景下，互联网不断普及，各种各样的广告营销手段层出不穷，而大多广告营销都会带有夸大性的宣传，针对此类现象，就需要通过相关法律规定进而确认电子商务等网络服务提供者的夸大性行为是否构成欺诈。但我国《民法典》有关欺诈的认定标准过高，且需要满足主体陷入认识错误等要件，故继续依照《民法典》中的欺诈来判断，不能适应数字经济发展的需要，会增加消费者维权的难度，使得消费者权益在该背景下得不到有力保障。

3.2. 缺乏监管力度

3.2.1. 政府部门监管不足

第一，各个行政机关协作与分工机制不健全。中国国家市场监督管理总局是监督管理网络交易的关键部门。我国目前的监督管理部门是按照市、区、县等行政区域划分而设立的，但是电子商务经营机构往往跨区域存在，而监督管理部门不能完全对应电子商务经营机构的划分方式[4]。同时有关机构的执法部门的职权划分不够清晰，导致各执法部门之间出现权力交叉的现象，这一现象不仅会消耗行政执法机构的精力，而且会导致执法机构间相互推诿，进而在面对消费者对于侵权行为的举报或投诉时，容易出现各个部门相互“踢皮球”，使得消费者权益不能及时得到维护，导致消费者维权手续繁杂，出现维权

³ 《中华人民共和国电子商务法》第17条。

难的现象。所以多个行政执法机关如何协同治理是提高监管效率与质量的关键环节，如果不同监管部门界定标准不同，同类问题就会出现不同的解决办法与执法力度。不仅有损相关部门的公信力，而且对消费者的合法权益也无法起到足够的保障。

第二，执法的有效性不足。我国《网络直播营销行为规范》中对于相关处罚的规定进行了详细的列举，但该处罚大多是绝对金额，这种处罚对于中小型电商经营者可以起到一定作用，但对于大型的电子商务经营者，处罚的金额可能还不如一天的盈利额，这时再适用绝对金额，往往达不到预期的惩戒与威慑效果。此外，监督部门与执法机关对电子商务经营者的经营行为做不到无时无刻监督，相关部门往往要通过消费者举报以及社会舆论来查处有关违法行为，这就导致执法行为具有一定的滞后性，从而导致消费者的权益在数字经济的背景下得不到及时充分的保护。

3.2.2. 第三方平台监管不力

数字经济具有数据化、智能化以及在线化等特征，以其低成本高回报为优势，其承载者就是第三方平台。所以对于电商平台的治理是维护消费者权益的必经之路。对于第三方平台的治理不仅依靠公权力即有关行政部门进行约束规范，还需要第三方平台的自我管理约束。我国《电子商务法》为鼓励与引导第三方平台自我治理，对电子商务平台赋予了一些权利。但与此同时也限定其行为的边界，如《电子商务法》第三十二条规定第三方平台可以在法律允许的前提下公平公正公开地制定交易规则，实现自我管理。⁴有关行政部门将治理第三方平台的权力授予给第三方平台是因为第三方平台具有技术的优势以及管理上的经验，由此，第三方平台获得一种“准行政权力”。但该规定在实践中却难以达到预期的效果，如若平台从自身利益出发，那么该权利就将成为提升行业竞争优势与谋取更大利润的工具。例如第三方平台对于违反规则的主体惩罚力度较小并且具体追责的制度并不完善。例如《互联网直播服务管理规定》要求直播等平台应制止并处理主播的违规行为，并且应当及时向政府部门反映违法犯罪情况。但却没有阐明平台对主播在何种情况下适用何种惩罚。此时惩罚的标准模糊笼统，第三方平台为了谋取利润增加流量，往往会选择对违规行为睁一只眼闭一只眼。此外《电子商务法》规定电子商务经营者应当办理市场主体登记。由于第三方平台为增加流量故意不履行合理的审查义务，导致一些微小型电商经营者未办理登记就可开始经营，使得消费者的合法权益面临着危险。

3.3. 消费者权益受侵犯后维权问题

3.3.1. 维权成本过高

维权成本是消费者维权时所考虑的首要要素，此处的维权成本包括时间成本与金钱成本。在当前数字经济背景下互联网消费者维权包括和解、调解、仲裁、诉讼等方式，其所需耗费的成本依次递增。

对于大部分消费者而言，由于和解与调解较为方便，只需在线上与商家沟通或申请第三方平台介入即可，所以前两种是消费者维权的最优选择。但是当电子商务经营者利用其优势地位侵害消费者权益时，前两种维权方式往往难以奏效。因此消费者就只能通过公力救济的方式维权，即通过仲裁与诉讼的方式维权。但由于这两种维权方式几乎都需要线下进行，并且对于一系列证据的整理与收集导致耗费的时间与金钱成本较大，再加上大多数消费者对于仲裁或诉讼的程序并不了解，因此其维权成本往往会促使消费者放弃维权，最终导致在数字经济背景下出现侵权容易维权难的现象。

3.3.2. 维权过程过于繁琐

根据我国当前维权程序来看，如若消费者想要开展维权工作，消费者要向有关监管部门的相关网站提供假冒伪劣产品的照片、交易记录等相关材料，还要进行实名制的投诉，并填写大量的信息，然后相

⁴《中华人民共和国电子商务法》第32条。

关网站的后台会对消费者提供的信息统一进行处理。在此过程中,相关部门对于消费者的投诉信息处理的效率较低,维权程序过于复杂,维权的技术手段过于落后,远远落后于当前数字经济发展的程度,所以当然不能够满足消费者维权的实际需求。虽然在当前时代背景下,消费者权益保护协会中采集了大量的投诉数据,但由于相关部门在工作过程中并没有应用到大数据等信息技术,导致这些数据并没有很好地应用于消费者维权的过程中,进而导致消费者的维权信息处理较慢,进一步拉长了维权的过程,加大的消费者在数字经济下的维权难度。

4. 加强数字经济下消费者权益保护的建议

4.1. 完善主体责任与个人信息保护相关立法

4.1.1. 完善主体责任及信息披露方面立法

第一,商品服务提供者的信息披露义务的完善。我国《电子商务法》将电子商务的经营主体分成了三类,包括电子商务平台经营者、平台内经营者和通过其他网络服务销售商品或提供服务的电子商务经营者[5],但并未对平台内经营者信息披露义务的主体进行进一步细化。所以对于电子商务在经营者的信息披露义务主体范围以及披露内容应当进一步阐明。首先,对于电子商务平台经营者而言,应当根据《消费者权益保护法》的有关规定确定电子商务平台经营者的义务。例如电子商务平台应当向网络消费者如实披露在其平台内进行经营活动的商品服务提供者的有关资质、经营者的经营范围、种类、具体联系方式、企业所在地等信息,并对平台内商品服务提供者所出售或提供的商品或服务承担瑕疵担保责任。其次,应当明确平台内商品服务提供者的信息披露义务。基于合同的相对性,商品服务提供者作为合同一方当事人,有义务向对方当事人即消费者披露有关信息[6]。具体披露范围包括商品的价格、原产地、生产日期、保质期、品质、产品是否存在缺陷等基本信息。而且对于商品服务提供者还应当根据其经营的商品种类不同分为一般经营主体与特殊经营主体。特殊经营主体应当根据商品的特殊属性承担相对应的披露义务。例如对具有特殊危险的商品应披露其特殊的使用方法、对需要采取特殊方式保存的商品应披露其特殊的储存方法等。

第二,电子商务领域各主体的责任分配的完善。由于我国《电子商务法》第三十八条第二款规定的目的是电子商务平台经营者通过履行安全保障义务进而保障消费者的生命健康权。所以应当对违反安全保障义务时的责任分配进一步研究。我国《消费者权益保护法》第44条的规定肯定了网络交易平台经营者享有一定的追偿权。但是其中所表述的“相应责任”使得在实际行使追偿权时,需要根据电子商务经营主体违反安全保障义务承担责任的性质判断其是否享有追偿权[7]。并且在电子商务平台经营者为终局责任承担者的情况下,该平台必然不可能享有追偿权。因此,电子商务平台经营者享有追偿权的情形较为特殊,即在平台内的经营者对有关消费者生命健康安全商品或服务实施侵权行为时,电子商务平台经营者无法了解该侵权行为地存在,所以应当由电商经营者承担相应的补充责任,在承担责任后可向电商平台内的商品服务提供者进行追偿,从而进一步细化各方主体承担的责任与责任类型。

4.1.2. 加强消费者个人信息保护

第一,加快配套规范性文件的制定。对于现行规定中对于消费者个人信息采集的必要性的阐述得不够清晰,仍停留在“消费者知情即同意”的简单理解上,这使得有关部门的执法工作难以顺利开展,也使消费者维权工作难以推进。因此,应当通过制定有关的配套规范性法律,对该问题进行进一步细化。此外《个人信息保护法》一些问题也需要进一步细化,例如对于罚款区间的进一步细化、对于违法违规行为相关情节的界定、明确有关责任的认定方法,使得执法人员能够按照法律规定执法,防止因法律规定不明确而矫枉过正或不敢处罚。

第二，建立技术辅助人制度。当前，有关执法部门与司法部门已经认识到了在数字经济背景下，大数据等领域专业人才在工作中的重要性。但此类专门技术人才过于稀缺，同时其专业性较强的特点也导致大多数技术人才难以精通数字经济的所有具体领域；此外，技术人才的相关专业能力也会随着被引入到执法工作部门或司法部门后由于脱离生产与研发的一线岗位后而逐渐脱节落伍。因此，建立消费者个人信息保护的技术辅助人制度成为了解决该难题的最优选择。近年来，为了解决各种超出常规司法人员知识储备范围的专业领域问题，检察机关引入专门领域的人才来协助办理专业性较强的案件，例如破坏生态环境的公益诉讼案件。所以市场监督管理部门等相关执法单位也可以学习司法机关这一做法，通过建立技术辅助人制度，进而运用专门技术处理有关消费者个人信息保护案件，这样可以提高工作效率与质量，保护消费者个人信息安全，从而加强对于消费者权益的保护力度。加强信息处理者责任监督。要加强对于主体责任的监督，由于第三方平台是数字经济领域的关键主体之一，消费者的个人信息也大多由平台进行采集与处理，为了达到减少电子商务平台对于消费者个人信息泄露，所以要加强对其实落实情况的监督。

4.2. 强化相关监管措施

4.2.1. 建立健全协同治理机制

第一，构建有关部门之间的协同治理机制。各部门之间协同治理首先要明确的是各监管部门的职权范围，避免因职能重叠而导致资源浪费，避免各部门因相互推诿而出现无人管的情况。同时，立法机关、执法机关和有关监督部门之间密切合作，并应当根据实际需要成立有关调查小组，针对消费者意见强烈、社会呼声高的重点问题进行调研，形成针对该重点问题的具体方案。其次，为了有效提高各部门协同监管的效率，应当由市场监督管理局定期召开有关互联网交易等重点问题的专题研讨会议，各部门之间应当及时沟通自己所在部门在监管过程中所遭遇的困境以及解决问题的经验。并且各部门之间可以通过联合发文的方式进一步落实在会议中共同达成的有关监督管理措施，并在下次会议召开时对此前制定的措施实际施行情况与实际效果进行交流与反馈，最终形成各监管部门之间协同治理的闭环机制。

第二，构建政府监督与消费者监督合作机制。政府及有关监督管理部门应当通过多种途径鼓励消费者协助政府和网络交易平台对平台内部经营者进行监督。首先应当完善有关体制机制，建立完善消费者投诉回访制度，确保各项工作落到实处，消费者的相关诉求得以解决，消费者切身利益得到维护。其次，应当加大宣传力度，增强消费者维权意识。同时应当开设相应的线上投诉途径，并对消费者的投诉安排专门人员进行调查取证并及时进行反馈。同时应当利用网络传播消费者维权的经典案例，降低消费者网络交易风险；此外，应当在消费者投诉商品时，减少对该商品质检所需的金钱和时间成本，让广大网络交易的消费者在买到伪劣产品时，有意愿向有关监管部门提供相应信息与证据，而不是自认倒霉。此外，应该拓宽维权与监管渠道。有关部门应当对消费者维权的途径与方式进行革新，降低消费者维护权益的成本，同时还可以在消费者主动提供假冒商品的证据并经核查情况属实时，对消费者进行适当的奖励，以提高广大消费者维权意愿与有关部门的监管效率。还应当在电子商务平台界面的显著位置增加消费者投诉举报快速通道，以降低消费者参与监管的时间成本，进一步便于公众参与监管，进而在数字经济背景下更好地维护自身合法权益。

4.2.2. 创新监管模式

第一，加速推进监管与执法的技术革新。新模式和新业态的互联网经济高速发展对于传统监管模式的效率问题提出了新的挑战，因而需要监督管理部门提升监管效率，监管效率的提高也是保护消费者合法权益的关键步骤。对于监管效率可以运用新兴的技术手段进行创新。例如在北京、广州等地区为实现快速高效解决电子商务纠纷，提高电子商务纠纷解决效率，进一步保护消费者合法权益，增设了互联网

法院, 此类法院案件的受理、送达、调解、庭审、宣判等一系列诉讼流程一般都在互联网上完成, 是一次重要的制度革新, 同时也适应了数字经济高速发展的背景。同理, 有关执法部门与监管部门在网络交易领域应用新兴技术手段也可以有效提高执法能力和监督管理能力。所以需要政府不断创新改革监管模式与方法, 从而解决电子商务领域存在的传统难题, 如线上消费者举证困难、跨境网络交易安全性不足等问题, 才得以更好地维护消费者合法权益, 推进我国数字经济的高质量发展。

第二, 创立完善早介入早监管的监管模式。由于我国数字经济高速发展, 有关部门的监督管理能力及相关经验有所欠缺, 监督管理水平存在一定的滞后性。因此在监管部门应对网络交易活动所具有的虚拟性、跨地域性等方面的监管存在一定程度的失效。而且由于新兴交易模式是涉及多方市场资源与交易主体的新型运作模式, 如果仍旧依赖传统监管模式仅仅在问题出现后才进行调整, 就难以适应网络交易市场长期健康发展的要求。因此, 需要政府采用早介入早监管的监管模式。我国在电子商务领域发展的初期就在管理方式、经营手段等方面主导监管体系建设, 从监管平台建设、多元主体监管模式的构建再到消费者维权意识的提升, 都必须由政府 and 有关部门在宏观予以调节, 从而协调和规范网络交易各方主体的行为[8]。并且在有关问题一经出现, 相关部门应当立即着手调查, 尽早规制例如行业垄断、恶性竞争等一系列问题, 消费者权益才能得到切实保护, 我国数字经济才能更顺利地发展。

4.2.3. 完善相关处罚措施

第一, 对于个人信息侵权设立微额损害最低赔偿制度[9]。对于消费者个人信息的侵害是数字经济背景下侵害消费者权益的突出问题。而且虽然对个人信息的微额侵害大量存在, 但由于其损害赔偿的数额较小导致受侵害的消费者维权请求索赔积极性较差, 且基于不告不理的民事诉讼的基本原则, 如果个人信息遭到侵害的消费者不积极进行起诉索赔, 那么互联网交易经营者等侵害个人信息的主体就无法受到应有的惩处, 就会导致对消费者个人信息的保护更加难以实现。我国消费者权益保护领域确立了微额损害最低赔偿制度, 使得消费者和经营者能对维权的結果有一个更加明确的预判。以此增加的经营者的违法成本, 使得经营者不得不强化对自身产品质量的把控。但该最低损害赔偿制度是针对传统的消费者侵权模式, 无法适应数字经济蓬勃发展带来的新型侵权行为。所以对于消费者个人信息的微额损害最低赔偿, 应当进一步进行完善。首先, 应当对于最低赔偿额进行完善。即按照所侵犯个人信息的不同性质将个人信息分为普通信息和敏感信息。以此设置两档赔偿标准: 第一档是针对侵害消费者普通信息的侵权行为, 设置与传统侵权相同的最低赔偿额, 即一千元。第二档则是针对侵害敏感信息的侵权行为, 将最低赔偿数额设置为两千元。其次, 应当明确适用主体, 个人信息微额损害的最低赔偿制度是以个人信息受损害消费者不起诉为基础, 因此该制度只能适用于个别主体。如果是集团诉讼则只能请求个人信息遭受的实际损害赔偿, 而不能适用个人信息微额损害最低赔偿金[10]。应当加快完善消费者个人信息微额损害的最低赔偿制度, 使得消费者在数字经济背景下更好地维护自身合法权益。

第二, 扩大惩罚性赔偿的适用。我国《消费者权益保护法》《食品安全保护法》都对某些侵害消费者合法权益的行为规定了惩罚性赔偿, 但由于适用范围过小、与新兴经营模式不配套等原因导致在司法实践中, 惩罚性赔偿的适用效果并不是很理想。因此我们需要推动惩罚性赔偿机制的适用范围的扩大, 从而对互联网商家等新兴经营主体的侵权行为加大惩治力度, 从而对数字经济下消费者权益进一步进行保护。首先应当放宽惩罚性赔偿的适用条件。目前我国有关惩罚性赔偿的规定, 除食品药品领域的侵权行为为严格责任, 其他大多都以侵权主体的主观过错为要件。当前互联网经济高速发展, 直播带货等行业呈现膨胀式的发展业态, 因此司法部门应该适当放宽惩罚性赔偿制度的适用条件, 取消以主观过错为该制度的必要条件。同时, 将侵权责任主体的重大过错或重大过失作为加重或减轻处罚的参考因素。这样一来不仅有利于相关经营主体增强责任意识, 起到震慑的效果, 而且有利于减轻消费者对于商家过错

的举证责任,能够起到更好地保障消费者权益的目的。其次,应当统一惩罚性赔偿的认定标准。在以往的司法实践中,大多数司法机关确定惩罚性赔偿的数额与适用的等级都是根据当地的经济水平,这就出现了不同经济水平的地区对于同类案件的赔偿数额差距较大。针对该种情况,2022年1月国家统计局公布了本年度一次性工伤死亡赔偿金全国统一标准,取得了良好的社会反响。因此在消费侵权领域也应当统一赔偿标准。在当前数字经济背景之下,互联网交易等经营模式不断涌出,加上准入门槛较低,违法成本较低,这就导致很多不具备相应经营资质的商家出现。因此应当通过统一的惩罚性赔偿的标准,提高互联网经营中侵权行为的违法成本。这就需要我国最高法制定统一的惩罚性赔偿金额并出台相应的解释,从而使各级司法机关在审理有关案件时可以统一适用,做到同案同判,从而在数字经济背景下更好地保护消费者合法权益。

4.3. 完善消费者维权路径与方法

4.3.1. 降低维权成本

维权成本是消费者维权时所考虑的重要因素,在互联网经营的模式下,消费者通过线上的方式进行维权,其成本一般低于仲裁、诉讼等传统的维权方式。但仅通过线上维权一部分纠纷无法得以解决,这时就只能选择成本更高的线下维权。

但是如果能够设立互联网仲裁委员会,建立专责处理消费者维权案件的互联网法院,充分利用互联网所带来的便利,使得消费者能够以和解维权的成本达到诉讼维权的效果。以此大大降低维权的成本,并且能兼顾诉讼和仲裁维权的有效性,这样就能在很大程度上破解消费者维权的困境,使得消费者权益在当前环境下得到充分保障。

4.3.2. 健全消费者公益诉讼制度

第一,扩大消费者公益诉讼起诉主体的范围。我国法律规定只有省级以上消费者协会才有资格提起消费者公益诉讼,该规定对于主体方面的限制过于严格,而且由于数字经济的发展使得侵权方式多元化,侵权案件不断增多,仅靠省级以上消协处理案件有些不足,不利于消费者更好地维护自身合法权益,所以应当就主体方面进行完善。首先,应当允许各级消费者协会都能提起公益诉讼,由于基层消费者协会更加接近广大消费者的日常生活,因此其更加了解有关问题的真实情况,可以更好地协调各方主体的利益关系,所以应当赋予基层消费者协会提起公益诉讼的权利。并且为了防止滥诉,还可以将案例按损害等级分类,达到一定标准才能进行诉讼。如果出现基层消费者协会诉讼能力不足的情况,如跨区域案件、影响力较大的案件等,则可以向省级以上的消费者协会上报,由上级消费者协会提起公益诉讼。其次,应当赋予政府相关部门提起公益诉讼的资格。这样能使得国家公权力也加入消费者保护的行动中,更加有利于消费者权益的维护。

第二,赋予检察机关和消协惩罚性赔偿请求权。我国《民事诉讼法》和《消费者权益保护法》赋予了检察机关和消费者保护协会提起公益诉讼的权力,但并未明确规定其享有惩罚性赔偿请求权。由于检察机关和消协是提起公益诉讼的关键主体,所以赋予其提起惩罚性赔偿请求权是更好保护消费者合法权益的重要手段。

5. 结论

由于数字经济发展过于迅速,我国在相关立法、有关监管制度以及消费者维权方面还存在一些不足。首先,对于相关立法不完善,应当根据社会发展的实际需要,转变有关立法层面的理念,完善相关立法体系,将互联网经营者的信息披露制度进一步完善,充分保障消费者在交易中的知情权,对于消费者个人信息在法律上进行保护,对各种新型侵犯个人信息的行为进行规制并且对各部门的职权进行具体规定。

在监督管理上,对于监管职能错位、监管效率较低等问题,应当完善监督管理体制,积极探寻新型监管模式,在各监管部门之间建立协同治理机制,不断提高监督管理的技术水平与效率。对于监管力度不足的问题,应当对相关惩罚制度进行完善,并且完善消费者维权公益诉讼制度,扩大公益诉讼提出主体的范围,赋予检察机关惩罚性赔偿的请求权。从而进一步使得消费者权益在数字经济背景下得到保障,促使我国经济能够健康持续发展。

参考文献

- [1] 郭煌,阮子琪.消费者权益保护视角下的“大数据杀熟”探究[J]. 中国市场, 2022(23): 182-184.
- [2] 王利明. 人格权法新论[M]. 吉林: 吉林人民出版社, 1994: 33.
- [3] 刘颖. 数字社会中算法消费者的个人信息保护体系构建[J]. 广东社会科学, 2022(1): 261-271.
- [4] 刘欣然. 数字经济条件下消费者权益保护法律范式[J]. 社会科学家, 2021(11): 105-110.
- [5] 刘鹏,廖倩倩,刘高宁. 数字经济背景下消费者权益保护组织发展及其挑战[J]. 中国市场监管研究, 2021(11): 74-77.
- [6] 王致远. 互联网金融模式下的消费者权益保护[J]. 山西财经大学学报, 2022, 44(S1): 17-19.
- [7] 朱凌珂. 论自然垄断行业侵犯消费者权益行为的成因与治理[J]. 学术研究, 2022(4): 66-69.
- [8] 陈和,张志鹏,肖泽楷. 我国消费者数字化转型: 理论与实践[J]. 山东财经大学学报, 2023, 35(6): 85-97.
- [9] 刘鹏,廖倩倩,刘高宁. 数字经济背景下消费者权益保护组织发展及其挑战[J]. 中国市场监管研究, 2021(11): 74-77.
- [10] 王雷. 惩罚性赔偿的证明难题及其缓解[J]. 国家检察官学院学报, 2020, 28(4): 149-162.