

电子商务平台在线纠纷解决机制优化路径研究

余晨艳

浙江理工大学法政学院、史量才新闻与传播学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2024年3月11日; 录用日期: 2024年3月25日; 发布日期: 2024年5月11日

摘要

我国电子商务领域发展迅速, 消费纠纷的数量也与日俱增, 但是传统纠纷解决方式已无法满足当前电子商务纠纷的解决需求, 因此, 在线纠纷解决机制应运而生。在线纠纷解决机制具有成本低、效率高、节约司法资源的优势, 但是在实践中仍然处于摸索阶段, 需要不断完善。本文探究电子商务平台在线纠纷解决机制的现实短板, 提出针对性的建议, 通过巩固在线纠纷解决机制中立性、完善在线纠纷解决机制的法律规定及平台规则、优化在线纠纷解决机制的程序、提高纠纷处理结果的执行效率, 加强大众对电子商务平台的信心, 助力电子商务产业长远发展。

关键词

电子商务平台, 消费纠纷, 在线纠纷解决机制

Research on the Optimization Path of Online Dispute Resolution Mechanism of E-Commerce Platform

Chenyan Yu

School of Law and Politics, Shi Liangcai School of Journalism and Communications, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Mar. 11th, 2024; accepted: Mar. 25th, 2024; published: May 11th, 2024

Abstract

With the rapid development of Chinese e-commerce field, the number of consumer disputes is also increasing. However, the traditional dispute resolution methods can no longer meet the current needs of e-commerce dispute. Therefore, the online dispute resolution mechanism came into be-

ing. The online dispute resolution mechanism has the advantages of low cost, high efficiency and saving judicial resources, but it is still in the exploratory stage in practice and needs to be continuously improved. This paper explores the practical shortcomings of the online dispute resolution mechanism of the e-commerce platform, and puts forward targeted suggestions. By consolidating the neutrality of the online dispute resolution mechanism, improving the legal provisions and platform rules of the online dispute resolution mechanism, optimizing the procedures of the online dispute resolution mechanism, improving the efficiency of the implementation of the dispute resolution results, we can strengthen the public's confidence in the e-commerce platform, which can help the long-term development of the e-commerce industry.

Keywords

E-Commerce Platform, Consumer Dispute, Online Dispute Resolution

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. 问题的提出

2024 年商务部发布数据, 2023 年我国网上零售额达 15.4 万亿元, 连续 11 年稳居全球第一[1]。我国电商购物市场之所以能够保持高的经济效益, 离不开下沉市场、跨境电商、直播带货等提供源源不断的增长动能, 在如此蓬勃发展的电商产业之下, 不可忽视的是数量庞大的消费纠纷。据统计, 2023 年全国消协组织共受理消费者投诉 1,328,496 件, 同比增长 15.33%, 其中受理互联网服务类投诉共 122,905 件, 售后服务问题、合同问题、质量问题占投诉问题前三[2]。如何解决好电商平台消费纠纷, 维护好电子商务平台购物秩序, 急需一种创新高效的纠纷解决机制。

对于一般消费纠纷, 我国《消费者权益保护法》第 39 条提供了五种解决方法, 包括自行和解、组织调解、投诉、仲裁、提起诉讼。但是基于电商平台购物的网络虚拟性特点, 双方当事人运用虚拟身份对话, 传统纠纷解决方法的实施在时间、空间上难度高、效率低, 因此纠纷的在线解决机制应运而生。《中华人民共和国电子商务法》(以下简称《电子商务法》)第 63 条规定, 电子商务平台经营者可以建立争议在线解决机制。这是一种开放、灵活的纠纷解决手段, 电商平台发挥自身的技术能力, 短时间内搭建一条纠纷双方直接沟通的渠道, 意在寻求各方主体的自由空间, 达成多方利益和谐与共享的愿景[3]。消费者在电商内部平台即能低成本解决诉求, 可以逐步提升大众对电商平台在线交易形式的信任度, 为电子商务产业打造可持续发展的健康经营环境。

《电子商务法》虽对电子商务平台在线纠纷解决机制有了初步规定, 但是并未说明电子商务平台经营者建立在线纠纷解决机制是否需要一定资质, 在解决机制具体规则、必要程序、执行效力等一系列问题上也均为空白。这虽然为电商平台的创新发展留下了空间, 但是对于在线纠纷解决机制进行必要的规范, 才能保证纠纷解决的中立性, 降低纠纷解决结果的争议性。

2. 电子商务平台在线纠纷解决机制的优越性

2.1. 成本低

电商平台的大多数消费纠纷金额小, 为了小额回报, 支出高额的维权费用, 会让维权者望而却步。电商平台消费纠纷的双方当事人可能在现实环境中所处地域跨度大, 按照传统方式解决纠纷进行面对面

会谈，显然费时费力。在线解决纠纷的方式消除地域限制，节省双方成本，有助于提高维权者的积极性。同时，在线纠纷解决机制无需双方聘请专业律师参与，通过平台工作人员为双方调解，节省当事人聘请律师等专业人士的高支出。

2.2. 效率高

电商平台在线纠纷解决机制的纠纷处理效率高，各方当事人参与时间自由，无需像传统调解或诉讼模式，安排特定时间共同到场参与。对于纠纷的处理时间，智能化系统可以为当事人提供 24 小时服务，结合当前正在不断优化的生成式人工智能，可以对简单问题进行自动回复。电商平台通常会设置各环节处理时长，在截止时间前各个当事人完成自己的对应操作，合理安排时间即可。其次，采用在线模式，通过 app 操作界面，当事人看得到实时进展。若商家怠于处理，消费者和平台都可以督促。最后，电商平台可以利用自身的技术优势高效调取证据，纠纷的大部分数据及沟通证据都保存在电商平台的服务器内，移交的数据及证据可以溯源。

2.3. 节约司法资源

电商平台在线纠纷解决机制的纠纷处理效率高，各方当事人参与时间自由，无需像传统调解或诉讼模式，安排特定时间共同到场参与。对于纠纷的处理时间，智能化系统可以为当事人提供 24 小时服务，结合当前正在不断优化的生成式人工智能，可以对简单问题进行自动回复。电商平台通常会设置各环节处理时长，在截止时间前各个当事人完成自己的对应操作，合理安排时间即可。其次，采用在线模式，通过 app 操作界面，当事人看得到实时进展。若商家怠于处理，消费者和平台都可以督促。最后，电商平台可以利用自身的技术优势高效调取证据，纠纷的大部分数据及沟通证据都保存在电商平台的服务器内，移交的数据及证据可以溯源。

3. 电商平台在线纠纷解决机制的局限性

3.1. 平台定位存在固有局限

我国电商平台在经营得风生水起的同时，纷纷搭建了自己平台内部的在线纠纷解决机制，制定各自平台的纠纷解决规则。但是，电商平台作为盈利主体，其解决纠纷只是商业行为的附带行为而已。就电商平台做出的纠纷处理结果而言，是具有出现偏颇的可能性的。首先，入驻商户与平台之间的利益牵扯更为深厚与复杂。一般商户入驻平台，需要不同程度缴纳入驻费用、保证金或服务费用等。在后续服务中，如京东平台，商家每完成一单交易，还需向平台缴纳交易服务费。鉴于有此利益关系存在，商家与消费者二者在电商平台眼中有无轻重之分，尚待考量。其次，《电子商务法》第 38 条规定，一定情况下侵害到消费者合法权益，电商平台需要依法与商户承担连带责任。此时，电商平台也成为了纠纷的主体之一，那么通过电商平台内部的纠纷解决机制得出处理方案，颇有让运动员做裁判的嫌疑，其中立性有待考量[4]。

3.2. 相关法律规定及平台规则尚不完备

首先，关于在线纠纷解决的相关法律规定还不完备。在我国关于在线纠纷解决机制的法律规定非常少，虽然在《电子商务法》第 63 条中有所提及，由电子商务平台的经营者可以搭建在线纠纷解决机制，但是对于机制的具体内容没有任何提及。其次，《电子商务法》第 63 条给电商平台留下了制定规则的自由空间，但是每个平台都制定各自不同的规则，容易给商家和消费者带来负累。商家入驻不同平台时，就需要分别研究经营规则。尤其是消费者在不同平台出现纠纷时，也需要研究不同的解决规则和流程，

这对本身维权能力有限的消费者群体不利。最后，电商平台制定出的在线纠纷解决的规则及流程，在规范化上缺少法律的监督。电商平台制定的在线解决纠纷机制的规则，具体内容无需专业机构进行审查通过，有可能出现内容上利己而苛刻于消费者及其他参与方的情况。

3.3. 在线纠纷解决机制的程序尚不完善

首先，电商平台在线纠纷解决机制的查明事实方法有限。在一般的案件事实查明过程中，会有质询、辩论、评议、合议等方式，但是显然电商平台并无实施这么多查明方法的现实条件。仅仅通过双方举证，缺失其他必要程序，得出的结果无疑会有些缺漏[5]。其次，电商平台的在线解决纠纷机制的发生路径具有不透明性，公示给纠纷主体的只有解决结果，并不会像一般法院判决一样，给出依据的法律规定、程序及相关证明材料。尤其如二手交易平台——闲鱼，其在线小法庭纠纷解决模式更是主观化。用户作为大众评审员，绝大多数都是没有专业法律知识的普通消费者，容易受到言论煽动或误导。在做出判断时，他们无需对相关理由进行说明，即使误触也不能返回重选，因此通过在线小法庭产生的评审结果时常被维权者诟病。

3.4. 纠纷处理结果的执行阻力大

首先，对于电商平台纠纷处理结果可以采取的执行方式有限。根据《民法典》规定，如果当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。具体而言，商家应提供退货、继续履行、修理、更换、重作、减少价款、赔偿损失、支付违约金等服务，但是显然电商平台无法提供如此多样的执行方式。其次，对于纠纷处理结果的执行也容易受阻。虽然电商平台在自己制定的纠纷处理规则中已提出，在线纠纷解决的处理结果对双方均具有约束力，但是由于没有国家强制力的保障，且处罚程度轻，当事人拒绝履行或不主动履行责任，容易导致执行陷入僵局[6]。在电商平台可以执行的财产范围内，资金也仅限于对应纠纷的交易金额或商家提前缴纳的保证金，如果出现需要大额赔偿的情况，平台执行也将受阻。

4. 电商平台在线纠纷解决机制的优化路径

4.1. 巩固在线纠纷解决机制中立性

对于电商平台定位的问题，归根结底是大众对平台的信任问题，想要全面落实在线纠纷解决机制，需要先打消大众疑虑，巩固在线纠纷解决机制的中立性[7]。首先，提高纠纷处理人员的专业性。电商平台客服作为纠纷处理的主要人员，需要进行专业化培训，不光了解自己平台的规则，还需要了解相关法律法规，提高处理纠纷的综合素质。同时，平台还需制定纠纷处理人员行为守则，对电商平台客服行使纠纷处理权利，进行必要的约束，从而确保纠纷可以得到公平解决[8]。其次，设置大众评审门槛。大众在线评审模式确实调动社会力量的积极性，但是为了避免参与人员过于随意，可以设置一定门槛，如根据设置相关问答、用户信用值达优秀等条件来筛选评审人员，确保参与者有基础的判断素质。最后，引入第三方机构监督。消费者权益协会作为消费纠纷对口机构，进入在线纠纷解决机制进行监督，有助于保障纠纷解决的中立，提升电商平台在线纠纷解决机制的整体水平。

4.2. 完善在线纠纷解决机制的法律规定及平台规则

目前，我国《电子商务法》在第63条中规定，电子商务平台经营者可以建立在线纠纷解决机制，这只是简单的倡导，为现今电商平台在先处理纠纷提供最基础的法律支撑[9]。在现实操作中，解决纠纷主要靠各大电子商务平台内部自己拟定的纠纷解决规则。由于没有统一的纠纷处理规则，一旦商家和消费

者之间发生纠纷,双方当事人不熟悉规则都会存在不便之处。因此,我国有必要建立统一的电子商务纠纷解决法律规则,在《电子商务法》的基础上制定司法解释,进一步细化在线纠纷解决机制建立主体资格要求、建立标准和具体程序等内容[10]。其次,行业协会或代表性电商企业可以协助政府部门开展行业标准制定。行业标准的制定一定程度上能够促进电商行业有序发展,以行业规则为核心改良各个平台在线纠纷解决机制,保证纠纷解决机制核心原则统一、规则内容中立。

4.3. 优化在线纠纷解决机制的程序

首先,拓宽电商平台在线纠纷解决机制查明事实的渠道。除了当事人主动提供证据外,平台也可以主动搜集。如对于物流信息,平台可以衔接物流公司信息,主动调取货物在运输流转过程中,是否有损坏情况等。同时,在查明事实的专业性上,可以与鉴定机构相衔接。借助机构的专业技术,实现快速识别货物、产品报告等真伪,确保证明材料的真实性和事实判断的准确性。其次,在大众评审模式中,可以鼓励大众评审员说明判断的依据,或者平台设置常用理由供选择,让处理过程透明化。在评审过程中,大众评审员有不清楚的地方,给当事人机会做出相应解释,而不是一锤定音。在纠纷处理结果作出后,平台可以设置类似“申诉”的渠道,给纠纷当事人提供“翻盘”的机会。

4.4. 提高纠纷处理结果的执行效率

电商平台做出的处理结果没有法律强制效力,更类似调解协议,对于调解结果的履行完全依靠当事人的自觉,若当事人不遵守调解协议来履行自己的责任,那么调解程序所耗费的时间精力都是无用功。在纠纷中,商家不执行处理结果的情况较多,因此对于提高商家执行自觉性,电商平台可以采取奖惩分明的措施,对不执行商家减扣服务信誉分,对优秀执行纠纷处理结果的商家给予奖励,如提高店铺商品曝光等[11]。如果出现消费者不执行处理结果的,平台客服应及时催促,若到期仍不执行,平台可以适当给商家“拉黑”不诚信消费者的权限,做到不偏倚任何一方。如果纠纷涉及大额交易或当事人有赔偿诉求无法解决,建议当事人前往司法机关。这种“先在线解决,有必要再转送司法机关”的模式,前期理清双方当事人真实诉求并保留下证据,可以帮助后期司法机关更快开展查明工作,节约司法资源。

5. 结语

互联网经济快速发展,电商产业空前繁荣,与此同时也伴随着数量繁多的消费纠纷产生。传统纠纷解决方式资源有限,面对严峻形势,电商平台借助在线纠纷解决机制,逐步适应多元化的纠纷处理需求,筑起一道维护公平正义的防线。但是在线纠纷解决机制仍然处于摸索前进阶段,需要完善相关法律法规及平台规则,规范纠纷处理程序,提高执行效率。电商平台作为纠纷“裁判者”,要坚持好自己的中立地位,尽可能最大程度平衡双方利益,进一步升级在线交易环境的可靠性,为我国电商产业高质量发展保驾护航。未来,中国电商与世界经济更加密不可分,如果能够完善好电商平台在线纠纷解决机制,也有利于中国经济走向世界,让中国方案在国际法治合作中贡献力量。

参考文献

- [1] 罗萌. 2023 年我国网上零售额超 15 万亿元[EB/OL]. <https://news.cctv.cn/2024/01/19/ARTI7vBRhZu9pFwVcG11bNpk240119.shtml>, 2024-02-28.
- [2] 中国消费者协会. 2023 年全国消协组织受理投诉情况分析[EB/OL]. <https://www.cca.org.cn/tsdh/detail/30872.html>, 2024-02-28.
- [3] 马长山. 互联网+时代“软法之治”的问题与对策[J]. 现代法学, 2016, 38(5): 49-56.
- [4] 林思宇. 电子商务在线纠纷解决机制构建的新设想[J]. 广西师范学院学报(哲学社会科学版), 2019, 40(3):

143-148.

- [5] 胡漪淳. 论电商平台内部纠纷解决机制[D]: [硕士学位论文]. 长沙: 中南大学, 2022.
- [6] 张丰艺. 电子商务平台的性质和法律责任——以纠纷解决为切入[J]. 现代商业, 2022(3): 26-29.
- [7] 胡晓霞. 我国在线纠纷解决机制发展的现实困境与未来出路[J]. 法学论坛, 2017, 32(3): 97-105.
- [8] 韩烜尧. 论中国的线上纠纷解决机制(ODR)——“网上枫桥经验”的探索与发展[J]. 首都师范大学学报(社会科学版), 2021(2): 70-78.
- [9] 范明志, 张智豪. 数字社会治理体系中的平台自治纠纷解决机制[J]. 数字法治, 2023(4): 20-26.
- [10] 罗冰. 浅析电子商务纠纷在线解决机制[J]. 经济师, 2022(7): 58-60.
- [11] 孙颖, 卜泓予. 电商平台内部消费争端解决机制(ODR)研究[J]. 中国市场监管研究, 2020(3): 18-23.