

# 电子商务中消费者权益保护法律的相关研究

杨闻慧

江苏大学法学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2024年3月26日; 录用日期: 2024年5月15日; 发布日期: 2024年8月2日

## 摘要

电子商务成为新时代经济发展背景下常用交易方式, 深入人们日常生活与社会发展。一方面, 此类交易方式, 提高了市场经济水平; 另一方面, 提高了权益维护效率。尽管如此, 电子商务依旧为用户带来一些不便, 损害消费者自身权益, 这既是电子商务缺陷, 也是经济市场的漏洞。对此, 有必要从司法角度出发提出针对性解决策略, 完善法律法规同时进一步规范电子商务, 保障消费者自身权益, 为消费者塑造安全放心的线上交易环境。

## 关键词

电子商务, 消费者, 权益保护

# The Relevant Research of Consumer Rights Protection Law in Electronic Commerce

Wenhui Yang

Law School of Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: Mar. 26<sup>th</sup>, 2024; accepted: May 15<sup>th</sup>, 2024; published: Aug. 2<sup>nd</sup>, 2024

## Abstract

E-commerce has become a common way of trading under the background of economic development in the new era, and has penetrated into People's Daily life and social development. On the one hand, this kind of transaction method improves the level of market economy; on the other hand, the efficiency of safeguarding rights and interests has been improved. Based on this, this paper discusses how to protect the rights and interests of consumers through laws under the background of e-commerce. First, summarizing the core of consumer rights protection. Secondly, determining the main content of rights and interests protection. Finally, by strengthening the supervision of e-commerce and creating a safe trading environment, the level of rights protection

was improved to ensure the legitimacy of e-commerce transactions.

## Keywords

Electronic Commerce, Consumer, Rights Protection

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

电子商务是传统商务不断发展的体现，在加快产品流通速度的同时，为人们提供轻松便捷的服务，实现足不出户的购物心愿，而且还能提高经济发展水平。但电子商务背景下，经常出现消费者个人权益受损的情况，部分消费者对网络交易行为充满不信任，电子商务交易纠纷缺少有效解决途径。由此可见，电子商务发展过程中，急需解决消费者权益受损引发的一系列问题。

## 2. 消费者权益保护的概念及必要性

### 2.1. 消费者权益保护的概念

消费者权益即消费者参与某些消费活动中应当享有的权益，受到国家法律法规保护。确保消费者权益不受损害是社会经济发展道路上较为重要的组成，不仅可以减少经济损失，同时能通过惩戒手段规范网络市场营销秩序，促进现代社会稳步发展。最近几年，面对愈发复杂的市场环境，消费者权益保护法做出了一系列调整，更契合市场经济发展形势。

### 2.2. 消费者权益保护的必要性

和传统商务模式相比，电子商务打破了时空间对商务活动的限制，其运行主要依托互联网平台进行。简化经营流程，提高商务运作效率。但是，网络平台具有开放性，这意味着基于互联网络延伸的营销方式存在很大问题，例如虚假信息、错误操作等，如果不及时予以处理，必然会损害广大消费群体利益，甚至产生一系列负面影响，造成不可估量的严重后果。维护消费者不仅可以保护个人权益，还能有效避免商务纠纷，推进电子商务发展，因此针对电子商务中关于消费者权益保护法律进行研究并积极实施具有必要性[1] [2]。

## 3. 电子商务中消费者权益保护过程中面临的问题

### 3.1. 法律框架与建设存在问题

电子商务作为商业行为表现之一，近年来发展迅猛，相应技术在实践中持续创新，经营模式随时代及社会环境演变不断调整，然则，与之配套的法律体系并非一朝一夕可以形成。因此，现行法律框架依托电子商务进行落实时，往往会受到各种阻碍，无法在有效时间内回应。面对电子商务开展过程中出现的法律性问题，难以基于现有法律解决。这不仅迟缓了电子商务发展速度，难以实现发展目标，还会在后续商业活动中遗留隐患，提高风险发生概率，增加经济损失[3]。

尽管相关部门针对电子商务交易活动推出了一系列针对性法律法规，但具体落实阶段，仍旧暴露出多种问题。电子商务具有跨地域特征，这一点增加了法律条文实施难度，且各个地域执法标准存在一定

差异，这同样带给监管工作更多挑战。另外，电子商务责任界限划分模糊，如何分配平台职责、防范违法违规行为成为经营过程中急需解决的问题[4]。

### 3.2. 电商监管与信用保障问题

现下，电商平台运营监管暴露出明显不足，包括监管手段滞后、监管方式传统等，致使部分商家利用监管漏洞开展各种违规活动。这不仅会扰乱市场经营秩序，还会侵犯他人基本权益，对行业未来发展而言极为不利。因此，如何提高电商平台监管水平，创新监管手段，改进监管模式，严厉惩处电子商务涉及的违规行为，已经成为当下急需解决的问题。

伴随电子商务高速发展，传统监管方式和技术手段已经无法适应复杂多变的商务环境及市场趋势。因此，作为监管部门，目前要积极更新技术手段，及时辨识电子商务经营过程中出现的违规行为，提升电子商务监管有效性，稳定市场经营秩序，保障消费者自身权益[5]。

当前，电商平台与信用服务机构在信用评价标准认知方面出现差异，增加信用信息共享难度。如此，不仅会降低信用评价可靠性与准确性，从某种角度讲，信用保障制度具有的职能作用也会因此下降。对此，完善信用评价标准，高效分享信息，对增强信用评价的准确性与可靠性具有十分重要的意义。

### 3.3. 网络交易环境不安全

对网络交易而言，环境安全是最为关键的环节。考虑到互联网络开放性、透明化等特点，电子商务市场受到不明因素影响，例如黑客攻击、病毒入侵等。这些行为不仅导致内部信息外流、内容被肆意篡改，干扰交易活动，还有可能造成不可估量的经济损失，侵犯个人信息权益，带来难以想象后果。另外，如果电子商务平台防护体系不够完整，防护软件应用效果将大打折扣，一旦受到外在攻击，系统可能彻底瘫痪，加剧经济损失。由此可见，加强网络防护，提高平台安全成为网络交易不可缺少的重要保障，是推进电子商务的动力[6]。

电子商务支付阶段，如何保证环节安全无疑是最需要关注的要点。考虑到网络环境复杂、不稳定等特点，支付过程中经常出现各种问题，例如身份盗用、虚假交易等。这些风险不仅降低交易安全水平，还会影响商家信誉，干扰常规业务运营，带来巨大经济损失。正因如此，电子商务平台要推出针对性措施为商务支付提供保障，由全局入手提高防护水平，强化电子商务交易行为可靠性。

### 3.4. 司法问题

第一，信息披露与透明度不足。电子商务背景下，消费者主要通过网页内容了解产品。但是，这种方式提供的信息并不全面。拍摄角度及手法的影响下，网页图片可能会误导消费者认知，文字描述会干扰消费者对产品做出的判断，甚至存在虚假宣传隐患。另外，消费者无法通过网络信息全面了解产品信息。

第二，交易安全和个人信息保护问题。电子商务活动进行过程中，消费者要及时向商家提供个人信息，方便活动完成，但网络环境本具有开放特点，可能出现信息提交外泄的情况，增加风险发生概率[7]。

### 3.5. 平台问题

一是商家审核不严，某些电子商务平台忽略入驻商家审核，导致某些商家通过虚假宣传或销售方式谋取私利，严重扰乱平台经营秩序，肆意破坏电子商务市场环境。

二是信息披露不充分，某些电子商务平台信息展示机制存在缺陷，譬如，没有充分展示产品产地、材质、生产日期等重要信息，影响消费者了解产品，不利于做出正确消费抉择。

三是售后服务不到位，某些电子商务平台在售后服务方面存在缺陷，退货机制模糊不清，且不能及

时反馈消费者提出的需求，增加消费者维权难度同时带来许多困扰[8]。

## 4. 我国电子商务中消费者权益保护策略

### 4.1. 完善电子商务领域消费者保护法律体系

政府是市场经济发展的主导者与管理者，对电子商务发展具有十分重要的意义，且电子商务经济体制正常运行需要得到法律制度支持。有关单位要基于电子商务调研深入分析消费者权益受损问题，提出科学可行的解决策略，从宏观层面导向电子商务未来发展，基于电子商务特点健全法律法规，通过法律层面保护消费者个人权益，维持电子商务市场秩序。

首先，改进现有法律制度。电子商务属于商务范畴内的重要分支，也是市场经济的重要组成部分，与传统经济之间联系紧密。这意味着传统法律适当修正之后同样适用于电子商务，可以起到保护消费者权益的作用。以欧盟为例，欧盟十分重视个人隐私保护，其在1995年通过了《欧盟数据保护指令》，要求各成员国将其作为依据，对隐私保护法进行重新修订，与国际标准相对接。为此，建议我国借鉴欧盟的做法，完善相关法律法规。

其次，深究电子商务交易核心，掌握其中规律。任何法律推出之前都需要经过大量调研，只有掌握电子商务交易流程及环节特点，才能推出切实可行的法律，严厉打击电商中的违规行为。

最后，有法可依，执法必严。针对消费者健全法律体系，不仅需要明确的法律条文，更要将其落实于交易活动，充分发挥其规范作用。因此，监管部门与司法部门要加强合作，实施协同运行，通过电子商务深化法律法规，保护消费者个人权益。

### 4.2. 加强对电商监管，完善信用保障制度

电子商务是依托互联网络开展的活动，这意味着商贸活动本身具有虚拟属性，必须对其加以限制，如此才能推动电子商务发展。随着互联网络兴起，电子商务发展迅速，这一过程中许多消费者自身权益受到严重损害，主要是因信用缺失对电商影响较小，且针对电商的信用保障制度不够完善。

首先，有必要针对电商健全信用保障制度，加大电商监管力度，严厉打击电商信用缺失行为，通过经济惩处让电商经营者认识到信用缺失带来的危害[3]。

其次，有关部门要秉持与时俱进的原则针对电商开展监管工作，为消费者提供举报平台，对电商进行全面监管。

最后，以电商为主体创建信息体系，收集电商基本信息，包括经营范围、类型等，保障消费者信息知情权，如果买卖双方因消费出现矛盾纠纷，消费者可以确定投诉目标，明确责任承担者[9]。

总而言之，提高电商监管水平，健全信息保障制度，可以在网络平台背景下塑造信息公开、透明的交易环境，加快电子商务发展速度，并为消费者个人权益提供有效保障。

### 4.3. 营造安全的网络交易环境

电子商务背景下，消费者只能通过网络平台与电商进行交易，这意味着彼此双方缺少基本认知，而且某些消费者对网络运行的认知十分有限，相比于早期交易模式，这种网络交易会降低消费者心中的安全感。由此可见，保证网络交易环境安全具有十分重要的意义。

首先，要加强消费者个人信息保护。经过网络市场勘察，政府及行业协会要明确规定电子商务交易过程中双方需要提供的信息，确保两者信息权重一致，要求电商不得随意泄漏消费者信息，了解信息泄漏带来的严重后果，保护消费者隐私权。

其次，加强支付方式管理，提高安全水平。电子商务交易过程中，支付技术方面存在的漏洞同样会

损害消费者个人权益,对此,国家要完善技术标准,通过相应技术解决支付方面存在的问题。第三方支付平台在电子商务中占有十分重要的位置,进一步确定这些平台需要承担的责任,依据平台特点健全管理制度,保证平台运行环境安全,赢得消费者信任。以雅宝网站推出的代收款交易保障服务为例,在交易中,雅宝网属于第三方机构,可以为交易双方提供代收款服务,通过这种方式,使交易过程中容易出现的欺诈问题被解决。

最后,消费者应通过学习掌握与电子交易有关的知识,养成自我保护意识,慎重选择交易对象,注重自我保护,妥善保管交易证据,当自身权益受到侵犯时积极进行维权[10]。

#### 4.4. 司法问题解决策略

司法机关应围绕典型案例从司法层面进行解释,规范电子商务交易行为中双方承担的职责,规范消费者权益保护。如此,不仅可以健全司法标准,还能消除各地对司法认知的差异,增强司法适用性,为电子商务发展奠定坚实基础。依托规范法律与一致的标准,司法机关可以保护消费者自身权益不受损害,推动电子商务发展,维持良好竞争秩序。

司法单位要加强与其他部门之间的合作,实施协同作业机制,提高彼此之间的协调性,落实信息共享制度,整合多方力量与资源,在实践中发力,严厉惩处电子商务中违规行为。通过与其他部门之间的合作,既可以提高执法水平,同时推动电子商务市场稳步前行。

#### 4.5. 平台问题解决策略

平台要定期审核交易规则,更新早期规则,使其与消费者权益保护法律保持一致。面对划分不清或辨识模糊的部分,平台要积极与有关部门交流沟通,力求通过法律途径解决问题,提升规则可靠性与适用性。

平台应打造专职法务团队,完善平台规则。成立团队不仅可以保证规则合规合法,而且可以保护消费者自身权益,塑造公平公正的交易环境。

### 5. 结论

综上所述可以看出,作为当下主流消费方式,电子商务在经济发展中占有十分重要的位置,而消费者作为推动电子商务持续发展的关键,其权益必须得到足够重视。对此,电子商务前进过程中,相关人员要思考如何通过法律维护消费者基本权益,基于实际不断深思,明确权益保护必要性,确定权益保护主要内容,通过多渠道解决商务纠纷、营造安全交易环境等策略促进电子商务持续发展。

### 参考文献

- [1] 许佳佳, 陆郑义, 刘卿. 浅析电子商务中消费者权益的法律保护[J]. 今日财富, 2021(7): 45-46.
- [2] 薛魁中. 电子商务中消费者权益保护的应对探究[J]. 法制博览, 2021(9): 163-164.
- [3] 刘蕊, 王嘉祺. 电子商务中消费者权益的法律保护研究[J]. 法制博览, 2021(7): 165-166.
- [4] 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.
- [5] 陈睿. 法律视角下电子商务中消费者权益保护问题[J]. 农家参谋, 2019(19): 176.
- [6] 康梦蕾. 我国电子商务中消费者权益保护法律问题研究[D]: [硕士学位论文]. 西宁: 青海师范大学, 2019.
- [7] 席文瑜. 论电子商务中消费者权益保护的法律责任[J]. 中外企业家, 2019(9): 185.
- [8] 孙学津. 电子商务中消费者权益的法律保护[J]. 法制博览, 2019(1): 116+115.
- [9] 白丽, 何燕. “一带一路”倡议背景下电子商务中消费者权益的法律保护[J]. 新疆社会科学, 2019(5): 115-120.
- [10] 李城. 浅析电子商务中消费者权益的法律保护[J]. 中国市场监管研究, 2019(2): 37-41.