

网络购物中消费者知情权保护研究

陶梦景

浙江理工大学马克思主义学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2024年5月18日; 录用日期: 2024年6月12日; 发布日期: 2024年8月5日

摘要

互联网技术的发展,使得网络购物在我国快速普及,网络购物如同一把双刃剑,使网络购物在为消费者带来了极大便利的同时,因网络的虚拟性和复杂性,也产生了诸多法律问题。本文从网络购物消费者知情权的内涵入手,阐述了在网络购物中消费者知情权保护的必要性,分析了当前网络消费者知情权法律保护的现状及困境,发现目前网络购物中消费知情权面临着法律规范滞后、执法效率不高、监管力度不足、经营者虚假宣传等问题,最后分别从立法、执法、司法、经营者和消费者等主体出发提出相关保护建议,促进网络消费市场的健康发展。

关键词

网络购物, 消费者, 知情权

Research on the Protection of Consumers' Right to Know in Online Shopping

Mengjing Tao

School of Marxism, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: May 18th, 2024; accepted: Jun. 12th, 2024; published: Aug. 5th, 2024

Abstract

The development of Internet technology has made online shopping rapidly popular in China, and online shopping is like a double-edged sword, which has brought great convenience to consumers at the same time, but also caused many legal problems due to the virtuality and complexity of the network. Starting from the connotation of consumers' right to know in online shopping, this paper expounds on the necessity of protecting consumers' right to know in online shopping, analyzes the current situation of legal protection of online consumers' right to know, and finds that the current consumer right to know in online shopping is facing problems such as lagging legal

norms, low law enforcement efficiency, insufficient supervision, and false publicity by operators. Finally, it puts forward relevant protection suggestions from the perspectives of legislation, law enforcement, justice, operators and consumers to promote the healthy development of online consumer market.

Keywords

Online Shopping, Consumers, Right to Information

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. 网络购物消费者知情权概述

1.1. 消费者知情权的产生发展

消费者知情权一词最初起源于美国，美国前总统约翰·肯尼迪在《关于保护消费者利益的特别国情咨文》中第一次提出消费者权利概念，首次提出消费者的四项基本权利，即：“获得安全保障权、正确了解商品权、自由选择商品权、提出消费意见权。”^[1]

1.2. 知情权的基本内容

知情权也称获取信息权、知悉权，指“消费者享有的知悉其购买、使用的商品或接受的服务的真实、充分、准确、适当的信息的权利”。《消费者权益保护法》第八条规定，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¹。

1.3. 网络购物中消费者知情权的内涵

网络购物消费者知情权是传统消费者知情权在网络购物这一特定领域的延展。由于购物方式的变化，知情权的内容也相应地得到了丰富和扩展。在传统线下购物中，消费者与经营者之间的交易往往直接、简单，权利义务主体相对单一。消费者主要需要了解商品或服务的基本信息，如价格、性能、产地等，而经营者则负有提供这些信息的义务。然而，在网络购物中，交易过程变得更为复杂，涉及的义务主体也更为多样。除了经营者之外，网上交易平台提供者、物流服务提供者、支付平台提供者等都成为了网络购物中不可或缺的角色。

由于义务主体的增加，网络购物消费者知情权的内容也相应扩大。消费者不仅需要了解商品或服务的基本信息，还需要了解与交易相关的其他信息，如交易平台的信誉度、物流服务的可靠性、支付平台的安全性等。这些信息对于消费者作出明智的购买决策至关重要。

因此网络购物中消费者知情权的定义为：“网络购物消费者知情权是指消费者在网络购物过程中，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”^[2]。并且是与整个网上交易流程紧密相连的各种信息，这是消费者在做出购买决策前，必须获取的基本信息，也是保障消费者权益的重要基础。

¹ 《中华人民共和国消费者权益保护法》第八条规定：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、主要成分、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。

2. 网络购物消费者知情权保护的必要性

首先，有利于保障消费者权益，维护市场秩序。在网络购物过程中，消费者往往面临信息不对称的问题，难以全面、准确地了解商品或服务的真实情况。保护消费者的知情权，有助于消费者做出明智的购买决策，避免受到欺诈或误导。同时，加强消费者知情权保护也是维护市场秩序的重要一环，能够有效遏制不正当竞争和虚假宣传行为，促进网络购物的健康发展。

其次，有利于促进网络购物行业的可持续发展。网络购物行业的繁荣与消费者的信任密不可分。保护消费者的知情权，能够增强消费者对网络购物的信心，提高网络购物的满意度和忠诚度。这将有助于吸引更多消费者参与网络购物，推动网络购物行业的持续、健康发展。

再次，有利于推动相关法律法规的完善。随着网络购物行业的快速发展，相关法律法规也需要不断适应新的情况和问题。加强消费者知情权保护，有助于推动相关法律法规的完善，为网络购物行业提供更加明确、具体的法律指引和规范。这将有助于减少法律纠纷，提高网络购物的法治化水平。

最后，有利于提升社会整体福利水平。网络购物作为一种便捷、高效的购物方式，已经深入人们的生活。保护消费者的知情权，有助于提升网络购物的整体质量，为消费者提供更好的购物体验。同时，这也有助于促进社会整体福利水平的提升，推动经济社会的健康发展。

因此，网络购物消费者知情权保护的必要性不容忽视。只有加强消费者知情权保护，才能保障消费者的合法权益，维护市场秩序，促进网络购物行业的可持续发展，推动相关法律法规的完善，以及提升社会整体福利水平。

3. 网络消费者知情权法律保护的现状分析

在当前的法律框架下，我国对于网络消费者知情权的保护已经初步形成了一套体系。这主要依赖于《中华人民共和国消费者权益保护法》、《电子商务法》以及其他相关法律法规，如《民法通则》、《合同法》、《产品质量法》和《电子签名法》等[3]。这些法律法规为消费者提供了基本的权益保障，尤其是在网络消费日益增长的今天，为网络消费者提供了法律武器。同时，政府部门也加强了对网络购物市场的监管力度，严厉打击侵犯消费者知情权的行为。

然而，尽管有这些法律法规的存在，但由于网络消费的特性和复杂性，现行的法律往往难以完全适应网络消费环境。首先，网络消费具有虚拟性、隐蔽性和差异性等特点，这使得传统的消费者权益保护方式在面对网络消费时显得力不从心。其次，虽然《消费者权益保护法》对网购经营者的信息披露义务做了相关规定，但条文较为模糊，没有具体到细节，披露的信息不够全面具体，且没有充分考虑到网络交易的实际特殊性[4]。

4. 网络消费者知情权保护面临的困境概述

第一，法律规范滞后。现有的法律法规大多制定于网络消费兴起之前，因此往往难以适应网络消费的发展速度和复杂性。尽管有一些法律法规进行了修订或补充，但总体上仍然存在滞后性，难以完全满足网络消费者的需求。网络消费具有跨地域、虚拟化、信息量大等特点，这使得传统的消费者权益保护、合同履行、责任追究等法律法规在面对网络消费时显得力不从心[5]。例如，网络交易中经常出现的虚假宣传、假冒伪劣、个人信息泄露等问题，就需要有专门的法律法规来进行规范和打击。尽管近年来有一些法律法规进行了修订或补充，以适应网络消费的发展，但总体上仍然存在滞后性。此外，网络消费的发展也带来了一些全新的法律问题，如数字货币、智能合约等新型交易方式的出现，对现有的法律体系提出了新的挑战。

第二，执法效率不高。网络购物涉及多个部门和领域，需要各部门之间密切协作、信息共享。然而，

在实际操作中，由于部门间的沟通不畅、信息共享不及时等原因，可能导致执法机关在处理网络购物案件时出现重复劳动、资源浪费或遗漏重要线索等情况，从而影响了执法效率[6]。执法机关调查取证可能面临困难。网络购物涉及大量的电子数据和信息，这些数据的收集、保存和提取需要一定的技术支持和专业知识。然而，部分执法机关在技术和人员配备上可能存在不足，导致取证和调查工作难以有效开展。这种情况下，即使发现了违法行为，也可能因为证据不足而无法进行有效打击。

第三，监管力度不足。监管力度不足使得一些不法商家有机可乘，利用法律漏洞进行欺诈、虚假宣传等违法行为[7]。这些不法行为给消费者带来了极大的困扰和损失。消费者在网络交易中往往难以辨别真伪，容易受到虚假信息的误导，导致购买到质量不符合要求的产品或服务。监管不足也破坏了网络消费市场的秩序。不法商家的存在使得市场竞争变得失衡，诚信经营的商家受到挤压，消费者的信任度降低，整个市场的健康发展受到威胁。

第四，经营者虚假宣传。由于信息不对称，商家可能故意隐瞒或歪曲商品的真实信息，通过夸大宣传、虚构好评等手段误导消费者[8]。这导致消费者在购物过程中难以获得全面、真实的商品信息，进而损害了他们的知情权。并且当前网络交易中存在大量格式合同或格式条款。网络经营者往往凭借其优势地位，在格式条款中加入不利于消费者的交易条件，如特价商品不退换等，使消费者无法就合同内容进行磋商，无法实现公平交易。这在一定程度上限制了消费者的知情权，使得消费者难以获得充分的交易信息。

5. 完善网络购物消费者知情权保护建议

第一，科学立法：加强法律法规建设。细化现有法律条款。针对网络购物的特点，对《消费者权益保护法》等相关法律法规进行修订，细化网络经营者的信息披露义务，明确其应当披露的具体内容、方式和标准，提高法律的可操作性和针对性[9]。制定专项法规。针对数字货币、智能合约等新型交易方式产生的全新法律问题，制定新的法律法规。对网络交易中的消费者知情权保护进行全面规范，包括网络经营者的信息公示、广告宣传、售后服务等方面，形成完整的法律体系。拓宽公众参与立法的渠道和途径，广泛听取各利益群体的意见，尤其是网络消费主体的意见。

第二，严格执法：提高执法效率。优化执法流程，减少不必要的环节和时间消耗，提高执法效率。同时，建立跨部门、跨地区的协作机制，加强信息共享和联动执法，形成合力[10]。加强信息共享和公开。推动各部门之间的信息共享和公开，将网络经营者的信用信息纳入社会信用体系，提高信息的透明度和可用性。加强执法人员培训。定期对执法人员进行业务培训和技能更新，提高他们的专业素养和执法能力。执法人员可以深入了解网络购物的相关法律法规、政策规定以及操作流程，从而在工作中能够准确识别违法行为，依法依规进行执法。鼓励执法人员积极参与网络交易领域的学习和研究，掌握相关的技术工具和手段，以便有效地收集、保存和提取证据，增强其对新型违法行为的识别和应对能力。

第三，公正司法：加强监管力度。建立多部门协同监管机制。加强工商、质检、网信等部门的合作与协调，形成跨部门、跨领域的监管合力，共同打击网络购物中的违法行为。对网络交易平台进行定期和不定期的检查，确保其遵守相关法律法规，保护消费者的合法权益。这包括对平台上的商品信息进行审查，防止虚假宣传和欺诈行为的发生；对交易过程进行监控，确保交易的公平性和透明性；对投诉和纠纷进行及时处理，维护消费者的合法权益。同时，监管部门还应该加强与公安机关等部门的合作，对涉嫌犯罪的行为进行依法追究，维护网络交易市场的秩序和安全。此外，监管部门还应该积极推动行业自律机制的建设。通过制定行业标准和规范，引导网络交易平台自觉遵守法律法规和商业道德，提高整个行业的诚信度和形象。最后，监管部门还应该注重提升技术手段和数据分析能力。利用大数据、人工智能等先进技术对网络交易进行实时监控和分析，及时发现和处理违法行为，提高监管的效率和准确性。

第四,全民守法:经营者严格遵守法律。经营者应在商品描述中提供详尽的信息,包括商品的性能、规格、产地、生产日期、有效期限等,避免夸大其词或隐瞒重要信息[11]。同时,对于可能影响消费者购买决策的关键信息,如价格、优惠条件等,也应清晰明了地展示。同时消费者应提高维权意识。通过各种渠道和方式,消费者要加强网络购物中知情权保护的认知和了解,提高维权意识和能力。

虽然我国在网络消费者知情权法律保护方面已经取得了一定的进展,但仍然面临着诸多困境和挑战。为了更好地保护网络消费者的权益,需要进一步完善相关法律法规,加强执法与监管力度,经营者严格遵守法律,消费者提高维权意识和能力。同时,也需要加强跨部门的合作与协调,形成合力,共同推动网络消费市场的健康发展。

6. 结语

相较于传统的线下购物,网络购物呈现出一系列新的特点和挑战,这也使得消费者知情权保护面临更为复杂的环境。虽然《中华人民共和国消费者权益保护法》、《电子商务法》等相关法律法规为消费者提供了基本的权益保障,但是由于法律规范的滞后性、消费者维权难度大、监管力度不足,消费者知情权被侵犯的情况时有发生。因此,完善网络购物消费者知情权保护需要从法律法规、监管执法、消费者教育、信用评价和技术应用等多个方面入手,形成合力,共同推动网络消费市场的健康发展。

参考文献

- [1] 黄斯斯. 网络购物中消费者知情权相关法律问题探析[J]. 产业创新研究, 2023(10): 73-75.
- [2] 杨传雪. 网络购物中消费者知情权保护研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 哈尔滨商业大学, 2022.
- [3] 王利明. 电子商务法律制度:冲击与内因[M]. 北京: 北京法律出版社, 2013: 49-56.
- [4] 吴峻. 消费者知情权体系的完善及其边界[J]. 价格理论与实践, 2019(8): 29-35.
- [5] 杨路明, 罗裕梅, 吴彦艳, 等. 电子商务法[M]. 北京: 机械工业出版社, 2017: 102-138.
- [6] 朱黄娟. 网络虚拟交易下消费者知情权的保护[J]. 中国商论, 2021(21): 67-69.
- [7] 王娅. 论网络直播营销消费者知情权的法律保护[D]: [硕士学位论文]. 太原: 山西财经大学, 2023.
- [8] 刘晓昂. 电子商务中消费者知情权法律保护研究[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林财经大学, 2022.
- [9] 王聪. 网络购物中消费者知情权法律保护研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 哈尔滨工程大学, 2023.
- [10] 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.
- [11] 朴成姬. 消费者权利性质与保护路径研究——从民法典与单行法的关系切入[J]. 苏州大学学报(哲学社会科学版), 2020, 41(1): 87-94+191.