

电子商务中消费者个人信息的保护研究

陈雅如

南京林业大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年5月29日; 录用日期: 2024年6月14日; 发布日期: 2024年8月9日

摘要

互联网时代的电子商务快速发展, 消费者个人信息安全在高度开放的互联网平台上面临着越来越大的风险。本文通过分析电子商务中消费者个人信息受侵害的基本形式及原因提出从健全电子商务中消费者个人信息法律保护体系、积极引导电子商务行业加强自律、提高消费者个人信息自我保护意识三个方面优化调整个人信息权益保护体系, 进一步促进电子商务行业的整体发展。

关键词

电子商务, 消费者, 个人信息保护

Study on the Protection of Consumers' Personal Information in Electronic Commerce

Yaru Chen

School of Marxism, Nanjing Forestry University, Nanjing Jiangsu

Received: May 29th, 2024; accepted: Jun. 14th, 2024; published: Aug. 9th, 2024

Abstract

With the rapid development of e-commerce in the Internet era, the security of consumers' personal information is facing increasing risks on the highly open Internet platform. By analyzing the basic forms and reasons of infringement of consumers' personal information in e-commerce, this paper proposes to optimize and adjust the personal information rights and interests protection system in three aspects, namely, to improve the legal protection system of consumers' personal information in e-commerce, to actively guide the e-commerce industry to strengthen self-regulation, and to enhance consumers' awareness of personal information self-protection, so as to further promote the overall development of e-commerce industry.

Keywords

Electronic Commerce, Consumers, Personal Information 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

随着我国经济的迅速发展，互联网、大数据及网购已经渗入到社会生活的方方面面。电子商务由于其方便快捷的特点被广大消费者喜爱，但同时也带来了严峻的个人信息保护问题，在进行电子商务时，消费者的详细个人信息被不良电子商务经营者非法收集、存储、泄露造成信息侵害，虽然 2021 年正式施行的《个人信息保护法》在消费者个人信息安全方面做出了很多规制和保护，但在实践中充分保障消费者个人信息仍是重要问题。

2. 电子商务中消费者个人信息的基本概念

个人信息指的是与特定个人存在关联性且能反映个体特征的可识别、不包括匿名化处理后的信息。在电子商务中，消费者的个人信息可被定义为在网络环境中个人出于情况需要提供自己的资料信息以便于进行互联网交易活动时识别身份，这一类信息通常包含了消费者的个人基本情况，主要分为消费时的基本信息，网络活动中的个人信息、网络存储的个人信息[1]。

2.1. 消费时的基本信息

消费者在进行电子商务时会提供个人详细信息包括姓名、联系方式、家庭住址等，电子商务的交易完成过程需要使用金融支付或电子支付等涉及银行卡号、身份证号之类的保密信息都属于电子商务消费者个人信息的范畴[2]。

2.2. 网络活动中的个人信息

消费者在进行电子商务过程中不可避免的产生浏览记录、消费记录、聊天记录等个人信息都将被留存于网络活动历史空间，这些互联网浏览及消费信息直接反映了个人消费习惯及爱好，同样属于电子商务消费者个人隐私信息。

2.3. 网络中存储的个人信息

个人存储于网络中的信息主要分为两类，一类是消费者存于电脑中的信息。另一类是网络存储空间中涉及邮箱、消费平台等有关消费者个人隐私的相关信息，此类信息包含了交易往来邮件及个人存储记录等重要内容。

3. 电子商务中消费者个人信息受侵害的基本形式及原因分析

3.1. 电子商务中消费者个人信息受侵害的基本形式

3.1.1. 消费者个人信息被非法收集、存储

电子商务中消费者的个人信息具有一定的价值性，电子商务企业利用大数据对比分析消费偏向及购

买需求以此创造出可观的商业利益，因此出现消费者个人信息被非法收集、存储的现象。例如，部分网络公司在未经访问同意情况下使用 cookie 软件工具追踪消费者的网络购物浏览情况；制作网页通过领取免费奖品或商品券等套取消费者个人信息等[3]。

3.1.2. 消费者个人信息被非法泄露、利用

电商平台在消费者进行网络注册的环节中就可以完整掌握消费者个人信息，包括姓名、性别、联系方式等基本信息，获取相册访问、地理位置授权等深度信息。部分不良经营商家将用户资料及实名认证信息置于非法产业链上供其他公司有偿使用，侵害了消费者个人信息权[4]。此外，一些商业机构利用被泄露的个人信息进行短信或电话推销，非法利用信息者甚至实施诈骗、传播不良思想、诱惑参与赌博等犯罪活动，对社会环境造成严重危害。

3.2. 电子商务中消费者个人信息受侵害的原因分析

3.2.1. 电商平台的协议政策不利于保护消费者个人信息

消费者在电子商务平台注册账号通常需要勾选同意相关协议及隐私政策，这种平台协议往往分为两类，一类是只提供单一隐私政策条款，属于不涉及具体服务的网站内容介绍型的单方面声明，且不需要大范围收集用户信息，因此不视作合同。另一类平台协议及隐私政策全面规定了消费者义务，一定程度上保障了消费者权益，市面上大多数平台协议及隐私政策属于此类合同性质，并且是格式合同。正是此类合同的签订使消费者在电子商务环境中丧失话语权并处于弱势地位。若不勾选同意协议则将无法进行购物，大部分消费者在电商平台的强大市场影响力下也会忽略格式合同的具体内容，从而给了平台制定不合理条款规避自身责任的可乘之机，无法实现消费者的缔约公平[5]。

3.2.2. 电商平台不注重保护个人信息安全

电子商务平台以盈利为目的，因此对于消费者个人信息安全的保护意识不强。法律在市场经济发展过程中对于高敏感的个人信息的施以明确保护，但却无法解决在互联网时代产生的信息交流和信息互换的需求，从而造成国家、政府高密度保护公民个人信息却无法全方位管制不良商企通过非法手段套取消费者信息并以此牟利的局面。在巨大商业价值的驱使下，保护个人信息需求越大，利用个人信息需求也随之增长，从而导致个人信息被商业利用的违法行为越发泛滥。

4. 电子商务中保护消费者个人信息存在的困境

4.1. 法律保护体系不健全

当前，我国对于个人信息的规定分散于各项法律法规中，针对个人信息保护还没有专门的法律法规作出规定。尽管颁布《个人信息保护法》，也并未形成一个完整的保护体系，存在法条规定内容不详细、缺乏实践法律指引等现实问题。首先，缺乏统一适用的个人信息保护法。对于电子交易过程中的个人信息没有完善的保护规则，因此个人信息受到侵害时只能依据《民法通则》中的名誉权加以处理，在此过程中显示出缺乏直接保护个人信息条款的问题从而导致无法衡量其适用范围并进行针对性处理，引发电子商务中侵犯个人信息的状况频发[6]。其次，惩罚机制有所欠缺。现有的规定对于泄露个人信息行为基本作为行政处罚，法律上也没有条例明确侵犯个人信息行为而应受到民事处罚，对于电子商务企业违法利用消费者信息行为的处罚力度不足，轻度违法行为由于没有合理的法规可以遵循执行往往会从轻处理，无法达到警示效果。对于侵权行为没有惩罚机制可执行从而降低了违法成本，致使个人信息盗用情况难以控制。最后，执行责任主体不清晰。立法效力层次低所凸显的问题更多在于执法监管工作不能顺利进行，执法层面责任不清晰也使得个人信息保护相关条例起不到规范作用。

4.2. 电子商务行业缺乏自律机制

互联网技术快速发展为公民提供便捷生活的同时也增加了隐蔽侵权行为发生的风险，这意味着个人信息通过网络渠道被侵害时难以收集证据，也极大提高了监管难度。一方面，监管主体职责界定不明确导致制度不能够有效衔接。随着侵权形式更加多样化、手段更具隐蔽性，管理主体的明确分工才能使部门之间的监管产生整体合力。此外，监管队伍的专业化水平也需要进一步提升。在收集侵犯消费者个人信息相关证据的各个环节都需要高级技术支持，信息侵权技术者采用的方式不断创新也给政府监管带来了严峻挑战。另一方面，电子商务行业都以利益最大化为经营目的，现有的行业自律规范并不能为消费者个人信息安全提供切实保障，电商经营者也不愿为保护消费者的隐私而投入技术和资金[7]。对于消费个体来说，隐私政策的内容条款专业性过强、信息风险过高，由于自身认知有限无法精确判断隐私权益及其他权益使得他们的身份一直处于被动地位，只有在个人信息权益受到侵害时才会考虑行使社会监督维护权益。

4.3. 消费者个人信息保护意识、维权意识不充分

消费者在进行电子商务交易过程中对个人信息的保护意识不够充足，在个人信息受到侵害时更是缺乏维权意识。一方面，消费者在电子商务环境中并没有意识到保护个人信息的重要性。例如，轻易填写来源不明的网络问卷并提供个人信息；为抽取免费奖品进行实名认证并授权详细地址等等。因此大部分消费者也无法得知在哪个环节泄露了个人信息从而收到大量推销电话，在这种情况下发生后既不会追究泄露源头，也不会通过法律维权从而导致在电子商务中保护消费个人信息安全问题举步维艰。另一方面，消费者维权成本高且成效甚微是消费者放弃维权的直接原因。部分消费者往往感到不值得为泄露个人信息的电商交易而采取耗时长、诉讼成本高的维权方式。现有的侵权责任法规也只能通过罚款、道歉等救济措施对个人信息受到侵害的消费者进行补偿，然而由于电子商务中个人信息容易获取且难以拦截、删除的特殊性，受害者个人信息被不正当收集、二次利用的风险仍然存在，难以从根本上解决实际问题。对个人信息保护的效果甚微也打消了消费者利用法律方式进行维权的积极主动性。

5. 电子商务中消费者个人信息保护的对策

5.1. 健全电子商务中消费者个人信息法律保护体系

在个人信息权保护的法律构建层面，虽然《个人信息保护法》对于电商平台过度收集、泄露个人信息方面已做出相应规定，但缺乏电子商务中对消费者个人信息进行保护方面的法律细则，即着重对消费者的权利与电商企业的义务进行细化规定[7]。电商平台在用户注册账号时要求勾选同意的相关协议和隐私政策并以此掌握话语解释所属权，使得消费者的个人信息受到侵害后维权艰难。由此可见，有效保障消费者个人信息安全问题需要结合更加详细的法律规范出台相关配套实施细则以规避风险。一方面，进一步细化消费者个人信息归属，包括信息查询权、决定权、使用权等等。另一方面，建立电子商务企业事后追责机制，进一步约束电子商务企业以完善电子商务环境下消费者个人信息保护的法律体系。

5.2. 积极引导电子商务行业加强自律

在我国电子商务快速发展的背景下，电子商务企业队伍日益壮大，因此建立独立性、带头性的行业自律协会是规范电商行业发展的必然选择。首先，建立线上投诉平台，实行认证制度。线上投诉平台简化了消费者的维权步骤，根据实际考察为申请网络隐私认证的电子商务企业提供具有说服性的认证标志以此提高整个行业对消费者个人信息安全的重视程度。其次，引导电子商务企业提高对于消费者信息安全管理意识，落实企业内部信息保护制度，积极共建良好电子商务环境。对于电子商务企业必须明确

个人信息的收集和使用范围仅限于其业务需要，若超出其经营范围且未经消费者同意确认不得将消费者个人信息用于其他目的。最后，设立严格的电子商务监督管理机构以便于及时高效的解决相关纠纷。通过设立由政府主导，法律专家和电商行业人员参与组成的具有权威代表性的第三方监督管理机构，为消费者提供信息保护咨询并受理消费者申诉与举报，同时对电子商务企业进行合理监督，充分提高制度实施的高效性[9]。

5.3. 提高消费者个人信息自我保护意识

在电子商务环境中，消费者自身充分认识个人信息保护的重要性、了解侵犯自身权益的行为并主动维权将会大大减轻政府监管工作。从政府角度来看，有关部门需要加大普法力度，引导消费者积极捍卫个人信息安全。政府有关部门在宣传过程中需要以利民简洁的方式融合相关案例向公众普及个人信息保护意识，引导消费者个人谨慎对待非官方信息收集问卷、授权注册等一系列网络活动，及时举报侵权行为并运用法律手段进行追责，主动捍卫个人信息安全。从消费者角度来看，应在具体消费行为中增强保护意识，养成良好购物习惯。尽量选择正规网站进行电子商务交易活动，增强辨别能力保持非必要信息不填写的原则，设置相对复杂的密码并及时删除浏览痕迹以降低信息泄露的风险。此外，积极鼓励消费者通过现行《个人信息保护法》中关于公益诉讼的方式维护自身信息安全，不仅有利于加强消费者安全保护意识，更能有效遏制当前频发的侵害消费者个人信息事件[10]。

参考文献

- [1] 姜良良. 大数据时代电子商务消费者个人信息保护探析[J]. 法制博览, 2022(7): 133-135.
- [2] 王新怡, 康晓娜. 浅析电子商务环境下消费者个人信息的法律保护[J]. 中国市场, 2019(9): 187-188.
- [3] 祁震. 电子商务中消费者个人信息保护问题的调查及法律对策研究[J]. 网络安全技术与应用, 2022(4): 109-111.
- [4] 朱童靖. 电子商务中消费者个人信息权的法律保护[J]. 互联网天地, 2021(12): 50-54.
- [5] 毕德旭. 电子商务平台消费者个人信息泄露的原因与防范[J]. 中国商论, 2020(16): 42-43.
- [6] 姜吾梅. 电子商务中消费者个人信息法律保护研究[J]. 法制博览, 2020(20): 78-79.
- [7] 古力泽. 电子商务中消费者个人信息的保护研究[J]. 广西质量监督导报, 2019(12): 134.
- [8] 郝芯. 电子商务时代大数据应用与个人信息保护的规范与实施对策[J]. 山西省政法管理干部学院学报, 2023, 36(4): 89-92.
- [9] 廖文勇. 电子商务领域消费者个人信息保护对策分析[J]. 中国商论, 2023(11): 44-46.
- [10] 田海鑫. 个人信息保护民事公益诉讼理念及实施研究[J]. 时代法学, 2022, 20(5): 79-90.