

电商经济背景下网络消费欺诈行为责任认定研究

王 秀

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年7月21日; 录用日期: 2024年10月24日; 发布日期: 2024年10月31日

摘 要

随着网络的不断发展, 人们的生活越来越便捷, 电子商务经济愈发成熟, 但不可忽略的是电商网上交易同样存在着一定的风险, 值得重视的是, 网络消费欺诈已经越发恶劣。在网络交易的实施过程中, 为了不损害网络交易双方的权益、维护相关网络交易秩序的稳定性和构建公平的网络交易竞争环境, 解决电商网络消费欺诈问题迫在眉睫。本文在电子商务经济背景下厘清了网络消费欺诈行为的概念, 特点, 归纳其常见类型。本文主要从主观故意行为、发布虚假信息、隐瞒、捏造事实、合法权益的损害、构成因果关系五个方面对网络消费欺诈行为进行认定, 论述了网络消费欺诈行为的责任承担。

关键词

网络消费, 网络经营者, 欺诈行为

Research on the Determination of Responsibility for Online Consumer Fraud in the Context of E-Commerce Economy

Xiu Wang

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 21st, 2024; accepted: Oct. 24th, 2024; published: Oct. 31st, 2024

Abstract

With the continuous development of the Internet, people's lives are becoming more and more convenient, and the e-commerce economy is becoming more mature. However, it cannot be ignored

that online transactions in e-commerce also have certain risks. It is worth noting that online consumption fraud has become increasingly severe. In the implementation process of online transactions, it is urgent to solve the problem of e-commerce online consumption fraud in order to not harm the rights and interests of both parties, maintain the stability of relevant online transaction order, and build a fair competitive environment for online transactions. This article clarifies the concept and characteristics of online consumer fraud in the context of e-commerce economy, and summarizes its common types. This article mainly identifies online consumer fraud from five aspects: subjective intentional behavior, publication of false information, concealment, fabrication of facts, damage to legitimate rights and interests, and formation of causal relationships, and discusses the responsibility for online consumer fraud.

Keywords

Online Consumption, Network Operators, Fraudulent Behavior

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

随着社会的不断发展，我们生活在一个日新月异的时代，科技给我们带来了极大的便利，其中电商经济的蓬勃发展更是人类文明的一大进步。根据 2024 年 3 月 22 日中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的《第 53 次中国互联网络发展状况统计报告》，报告显示，截至 2023 年 12 月，我国网民规模达 10.92 亿，互联网普及率达 77.5%；其中农村网民规模为 3.26 亿，城镇网民规模为 7.66 亿；人均每周上网时长 26.1 个小时。¹ 电子商务网络消费行业的业绩蒸蒸日上，然而，值得警惕的是网络消费行为中潜伏有大量网络消费欺诈乱象，电子商务网络消费也成为了欺诈行为的红区，如我们耳熟能详的以职业打假为名的电子商务网络消费欺诈行为较为常见。值得一提的是，目前我国对于网络消费欺诈行为进行了较好的规制，取得不错的成效，然而关于消费欺诈问题的相关规定只能在各个法律法规中得以窥见，规定并不集中，如《消费者权益保护法》第 55 条规定了消费欺诈的惩罚性赔偿制度，《部分商品修理更换退货责任规定》中关于摩托车、移动电话机等修理、更换、退货责任规定。所以，为了更好地保护网络消费者的合法权益，当今亟需对电商经济背景下网络消费欺诈行为的责任进行认定。

2. 网络消费欺诈行为的概念及特点

2.1. 消费欺诈

消费欺诈是指行为人以消费者的身份，在购买商品或者接受服务中，虚构事实，谎称经营者销售的商品或者提供的服务构成经营欺诈，利用惩罚性赔偿制度获取非法利益，侵害经营者合法权益，破坏市场交易秩序的欺诈行为[1]。电商平台网络消费欺诈行为的类型，结合实际来看，大致可以划分为欺诈和恶意诉讼两种。电子商务领域的欺诈主要是指在电商平台交易过程中欺诈方直接向销售者、服务者主张商品或者服务欺诈，使用一些如非法举报，网络错误舆论的引导等方式，从而达到索赔的不法目的。恶意诉讼指行为人通过向人民法院起诉，主张法院判决支持其惩罚性赔偿责任的诉讼请求的消费欺诈行为。

¹ 第 53 次《中国互联网络发展状况统计报告》发布[J]. 新闻论坛, 2024, 38(2): 17.

2.2. 网络交易欺诈行为的概念

网络消费欺诈,可以大致理解为网店经营者做出了具体的举动、为了实现自身单方面的利益,而对网络消费者的消费权益等造成损害的行为,包括商品描述不正确、商品质量低下、商品价格不合理等[2]。申言之,要界定网络消费欺诈行为概念,首先要对网络交易和欺诈行为的概念进行分析。随着科技的不断进步,网络交易一词应运而生,各行各业接踵而至网络世界,电子商务行业不断蓬勃发展,许多商家在网络上展示自己的商品或者服务,因此,关于网络交易的定义已经不再局限于传统商品的购买及销售,而是包括了购物、教育、服务等一系列消费形式在内的交易。欺诈行为主要是指商品的经营者在网络交易过程中故意隐瞒真实的商品或者服务信息,损害消费者权益的行为。因此可以得出,网络消费欺诈行为就是在网络买卖的过程中,交易一方为达成交易,故意向另一方出示虚假信息,使得对方违背真实意愿的前提下进行交易,损害另一方合法权益的行为。

2.3. 网络消费欺诈行为的特点

2.3.1. 隐蔽性高

在网络交易过程中,买卖双方并不需要现实地面对面的进行沟通和交易,这为人们的生活带来了便捷,但这也加重了网络消费欺诈的隐蔽性。不法商家通过利用网络的虚拟性对店铺及商品信息弄虚作假,以图对网络消费者进行欺诈,由于网络的隐蔽性,网络消费者受骗后无法在短时间内察觉。其次,正是因为网络消费欺诈的隐蔽性,从而导致了在网络购物的环境下,责任主体是很难确定的,欺诈行为发生后一般无法追溯,不法经营者也不能得到应有的处罚[3]。同时,网络交易欺诈行为的技术手段也逐渐专业化,如 AI 的出现就带了一些网络欺诈行为,一些网络欺诈行为足以达到以假乱真的程度,因此消费者难以辨别,具有很高的迷惑性。

2.3.2. 影响范围广

电子商务网络消费的不断网络、在线以及电子化,这会使得一旦出现网络交易欺诈行为,那么其发生的范围将不仅仅局限于某一特定地区,很可能是全国乃至世界范围内,所受侵害的消费者也将是面向整个世界的,具有明显的跨区域性,其影响范围之广可能超过我们的想象[4]。同时,这对于网络监管也是一个很大的挑战。一个网络商品经营者所发布的商品信息可以被多个消费者看到,所有浏览过该商品的消费者都有可能成为网络交易欺诈的受害者。

2.3.3. 成本低

相较于传统交易方式而言,电子商务网络交易经营者没有支付房租、水电等费用等烦恼,在网络上,商品、服务的宣传成本得以大大降低,使得其违法概率提高,这也就为许多不法分子在网络交易过程中进行网络交易欺诈行为提供了便利条件[5]。换言之,一般的网络交易欺诈行为不需要投入传统商业,如装修店铺,维修设备,电费水费租金等大量费用,只需在电子商务网络交易平台上填写虚假的商品信息或者注册虚假的身份信息就可以达到得利的目的。

3. 网络消费欺诈行为的常见类型

3.1. 价格欺诈

顾名思义,价格欺骗是指欺骗性的价格表示行为,换言之,价格欺骗是指经营者通过错误的甚至虚假信息从而使交易对方误解商品价格或者服务的定价手段,从而引诱顾客和其他经营者与其发生交易的活动。可以发现,价格欺诈这一概念包含了经营者角色。若商品或服务的提供者长期反复从事同一类交易行为,那商品或服务的提供方便可称为经营者,当买方或服务的接受方属于消费者时便可能构成消费欺诈[6]。

3.2. 虚假宣传

虚假宣传，虚假即客观不存在或者不真实的事物，宣传即为了吸引客流达成交易，使得交易商品或者服务的相关信息到达消费者而作出的相应行为。在电子商务领域，虚假宣传是指在商业活动中经营者为了获取市场竞争优势和不正当利益，由于行为的隐蔽性，对其难以识别，使得电子商务领域经营者以虚假或使人误解的商业宣传手段达到欺骗、误导消费者的宣传行为，虚假宣传违反诚实信用原则，违反公认的商业准则，是一种严重的不正当竞争行为。²

3.3. 合同格式条款欺诈

在网络交易过程中网络交易格式合同作为最为常见的缔约合作方式，极大提高电子商务网络消费效率。而在现实中，一些网络经营者所提供的格式合同条款虽然能有幸被消费者看到，但其冗长难懂，语言表达晦涩，语义模糊不清，更有甚者，一些经营者会将重要的格式条款隐藏在需要多次跳转的链接中，使得消费者无法发现[7]。

4. 网络消费欺诈行为的认定

4.1. 主观故意要件

是否属于网络消费欺诈行为的判断，首先，在主观上，要判断该行为是不是出于销售商品或者提供服务的经营者主观上的故意，换言之，销售商品或者提供服务的经营者是否有引诱网络消费者作出错误意思表示，进而完成其商品或者服务交易的主观意图。

4.2. 客观行为要件

4.2.1. 发布虚假信息

发布虚假信息大致可以总结为两种类型，一种是网络经营者向消费者提供与其产品实际情况不相符合的信息，实践中，网络经营者为了引流与增加交易量，向消费者传递与展示跟商品实际情况不一致的信息内容，由于信息差，使得买卖不对等。另一种是经营者向消费者提供虚假的身份信息。在这种情况下，某些不法商家在注册店铺时往往使用虚假的身份信息进行注册，一旦消费者成功支付货款或者发生交易纠纷时，店铺会被关闭，由于虚假身份，消费者也难以找到经营者。

4.2.2. 隐瞒、捏造事实

隐瞒、捏造事实的网络消费欺诈行为通常是指，网络经营者没有按照相应的规定如实、向消费者提供完整和真实的商品或者服务信息，这种行为造成消费者权益受损，其包括了四个构成要件，经营者有向消费者提供信息的义务；经营者应提供而未向消费者提供相应的信息；使消费者权益受损；经营者主观上有过错。

4.3. 合法权益受损

“行为人虽侵害了他人的民事权益，却并不一定造成损害。”[8]在对合法权益的损害是否作为网络消费欺骗构成要件之一进行讨论时，学者们的观点并非一致，一些学者支持将合法权益的损害纳入到构成欺骗的要件中，一些学者对此持有不同意见，这类学者主张经营者诱使消费者对商品或者服务产生错误认识时，就已经构成欺诈。网络科技的不断革新，网络诈骗手段层出不穷，且消费者由于各种原因处于弱势地位对网络欺诈行为难以识别，所以，在消费者识别出网络消费欺诈行为，并为降低损害发生的风险而做出相应措施支出了必要费用，或者采取了相应的技术手段等，都有权追究网络经营者的责任。

² 参见法制日报：警惕虚假宣传触及法律高压，网址：<http://opinion.people.com.cn/n/2013/1222/c1003-23910139.html>。

4.4. 存在因果关系

网络消费欺诈中的因果关系是在网络交易过程中网络商品经营者的经营行为与消费者权益损害之间是否存在某些必然关系，所以网络交易欺诈行为的构成要件中的损害事实并不必然作为依据，如《民法典》中规定，无论经营者所发出的其他行为是否切实的对消费者合法权益造成损害，此时经营者都应当接受法律的惩罚。实践中，“一旦《消费者权益保护法》所禁止的欺诈行为出现，就会推定消费者的知情权和选择权受到了损害，其因果关系是法律拟制的。”[9]

5. 网络消费欺诈的责任承担

5.1. 网购经营者与网络交易平台之间具有交叉重合关系

电子商务网络交易平台涉外提供者应为法人，非自营商品的网络交易平台承担着对平台的日常运营工作以及为网络交易主体提供相应服务的职能，自营商品的网络平台的责任义务类似于电子商务平台内经营者。网络经营者可以是法人，亦可以是自然人，网络交易平台提供者与网络经营者之间存在交叉重合关系。平台经营者所应采取的必要措施也应根据不同平台的性质和业务能力来判断，包括修改或删除欺诈信息页面、责令经营者整改、提醒消费者、限制欺诈经营者进入平台等措施[5]。电子商务网络经营者需要履行诚信履行合同、保证产品质量、欺诈惩罚性赔偿、出具购物票据等相关的必要义务。电子商务网络平台经营者、销售商品或提供服务的经营者的行为相结合在一起，就造成了同一损害结果，所以，二者应当承担连带责任[10]。

5.2. 举证责任的分配

电子商务网络技术不断发展，而消费者由于自身的专业、知识、经济等原因对于网络欺诈行为的辨认难度较大，再加上网络消费欺诈的隐蔽性，网络消费者通常处于不利地位，所以在网络消费欺诈案件中，举证责任应有特殊安排。有学者主张关于故意过错的举证责任，亦有实行倒置的必要，即在维持过错责任的前提下，实行过错推定的方法[5]。此种主张有利于受害人的权益保护。

5.3. 约定免除瑕疵担保责任的排除

有约定从约定，尊重当事人的意思自治，所以，可以约定预先免除瑕疵担保责任，但基于公平和诚信原则，这一规则不适用于出卖人故意欺诈的情形[11]。《民法典》第 618 条³虽然只规定出卖人故意隐瞒标的物瑕疵时不得主张免除或减轻瑕疵担保责任，但是在出卖人故意提供虚假情况、夸大标的物的品质或功能等更恶劣的情况下，当然不能适用预先免除或减轻瑕疵担保责任。

5.4. 恶意欺诈的加重责任

根据《民法典》规定，受欺诈人行使撤销权，那么合同自始至终不发生任何效力，当事人已经履行的须全部返还。但撤销后的返还目的并非真正使当事人回到“未缔约之前的状态”。这是因为适用不当得利返还规则，恶意欺诈人须返还全部获益，但受欺诈人仅须返还现存利益[12]。比较法上，甚至存在即使因受欺诈人过错导致标的物毁损灭失，在必要时仍可免除受欺诈人的返还义务的情形。

6. 结论

电子商务平台网络消费欺诈行为危害严重，不同于传统的一对一的交易模式，在网络交易过程中，其往往是一对多，即一个经营者往往面对多个消费者，同时可能多个订单在同时进行，而且有时网络平

³ 《民法典》第 618 条：当事人约定减轻或者免除出卖人对标的物的瑕疵承担的责任，因出卖人故意或者重大过失不告知买受人标的物的瑕疵的，出卖人无权主张减轻或者免除责任。

台经营者也不能“独善其身”。现今，对经营者利用网络进行欺诈的行为进行遏制，是保护消费者合法权益的必然要求。需要明确的一点是，网购经营者与网络交易平台之间具有交叉重合关系；因果关系、故意过错的举证责任，亦有实行倒置的必要；瑕疵担保责任可以通过当事人的约定预先免除；在恶意欺诈的情况下，需加重经营者的责任。

参考文献

- [1] 杨立新. 消费欺诈行为及侵权责任承担[J]. 清华法学, 2016, 10(4): 67-84.
- [2] 王安. 网络消费中欺诈行为的法律认定[J]. 时代报告, 2018(24): 160.
- [3] 刘卓燃. 网络消费欺诈行为的法律认定[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2015.
- [4] 周敏蕾. 网络交易欺诈行为的法律规制研究[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江财经大学, 2018.
- [5] 扈芳琼. 网络消费欺诈的民事责任研究[J]. 法律适用, 2023(8): 91-100.
- [6] 罗昆. 消费欺诈的认定及其私法效果[J]. 当代法学, 2023, 37(4): 45-56.
- [7] 钱玉文, 刘永宝. 网络消费欺诈行为的法律规制[J]. 法学杂志, 2014, 35(8): 63-69.
- [8] 程啸. 侵权责任法[M]. 第3版. 北京: 法律出版社, 2021: 224.
- [9] 林春艳. 新消法后首例汽车销售欺诈“退一赔三”案述评[J]. 法律适用(司法案例), 2018(6): 23-26.
- [10] 杨立新. 网络交易平台提供者为消费者损害承担赔偿责任的法理基础[J]. 法学, 2016(1): 3-11.
- [11] 黄薇. 中华人民共和国民法典合同编释义[M]. 北京: 法律出版社, 2020: 240.
- [12] 许德风. 欺诈的民法规制[J]. 政法论坛, 2020, 38(2): 3-19.