

# 电子商务法视角下的消费者权益保护策略研究

李 薇

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年9月10日; 录用日期: 2024年10月16日; 发布日期: 2024年11月11日

## 摘 要

随着互联网技术的飞速发展, 电子商务已成为现代经济的重要组成部分, 极大地改变了人们的消费方式和商业运作模式。然而, 电子商务所固有的虚拟特质与信息不对称等特性, 却催生了一系列新颖的消费者权益保障挑战。本文立足于电子商务法学的维度, 深入剖析当前电子商务领域内消费者权益保护的现状、所面临的问题及其背后的根源, 进而探讨应对策略。此举旨在为强化相关法规体系、提升消费者权益保护的实践效能, 提供既具理论深度又富有实践意义的参考与支持。

## 关键词

电子商务法, 消费者权益保护, 策略, 法律框架, 虚拟性

# Research on Consumer Rights Protection Strategy from the Perspective of E-Commerce Law

Wei Li

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Sep. 10<sup>th</sup>, 2024; accepted: Oct. 16<sup>th</sup>, 2024; published: Nov. 11<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

With the rapid development of Internet technology, e-commerce has become an important part of modern economy, which has greatly changed people's consumption mode and business operation mode. However, the inherent virtual characteristics and information asymmetry of e-commerce have given birth to a series of novel challenges to protect consumers' rights and interests. Based on the dimension of e-commerce law, this paper makes an in-depth analysis of the current status of consumer rights protection in the field of e-commerce, the problems faced and the root causes

behind, and then discusses the countermeasures. This move aims to strengthen the relevant legal system, improve the actual efficiency of consumer rights and interests protection, and provide reference and support with both theoretical depth and practical significance.

## Keywords

Electronic Commerce Law, Consumer Rights Protection, Strategy, Legal Framework, Virtuality

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. 电子商务法概述

### 1.1. 电子商务法的定义与范畴

电子商务,作为一种商业模式,其核心在于运用互联网及其他信息技术手段,进行商品的销售与服务的供给活动。这一过程不仅涵盖了在线商品交易的各个环节,还涉及了通过数字化平台向消费者提供多样化服务的经营活动。简而言之,它是指利用信息网络,特别是互联网,进行商品流通与服务提供的商业行为,旨在打破传统交易模式的界限,实现更高效、更广泛的商业交流与价值传递。这一定义不仅涵盖了通过互联网进行的商品销售行为,如网购、电商平台交易等,还包括了通过这些网络提供的服务等。这些行为均被视为电子商务的一部分,受到电子商务法<sup>1</sup>的规范和保护[1],这部法律共有7章89条[2],详细规定了电子商务活动中的各个环节和主体的权利与义务,旨在保障电子商务的健康发展[3]。

### 1.2. 研究现状

近年来,我国持续强化法制建设,相继出台并完善了一系列法律法规体系,诸如《中华人民共和国消费者权益保护法》及其配套《实施细则》,旨在全方位、深层次地保障消费者权益。同时,也清晰界定了电子商务平台在交易流程中所需承担的责任与应履行的义务,从而为网络交易环境的健康发展奠定了坚实的法律基石。具体而言,国内的电商平台在退货、退款、商品质量保证等方面采取了一系列措施,如设立消费者权益保护组织、提供便捷的投诉渠道、优化退换货流程等。然而,仍存在一些问題,如部分商家虚假宣传、商品质量问题频发、个人信息泄露等,这些问题需要持续加强监管和执法力度。

在全球范围内,电子商务领域内针对消费者权益的保障展现出显著的多元化特征[4]。欧洲与北美作为电子商务发展的前沿阵地,其消费者保护法律体系尤为健全。具体而言,欧洲地区,以欧盟成员国为代表,构建了统一的消费者权益保护法律框架,例如,通过实施欧盟消费者权利指令,详尽地界定了消费者在线上购物时享有的各项权益,诸如无理由退货政策、退款流程、以及产品质量担保机制等。此外,该地区还设立了跨国的消费者保护组织网络,它们携手合作,通过强化监督与高效解决消费者投诉,为消费者权益提供了更为广泛且深入的保障。美国作为全球电子商务市场的领军者,其消费者保护法律体系同样成熟且详尽。基于《联邦贸易委员会法案》<sup>2</sup>的坚实基础,美国对误导性广告、欺诈性交易行为以及个人信息的安全防护等方面实施了严格的法律规制。联邦贸易委员会与消费者金融保护局等权威机构,

<sup>1</sup>《中华人民共和国电子商务法》已由中华人民共和国第十三届全国人民代表大会常务委员会第五次会议于2018年8月31日通过,中华人民共和国主席令(第七号)公布,共七章八十九条,自2019年1月1日起施行。

<sup>2</sup>1914年的《联邦贸易委员会法》授权建立联邦贸易委员会,作为负责执行各项反托拉斯法律的行政机构。其职责范围包括:搜集和编纂情报资料、对商业组织和商业活动进行调查、对不正当的商业活动发布命令阻止不公平竞争。

则肩负着监督执行这些法规的重任，通过他们的不懈努力，确保了美国消费者在享受电子商务便利的同时，其合法权益能够得到充分的尊重与维护。

国内外权益保护存在着一定的差异。首先，在法律法规方面，国内外在消费者保护法规的制定和执行上均有一定成果，但具体细节和力度存在差异。欧洲和美国的法规体系相对更加完善和成熟，涵盖范围广泛且执行严格。国内在近年来也加快了相关法规的制定和完善步伐，但仍有待进一步加强执行力度和细化规定。在监管机制方面，国内外均设立了消费者权益保护机构，但国外的监管机制更加成熟和高效。欧洲和美国的监管机构通过跨国合作和信息共享，实现了对跨国电子商务的有效监管。国内虽已设立相关机构，但在跨境监管和信息共享方面仍有待加强。然而，由于信息不对称和法律制度差异等因素，国外消费者可能更容易获得全面的权益保护知识和维权途径。我国在相关教育方面仍有较大提升空间。

总体而言，国内外在电子商务中消费者权益保护方面均取得了显著进展，但仍面临诸多挑战。从对比中可以看出，国外在法律法规的完善性、监管机制的高效性以及消费者权益保护意识的普及性等方面相对更加成熟。在国内，随着法律体系的持续健全与完善，对于电子商务及相关领域的监管力度亟待进一步强化。与此同时，提升公众对于消费者权益保护的意识成为不可或缺的一环，这要求社会各界共同努力，增强消费者的自我保护能力。此外，面对全球化的经济趋势，加强国际合作与交流显得尤为重要，通过跨国界的协作，共同应对电子商务领域的新挑战，促进全球市场的健康有序发展[5]。

## 2. 案例分析

### 2.1. 案例一

案情经过：2022年7月，原告赵先生在某网络平台某店铺购买了A款护肤品和B款护肤品各3套，合计2699.4元。根据订单详细信息中交易快照页面显示，A、B款护肤品的商品参数均为国妆特字，都属于特殊用途化妆品，功效为祛斑、美白。五天后，赵先生签收上述订单的快递，但收到的两款护肤品包装信息显示，产品执行的标准编号均为妆网备字，系普通用途化妆品，且上述产品宣传厂家与产品实际厂家均不一致。赵先生认为，该店铺即佛山市某化妆品商行以普通化妆品冒充特殊用途化妆品，并修改商品页面备案号、功效、生产厂家信息等，构成欺诈<sup>3</sup>。

案例评析：本案中该店铺作为涉案商品的销售者，销售冒用他人产品信息的商品，并进行虚假宣传介绍，存在欺诈行为。同时电商平台对该店铺的监管力度明显不足，未及时发现并制止该店铺的虚假宣传行为。

### 2.2. 案例二

案情经过：刘某多次通过某电商平台购买海外商品，其真实姓名仅在下单时向平台提供，而在收件人姓名处，刘某均使用了化名。从2021年11月下旬开始，刘某在该电商平台下单后，多次接到海外电话，称其在某电商平台购买的商品因破损等原因不能正常清关，要求其配合处理。在接到这些电话的过程当中，当地反诈中心亦发来电话以及短信的提示，提醒刘某所接的极可能是诈骗电话。这些诈骗电话能够清楚地知道刘某的订单号码、真实姓名、电话、地址等，侵犯了个人隐私和个人生活安宁，刘某因此诉至北京互联网法院。该电商平台辩称刘某个人信息存在物流等多个环节泄露的可能性，不足以从法律的角度推理被告侵权的成立<sup>4</sup>。

案例评析：本案中，刘某在某电商平台海外购，该平台收集了刘某的真实姓名、电话、运单号、收件地址、收件人姓名等信息，这些信息属于刘某的个人信息，受法律保护。涉案信息的泄露导致了刘某私

<sup>3</sup> “武陟县赵某网购护肤品遇欺诈案”，源于武陟县法院。

<sup>4</sup> “海外购泄露个人信息案”，载《人民法院报》第9305期，第三版。

生活安宁受到侵扰,构成对刘某隐私权的侵犯。本案虽然涉案产品从下单-运输-清关-配送的过程中,可能有多方主体能够获取相关信息,但从本案具体情况来看,可以合理排除除电商平台外的其他主体泄露相关信息的可能性,电商平台提供的证据若未达到《个人信息保护法》第六十九条规定的证明自己没有过错的证明标准,故可以推定电商平台对刘某个人信息泄露事件的发生存在过错[6],应当承担由此造成的刘某隐私权和个人信息权益的损害的赔偿责任。

### 3. 电子商务领域消费者权益损害的原因

随着互联网技术的普及和电子商务的蓬勃发展,消费者的购物习惯和消费模式发生了深刻变化[7]。然而,这一新兴业态在为消费者带来便捷与丰富选择的同时,也暴露出一系列消费者权益保护方面的严峻问题。以下是从虚假宣传与欺诈行为、个人信息泄露与数据安全、商品质量问题、以及电商平台责任履行不足四个方面进行了具体剖析。

#### 3.1. 虚假宣传与欺诈行为

在电子商务领域,虚假宣传与欺诈行为是消费者权益受损的主要原因之一。这些行为不仅误导了消费者的购物决策,还严重损害了市场公平竞争和消费者的信任基础[8]。具体而言,部分商家为了吸引流量、提升销量,采用夸大其词、虚构事实等手段进行宣传,如夸大商品功效、伪造用户评价、伪造交易记录等。以案例分析一为鉴,该案中,店铺销售冒用他人产品信息的商品,并进行虚假宣传介绍,欺诈消费者。这种行为不仅侵犯了消费者的知情权,还可能导致消费者在购买后产生巨大心理落差和经济损失。虚假宣传的问题在电子商务领域常有发生,很多消费者对自己被骗的事实也不会主动起诉维权,导致某些商家虚假宣传的现象愈发猖獗。为更全面对消费者权益进行保护,有效打击电商平台虚假宣传的现象,有必要进一步完善法律法规体系。

#### 3.2. 个人信息泄露与数据安全

在电子商务活动中,个人信息泄露与数据安全问题也是消费者关注的重点[9]。由于电子商务的在线特性,消费者的个人信息(如姓名、地址、电话、支付信息等)需要通过网络进行传输和存储。然而,这一过程中存在诸多安全隐患,如黑客攻击、内部泄露、系统漏洞等,都可能导致个人信息被非法获取和利用。一旦个人信息泄露,消费者不仅可能面临财产损失(如账户被盗刷、银行卡信息被窃取等),还可能遭受身份盗窃、诈骗等不法侵害。这些行为不仅侵犯了消费者的隐私权,还对其日常生活造成了严重影响。如案例分析二中,该电商平台泄露了刘某的个人信息,导致刘某接到多个诈骗电话,不仅对刘某的生活造成困扰,同时也使得刘某处于被诈骗的风险之中,若此时刘某是一个老年人,其被诈骗的风险更大,危害更大。本案一审法院认为不能证明该电商平台存在泄露信息的行为,驳回了刘某的起诉。二审法院才肯定了刘某主张的该电商平台泄露了个人信息的起诉。对于此类事件消费者难以收集证据,平台也会利用法律“辩解”,同时消费者只身对抗一个企业或者一个平台,何以见得消费者若要成功维权是比较困难的,而且消费者信息泄露,损害的不仅是用户的隐私和安全,也会影响电商行业的发展。所以国家需要站出来维护广大消费者的隐私安全问题,确保电商行业的健康发展,完善法律法规体系,从法律层面有效打击电商平台泄露消费者信息的行为,着重完善个人信息保护和数据安全管理的法律。

#### 3.3. 商品质量问题

商品质量是消费者购物的核心关注点之一。然而,在电子商务平台上,由于信息不对称和监管难度大等原因,商品质量问题频发,给消费者权益保护带来了巨大挑战。具体而言,部分商家为了追求利润最大化,往往忽视商品质量控制,甚至销售假冒伪劣商品。这些商品在外观上与正品相似,但性能和质



量却大打折扣，给消费者带来了极大的安全隐患和经济损失。此外，跨境电商的兴起进一步加剧了商品质量问题的复杂性[10]。由于跨境商品来源广泛、流通环节复杂，消费者对商品的真实情况难以了解，给不法商家提供了可乘之机。一些商家利用消费者对跨境商品的好奇心和追求性价比的心理，销售假冒伪劣商品，严重损害了消费者的合法权益。

### 3.4. 电商平台责任履行不足

电商平台作为电子商务活动的重要参与者和监管者，其责任履行情况直接关系到消费者权益保护的效果[9]。然而，在实际操作中，部分电商平台存在责任履行不足的问题，具体表现为对入驻商家的审核不严、对违法违规行为的监管不力、对消费者投诉的处理不及时等。如案例一中，该电商平台对此店铺的违法违规行为监管不力，未及时发现并制止此店铺虚假宣传欺诈消费者的行为，致使消费者利益被损害。这些问题的存在不仅纵容了不法商家的违法行为，还降低了消费者的购物体验 and 信任度。例如，在一些电商平台上，商家可以通过伪造证件、虚假宣传等手段轻松入驻，并在平台上进行违法违规销售；当消费者发现商品问题并提出投诉时，电商平台往往处理不及时或推诿责任，导致消费者维权困难。针对上述问题，电子商务法及其配套法规需要进一步完善和细化，明确电商平台的责任和义务，加强对商家的审核和监管力度，优化消费者投诉处理机制，为消费者权益保护提供更加坚实的法律保障。同时，电商平台也应主动履行社会责任，加强自身管理，提升服务质量，为消费者创造更加安全、便捷、高效的购物环境[11]。

## 4. 电子商务视角下消费者权益保护策略

### 4.1. 完善法律法规体系

在电子商务迅猛发展的背景下，针对电商领域中的虚假宣传与欺诈行为以及消费者的个人信息泄露的问题，进一步完善法律法规体系显得尤为重要。以上这些问题可能涉及犯罪，其对社会稳定、电商平台的发展都有较大的影响。有必要应用法律法规进行规制。

具体而言，应首先明确界定电子商务经营者的责任范围和义务要求，确保法律条文具有高度的可操作性和针对性。这包括但不限于对商品质量、广告宣传、售后服务、个人信息保护等方面的详细规定。同时，应细化虚假宣传的认定标准，明确何种行为构成虚假宣传，并设定相应的处罚措施，以遏制此类不法行为。在商品质量方面，应建立严格的商品质量监管机制，明确商品质量标准 and 检验方法，对不合格商品进行严厉打击，保障消费者的合法权益。此外，针对个人信息保护问题，应制定更为详尽的个人信息保护法规，明确个人信息收集、使用、存储、传输等各个环节的规范，加大对个人信息泄露行为的惩处力度，确保消费者的个人信息安全。在完善法律法规体系的过程中，还应积极借鉴国际先进经验，结合我国国情实际，制定具有针对性和操作性的实施细则和配套措施。通过与国际接轨，提升我国电子商务法律法规的国际化水平，为跨境电子商务的健康发展提供有力保障。

### 4.2. 加强对平台的监管和部门的执法力度

加强对平台的监管以及提高部门的执法力度是保障电子商务法有效实施的关键环节。主要针对商品质量问题、电商平台履行责任不足的问题。

建立跨部门协作机制，加强信息共享和联合执法力度，形成合力共同打击电子商务领域的违法违规行为。工商、市场监管、公安、网信等部门应密切合作，建立定期会商和联合执法机制，对电子商务领域的违法违规行为进行全方位、多角度的打击。对于虚假宣传、假冒伪劣商品、个人信息泄露等严重侵害消费者权益的问题，应严查严打，依法追究相关责任人的法律责任。

同时，应加强对电商平台的监管力度，要求其建立健全内部管理制度和审核机制，确保平台内的交易活动合法合规。对于存在违法违规行为的电商平台，应依法给予行政处罚，并公开曝光，形成有效震慑。此外，还应加强对电子商务领域新技术、新模式的监管研究，及时制定相应的监管措施和办法，确保新技术、新模式在合法合规的轨道上健康发展。

确保对电商平台监管力度在线，避免商家利用电商平台监管责任履行不足，进行虚假宣传或售卖质量有问题的产品。

### 4.3. 提升消费者的维权意识与分辨能力

除了对第三方的整改建议，提升消费者自身的维权意识与分辨能力也是保护消费者权益的重要途径之一。

首先若消费者在电商平台消费时利益有所受损，应充分利用媒体、网络等渠道普及消费者权益保护知识，让消费者了解自身权益和维权途径。通过发布消费警示、典型案例剖析等方式，提高消费者的风险意识和自我保护能力。同时，应鼓励和支持消费者组织的发展，为消费者提供法律咨询、投诉举报、纠纷调解等服务。消费者组织应加强与政府部门的沟通协作，共同推动消费者权益保护工作的深入开展。

此外，还应加强消费者教育工作，通过举办培训班、讲座等形式，提高消费者的法律素养和维权能力。在提升消费者维权意识与能力的过程中，还应注重培养消费者的理性消费观念以及理性分辨电商平台的夸张宣传手法，引导消费者树立正确的消费观和价值观，避免盲目消费和冲动消费，对于商家的过度宣传持理性看待的态度，不轻易相信广告宣传。同时，鼓励消费者积极参与社会监督和市场监督活动，共同维护良好的市场秩序和消费环境。

## 5. 结论与展望

在电子商务法视角下，消费者权益保护策略研究取得了重要成果。通过完善法律法规体系、加强监管与执法力度、提升消费者维权意识与能力，我们为电子商务行业的健康发展奠定了坚实基础。这些策略不仅强化了法律对消费者权益的保障，还促进了电商平台的自律与规范。未来，随着科技与法律的不断进步，消费者权益保护将更加全面、高效，为消费者提供更加安全、放心的网络购物环境。同时，加强国际合作与交流，共同应对电子商务领域的新挑战，将推动全球市场的健康有序发展<sup>[12]</sup>。

## 参考文献

- [1] 电子商务法起草组. 中华人民共和国电子商务法条文释义[M]. 北京: 法律出版社, 2018.
- [2] 罗佩华, 魏彦珩. 电子商务法律法规[M]. 第3版. 北京: 清华大学出版社, 2009.
- [3] 聂进. 电子商务经营者的个人信息保护责任与措施分析[J]. 电子商务, 2020(3): 60-62.
- [4] 杨茜, 冯凯娜, 张钰垚. 论我国电子商务领域消费者权益保护[J]. 商业文化, 2022(12): 12-14.
- [5] 桂嘉越. 跨境电商如何变革国际贸易格局[J]. 中国外资, 2023(22): 20-22.
- [6] 李居. 公益诉讼视角下个人信息司法保护[J]. 法制博览, 2023(24): 109-111.
- [7] 段霞. 电子商务网络营销现状及发展趋势研究[J]. 商场现代化, 2023(9): 33-35.
- [8] 闫禹希. 电商购物中消费者权益的经济法保护[J]. 经济师, 2024(5): 55-56.
- [9] 杨俊玮. 中小企业电子商务应用现状及优化策略分析[J]. 天津经济, 2023(7): 48-50.
- [10] 吴菲. 产业创新视角下跨境电商企业发展现状及策略研究[J]. 现代商业, 2023(14): 31-34.
- [11] 刘益灯. 跨境电子商务发展的法律问题及规范引导[J]. 人民论坛, 2020(26): 100-102.
- [12] 赵妍洁. 电子商务发展对我国现代绿色经济发展的影响[J]. 老字号品牌营销, 2024(13): 105-107.