

网购背景下消费者知情权的保障途径

安 昊

中国政法大学法学院，北京

收稿日期：2024年9月11日；录用日期：2024年10月8日；发布日期：2024年11月22日

摘 要

网络购物已逐渐成为现代消费者的主要购物方式之一，无论是从购物的便利性、丰富的商品选择，还是较低的价格优势来看，网购都在深刻地改变着人们的消费习惯。然而，伴随这一变革的同时，消费者在网购过程中面临的一系列权益保护问题也日益凸显，尤其是消费者的知情权屡屡受到挑战。鉴于此，本文从网购背景下消费者知情权的内涵出发，详细分析当前消费者在知情权保障方面面临的现状与突出问题，进一步探讨通过明确商品信息、完善用户评价体系和建立有效的监督机制等各种措施保障消费者知情权，以期完善网购环境中的消费者权益保护体系提供参考。

关键词

知情权，网络购物，虚假宣传

The Guarantee Way of Consumers' Right to Know under the Background of Online Shopping

Hao An

Law School of China University of Political Science and Law, Beijing

Received: Sep. 11th, 2024; accepted: Oct. 8th, 2024; published: Nov. 22nd, 2024

Abstract

Online shopping has gradually become one of the main shopping methods of modern consumers, whether from the point of view of shopping convenience, rich choice of goods, or lower price advantage, online shopping is profoundly changing people's consumption habits. However, along with this change, a series of rights and interests protection problems consumers face in the process of online shopping are also becoming more and more prominent, especially the consumer's right to

文章引用：安昊. 网购背景下消费者知情权的保障途径[J]. 电子商务评论, 2024, 13(4): 4465-4469.

DOI: 10.12677/ecl.2024.1341666

know has been repeatedly challenged. In view of this, this paper starts from the connotation of the consumer's right to know in the context of online shopping, analyzes in detail the current situation and outstanding problems faced by consumers in the protection of the right to know, further explores various measures to guarantee consumers' right to know by clarifying commodity information, perfecting user evaluation system and establishing effective supervision mechanism, with a view to provide reference for improving the consumer rights and interests protection system in the environment of online shopping.

Keywords

Right to Information, Online Shopping, False Advertising

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

随着电子商务的迅猛发展，国内各种网购平台如雨后春笋般涌现，给消费者带来了极大的便利。然而，电子商务在提升购物便捷性的同时，也带来了不少问题，尤其是在网络购物过程中，由于存在信息不对称现象，消费者难以获得充分、准确的商品信息，导致其知情权频繁受到侵害。知情权是消费者在购买商品或服务时了解其真实情况的基本权利，是保障消费者作出理性选择、避免误导和欺诈的核心内容。在知情权受到损害的情况下，消费者往往无法对商品或服务做出准确判断，进而引发各种消费纠纷。鉴于此，保障消费者的知情权不仅是维护市场公平的基本要求，也有助于提高消费者信任度，促进电子商务的可持续发展。本文将详细探讨在网购背景下消费者知情权的保障途径，分析现行法律法规的实施现状及其不足，并提出完善的建议，以期优化网络购物环境、保护消费者权益提供思路。

2. 消费者知情权的内涵与受到的挑战

2.1. 内涵

消费者知情权是指消费者在购买商品或接受服务的过程中，有权利了解与其所选商品或服务相关的真实、充分和准确的信息，以便作出合理的判断和选择。《中华人民共和国消费者权益保护法》第8条¹明确规定。具体来说，知情权包括消费者对商品的质量、性能、用途、价格、生产者或销售者的信誉等关键信息的知晓权利。知情权不仅涵盖了对商品本身的信息，还涉及到服务的条件、售后保障以及可能存在的风险等各方面内容。

这一权利旨在使消费者能够在掌握充分信息的基础上作出理性决策，避免被误导或欺骗。由于互联网市场交易信息来源的单一性以及消费者和商家处于信息不对称状态，消费者往往依赖经营者披露的信息，但交易规则被直播平台和经营者预先规定，消费者处于被动状态，因此其知情权时常受到损害[1]。在市场交易中，知情权是消费者作出理性选择的前提，是消费者享有公平交易权的保障之一。通过充分知晓相关信息，消费者能够更好地权衡利弊，避免因信息不对称而陷入不利的境地。

¹ 《中华人民共和国消费者权益保护法》第8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。

2.2. 消费者知情权受到的挑战

2.2.1. 商品信息不准确不充分

网络购物与传统的线下实体店购物有着显著的区别，最大的不同在于消费者无法在第一时间直接接触和体验商品。在实体店购物时，消费者可以通过亲眼观察、亲手触摸甚至亲自试用的方式来全面了解商品的质量、功能和外观。然而，在网络购物中，消费者只能依赖商家在平台上提供的图片、视频以及商品描述来做出购买决策，这无形中加大了信息获取的不对称性，形成了明显的信息差。许多网络购物平台和商家在商品展示过程中，往往只选择展示商品的某些方面，忽略甚至故意隐瞒一些可能影响消费者购买决策的重要信息。例如，部分商家提供的商品描述可能不够全面，重点突出商品的优点，却对其缺陷或局限性轻描淡写；使用效果往往被夸大，甚至存在虚假宣传的情况，致使消费者对商品的实际效果产生不切实际的期待。这种情况下，消费者在收到商品后，往往发现与商家描述的存在较大出入，无法达到预期，甚至出现质量问题，严重损害了其知情权。

2.2.2. 用户评价体系的失效

虽然许多电商平台引入了用户评价系统，试图为消费者提供一个了解商品质量和使用体验的渠道，消费者在电商平台进行购物时，往往会先看之前的用户信用评价，然后再根据评价选择商品，以便做出明智的消费决策[2]。然而，虚假评论和刷单行为的泛滥严重削弱了这一机制的有效性，给消费者带来了误导。虚假评论是指商家通过雇佣第三方或利用技术手段发布虚假的好评，夸大商品的优点，掩盖缺点，制造出商品受到高度认可的假象。而刷单行为则是商家通过购买虚假的交易记录来提升销量，从而让商品显得更受欢迎。这些行为不仅干扰了消费者对商品的真实判断，还导致许多消费者因为依赖虚假的评价信息，购买到质量不佳的商品，进而产生不满。

虚假评论和刷单行为的存在，使得消费者难以通过评价系统获得商品的客观信息，进一步加剧了网络购物中的信息不对称问题，损害了消费者的知情权。这不仅削弱了消费者对网购平台的信任，也对电子商务的诚信体系构成了威胁。

2.2.3. 监督机制的缺席

网络购物中的不合理现象层出不穷，消费者权益屡遭侵害，而政府的监管机制与电商平台之间的监督机制尚未完全完善。《消费者权益保护法》虽然明确规定了消费者协会对消费者知情权的监督职责，但实际上，消费者协会作为一个社会团体，履行的主要是事前的引导以及事后的投诉和纠纷解决工作。由于消费者协会并不具备法定的管理权限和实质性的执法权力，其在保障消费者知情权的过程中所起到的作用相对有限。消费者协会虽然能够在一定程度上为消费者提供帮助，但缺乏强制性手段，无法对违规商家或平台进行有效制裁，因此在实际的监管效能上并不能发挥关键作用。

另一方面，政府部门虽具备实际的监管职能，但在电子商务的复杂环境下，政府各部门之间的分工往往不够明确，导致监管过程中职责不清，部门之间的协作也较为欠缺。这种协调不力导致了法律规定的监管职责有时无法落到实处，监管效果流于形式。面对层出不穷的电商违规行为，政府部门的反应速度和执行力度也存在不足，无法及时对违法行为作出有效制裁。整体来看，当前的监管体系缺乏有力的执法能力和高效的协作机制，导致网络购物中消费者知情权得不到充分保障。

3. 消费者知情权的保障途径

3.1. 明确商品信息

为保障消费者在网络购物中的知情权，亟需出台更为明确和严格的法律法规，强制性规定网络商家向消费者提供所有必要的商品信息。这不仅是为了规范电子商务环境，也是在保护消费者的基本权利。

在这一背景下，网络零售商应被要求在商品页面上提供详细的商品描述，包括但不限于商品的规格、使用说明、生产日期、保质期、成分表等关键信息。特别是对于可能存在使用风险或副作用的商品，如电子产品、药品、化妆品等，必须标明潜在风险，以便消费者在购买前做出充分的评估和知情选择。此外，商家不仅要依赖文字描述，还需提供能够准确表现商品的高质量图片或视频。图片应展示商品的多个角度，视频则应演示商品的使用过程及效果。这些视觉资料可以帮助消费者更直观地了解商品的实际外观、尺寸及功能，弥补线上购物中无法直接接触商品的不足，减少因信息不对称而引发的购物纠纷。例如，一件衣服的材质、颜色在图片或视频中应当如实展现，不应使用过度美化的效果误导消费者。

为了确保这些透明度标准的落实，政府相关部门应对网络平台进行定期监测和审核，确保商家遵守相关规定。通过技术手段，可以定期抽查各大平台的商品页面是否包含足够的商品信息，确保所展示的图片和视频与实际商品相符。对于不合规的商家和平台，应施以适当的惩罚措施，如罚款、下架商品甚至暂停经营权，尤其是对于反复违规的商家，更应加大惩处力度。强制性的信息披露措施不仅可以有效保障消费者的知情权，还能促进电商环境的透明化，降低交易纠纷的发生率，最终提高客户的购物满意度。这不仅对消费者有利，也有助于建立公平、健康的市场竞争秩序，使各方受益。

3.2. 完善用户评价体系

针对虚假评论和刷单行为，政府应进一步完善相关法律法规，明确规定其违法性，并加大对这些行为的处罚力度。例如，可以通过《电子商务法》或《消费者权益保护法》的修订，细化对虚假评论、刷单行为的惩罚措施。对于涉及大规模虚假评论的商家，可进行高额罚款、封禁账号等制裁措施，并建立“黑名单”制度，记录这些商家的违规行为，使其难以在市场中立足。电商平台自身应承担更多的责任，建立更为严格的审核机制来甄别虚假评论和刷单行为。平台可以利用大数据、机器学习等技术，实时监测评论和交易数据，通过分析评论的频率、IP地址、语言相似度等信息来识别可疑评论。此外，可以引入买家信用评级机制，对活跃买家、常购用户给予更高的信用权重，以此增强评论的可信度，减少不真实的评论对消费者的误导。

重视对电商经营者的信用评价[3]，在现有的用户评价系统之外，引入独立的第三方评价机构，可以进一步增强评价的客观性与可信度。消费者可以通过这些机构提供的公正评价来对比商品质量，减少因商家操控评论而带来的误导。第三方评价机构通过实际测评、匿名用户体验等方式为消费者提供真实可靠的商品信息，从而帮助消费者更好地做出购买决策。除了平台和法律层面的改善，还应鼓励消费者通过有效渠道积极维权和反馈。当消费者发现商品评价中存在虚假评论或购买后商品与评价严重不符时，可以通过电商平台或消费者协会举报。平台应为消费者提供简便的举报通道，快速处理消费者的投诉和反馈，并对举报成功的消费者给予奖励，以此形成消费者参与市场监督的良性循环。

3.3. 建立有效的监督机制

首先，政府应进一步完善《消费者权益保护法》及相关法规，明确消费者知情权的具体内容和保障措施，并加大对违反者的处罚力度。可以通过立法对电子商务平台和商家提出更严格的规定，要求其在商品信息披露、售后服务等方面提高透明度，特别是对商品的描述、图片、性能等信息进行全面披露，确保消费者能够做出明智的消费选择。此外，相关法律应赋予消费者协会更强的监督和执法权力，使其能够在发现商家违法行为时，直接参与处理，具有更强的制约力，从而提升消费者协会的实际监管效能。

其次，在政府部门与电商平台之间，建立多层次的监管机制尤为重要。政府部门应明确分工，形成有效的协调机制，避免监管职责不清、互相推诿的问题。例如，可以建立跨部门协作平台，由多个政府监管部门协同处理消费者投诉和违规行为的查处工作。对于重大电商违法行为，相关部门应当迅速反应，

及时对违规平台和商家进行处罚，增强法律威慑力。同时，电商平台应自觉承担起平台监管的责任，完善内部监督体系，主动配合政府部门的监管工作。例如，电商平台应当定期审查入驻商家的资质，建立严格的信用评价体系，筛选和删除虚假信息，并对商家的违规行为进行及时处理。此外，电商平台还可以通过技术手段，如人工智能、大数据分析等，监控商家的经营行为，并及时识别和处理可能侵害消费者知情权的行为。

建立独立的执法监督管理机构，对于深化消费者权益保护法有效落实具有推进作用[4]。因此除了政府和平台的监管外，鼓励社会监督与引入第三方评估机构，也是解决问题的有效途径。可以鼓励消费者、媒体、行业协会等社会力量共同参与到电商平台的监督工作中。独立的第三方评估机构可以通过专业测试、暗访调查等方式，对平台和商家的行为进行客观评估，并定期发布报告，向消费者和社会公布不合规的行为和企业。

最后，消费者在购物过程中遇到问题时，能够迅速得到帮助和纠纷解决至关重要。为此，政府部门和电商平台应建立更高效的投诉处理机制，简化投诉流程，缩短处理时限。电商平台可以引入智能客服系统，第一时间响应消费者的投诉，并建立专门的投诉处理团队，确保消费者能够及时得到反馈和解决方案。政府监管部门也应当设立统一的投诉渠道，集中处理电商领域的纠纷和违法行为。市场监管部门、消费者协会和检察院等部门应该积极开展消费者普法教育宣传，通过线下社区宣传、线上网络直播等形式进行普法教育宣传，提高消费者的维权意识，普及消费者权益保护相关法律知识，特别是消费者知情权的重要性，使其在权益受到侵犯时，学会主动拿起法律武器维护自身合法权益[5]。

4. 结论

在网络购物的背景下，消费者知情权的保障是维护市场公平、促进电商健康发展的重要前提。通过法律、技术、平台自律和消费者教育的多方合力，可以有效提高消费者知情权的保障水平。然而，随着电子商务的发展和新型购物方式的出现，知情权的保障也面临新的挑战，需要各方共同努力，不断完善相关机制。

参考文献

- [1] 杨柳. 论直播带货中消费者知情权的保障——以“辛巴销售假燕窝案”为例[J]. 河北企业, 2024(4): 157-160.
- [2] 宋志强. “直播带货”模式下消费者知情权的保护问题研究[J]. 商业观察, 2024, 10(8): 50-54+62.
- [3] 严苗. 直播带货营销中消费者知情权保护机制研究[J]. 时代经贸, 2024, 21(7): 136-138.
- [4] 吴珍. 电子商务中消费者权益的法律保护[J]. 普洱学院学报, 2023, 39(2): 36-38.
- [5] 吴凡. 网络直播带货中消费者权益保护问题研究[J]. 中国价格监管与反垄断, 2023(8): 67-70.