

# 电子商务中消费者隐私权保护困境研究

李宇

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年1月10日; 录用日期: 2025年1月23日; 发布日期: 2025年2月27日

## 摘要

随着大数据分析技术和精准营销手段的不断进步, 电子商务平台极大地提升了消费者的购物效率, 为他们提供了更加个性化的服务。然而, 这一过程中, 电子商务中消费者隐私权的保护问题也日益凸显。消费者个人隐私信息频繁被盗用和贩卖, 同时, 消费者自身对于隐私保护的意识也相对薄弱, 这使得我国电子商务中消费者隐私权保护的问题变得尤为紧迫。鉴于此, 本文将从电子商务中消费者隐私权的定义及其特性出发, 深入剖析我国在电子商务领域消费者隐私权保护方面存在的问题, 并在此基础上提出一系列针对性的保护对策, 以期推动我国电子商务行业的持续健康发展。

## 关键词

电子商务, 消费者, 隐私保护

# Research on the Dilemma of Consumer Privacy Protection in E-Commerce

Yu Li

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jan. 10<sup>th</sup>, 2025; accepted: Jan. 23<sup>rd</sup>, 2025; published: Feb. 27<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

With the continuous advancement of big data analysis technology and precise marketing methods, e-commerce platforms have greatly improved consumers' shopping efficiency and provided with more personalized services. However, in this process, the issue of consumer privacy protection in e-commerce has become increasingly prominent. Consumers' personal privacy information is frequently and sold, and at the same time, consumers' awareness of privacy protection is relatively weak, which makes the problem of consumer privacy protection in China's e-commerce urgent. In view of this, this paper will start from the definition and characteristics of consumer privacy rights

**in e-commerce, deeply analyze the problems existing in China's-commerce field in terms of consumer privacy protection, and on this basis, propose a series of targeted protection measures in order to promote the continuous and healthy development of China e-commerce industry.**

## Keywords

**E-Commerce, Consumer, Privacy Protection**

Copyright © 2025 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. 电子商务中消费者隐私权保护的概述

隐私权作为《民法典》所规定的一项基本人格权利，涵盖了自然人的私人生活安宁及不愿为他人知晓的私密信息。在电子商务领域，消费者隐私权在传统隐私权基础上延伸，特指在电子商务交易过程中，消费者享有的不受干扰的私人生活安宁及私密信息不被非法获取或泄露的权利[1]。这包括：1. 知情权。了解电子商务平台收集的个人信息内容、用途及分享对象；2. 选择权。决定个人信息资料的使用用途，有权拒绝非必要的信息收集；3. 控制权。访问、修改、删除个人信息，并决定信息的公开程度与共享对象；4. 安全权。要求电子商务平台采取必要措施保护个人信息资料的安全。然而，电子商务中消费者隐私权常遭受侵害，主要表现为经营者过度收集消费者信息，如要求提供与交易关联度不大的个人兴趣、家庭成员情况等，甚至在用户浏览、搜索、参与活动时收集行为数据、兴趣偏好等，这些行为虽能提升服务体验，但也可能成为隐私泄露的源头。此外，隐私政策中的模糊条款，如隐私政策中悄悄加入的地理位置信息收集、通讯录访问、摄像头及录音功能使用等权限，以及第三方服务(如支付、物流、广告推送)间的数据共享缺乏有效监管，都大大增加了隐私泄露的风险，尤其是电子支付环节，因系统故障、外来攻击、操作失误等原因，消费者的注册信息与账户信息面临被盗用的严重威胁[2]。

## 2. 电子商务中消费者隐私保护中存在的问题

### (一) 电子商务中消费者隐私保护的立法不足

我国现行法律法规对电子商务中消费者隐私权的保护多为原则性规定，缺乏具体的适用细则[3]。《消费者权益保护法》《电子商务法》等相关法律虽然对隐私权保护作出了规定，但条款过于笼统，难以在司法实践中得到有效应用。例如，《电子商务法》倡导保护消费者隐私权，但并未明确消费者隐私权保护的具体规定。其第23条直接准用其他法律、行政法规中有关个人信息保护义务的规定，并未针对电子商务领域的特殊性进行具体规定，该规定对消费者在电子商务中的隐私保护不具有针对性，导致法律适用上的困难。

此外，法律责任承担不明确。现行法律规定公民享有隐私权，也规定公民隐私权被侵犯后受到法律保护。但是在电子商务环境下，现行法律对电子商务经营者或信息处理者在保护消费者信息过程中应承担的义务类型及法律责任承担方式规定不全面，缺乏相应的细化措施。因此消费者在隐私权受到侵犯时，不知道如何寻求救济，同时也因为法律对隐私的范围、界限等的规定并不明确，加大了司法救济的困难。如《电子商务法》第23条规定：“电子商务经营者收集、使用其用户的个人信息，应当遵守法律、行政法规有关个人信息的保护规定”，该种模糊的规定并不具有可操作性，容易导致同案不同判的现象，影响司法权威和司法公正。

## (二) 电子商务中消费者隐私权保护的司法挑战

首要难题在于，通过追究违约责任来解决此类纠纷实属不易。一方面，众多电子商务平台在消费者利用其服务之前，会提供包含个人信息处理条款的服务协议或隐私政策，这些实质上构成了平台与消费者之间的个人信息处理契约。然而，当平台违背这些条款处理消费者信息时，尽管消费者理论上可以通过追究其违约责任来获得赔偿，但实际上，这些隐私政策中鲜少明确提及违约责任，从而使得消费者难以借此途径获得有效救济。另一方面，电子商务活动还牵涉除平台以外的其他经营者，例如平台内的商家等，而平台的隐私政策并未涵盖消费者与其他经营者之间的交易情形。因此，若消费者与其他电子商务经营者之间发生个人信息纠纷，追究其违约责任更是难上加难。

其次，从侵权法的视角来看，举证责任的分配同样构成了另一项重大挑战。在我国法律实践中，个人信息侵权纠纷大多遵循一般侵权的裁判逻辑，采用过错责任原则，并坚守“谁主张谁举证”的证明原则。然而，在电子商务交易中，个人信息处理方通常掌控着相关技术和数据，且处理流程不透明，相较于消费者处于绝对的优势地位。根据证明责任分配的距离理论，消费者既不具备相关技术能力，也不控制处理流程，相关证据大多由电子商务经营者所掌握。因此，在个人信息侵权纠纷中，要求消费者证明侵权者的责任无疑会使其陷入举证困境，导致维权之路异常艰难。

最后，消费者损失的证明问题同样值得关注。在电子商务交易中，当经营者侵犯消费者的个人信息权时，往往会采用技术手段进行过度收集或利用。这种侵权行为往往具有隐蔽性且难以被普通消费者所察觉，因此常在消费者无意识的状态下发生。即便消费者发现了侵权行为，由于个人信息具有一定的公共属性，他们也很难证明自己遭受的实际损失。而无论是基于违约责任还是侵权责任，赔偿均以实际损失为依据。因此，如果消费者无法证实自己的实际损失，就很难通过诉讼等方式获得财产上的救济。

## (三) 政府部门监管不足

在各行各业中，即便法律规范与行业自律准则健全，执行不力或自觉遵守缺失的情况仍时有发生。此时，监督机制的作用显得尤为重要，它能有效遏制行业内的违法行为，保障行业的平稳与健康发展。对于电商行业来说，政府的监管更是至关重要。鉴于网络环境的虚拟性与复杂性，以及电商平台各方主体的高度活跃性，使得侵权行为更易滋生。然而，近年来电商行业的飞速发展并未伴随着政府监管的有效强化，反而暴露出诸多监管短板。具体而言，政府监管效能低下的主要原因为：首先，缺乏专门且统一的监管机构。尽管政府设有网络监管部门，但针对电商平台专门监管机构却近乎空白。这导致对电商平台的监管缺乏必要的集中性和针对性。同时，涉及电子商务中消费者隐私权的法律法规散落各处，执行部门混乱不堪，缺乏统一的监管标准和协调机制，使得政府监管难以切实有效。其次，政府监管人员存在不作为与渎职现象。当电子商务中消费者隐私权受到侵害时，政府监管部门往往是在消费者诉诸法律后才采取行动，这凸显了监管部门的事前不作为。如果政府监管部门能够尽职尽责，对电商平台的每一个违法行为都予以及时查处，将侵害消费者隐私权的行为扼杀于萌芽之中，那么电子商务消费者的隐私信息将得到更为周全的保护。

## (四) 消费者维权意识薄弱

在大数据迅猛发展的时代背景下，网络消费已成为民众生活不可或缺的一部分，消费者仅凭指尖轻点便能轻松购得心仪商品，这无疑彰显了我国电商经济的蓬勃发展。然而，与电商经济的繁荣景象不相匹配的是，电子商务消费者的自我保护与维权意识相对薄弱。许多消费者尚未意识到自己的隐私信息可能正遭受非法收集或滥用，更遑论主动维权。

具体而言，电子商务消费者在维权意识上的欠缺主要体现在以下两方面：首先，他们往往忽视隐私权协议。在使用如淘宝、天猫、京东、拼多多等网购软件时，消费者通常会遇到隐私权协议页面，但大多数消费者并未仔细阅读这些条款，而是草率地勾选同意，这种对隐私信息保护的漠视，无疑为电商平台

提供了“合法”收集消费者个人信息的便利。其次，消费者普遍缺乏维权知识。当个人信息泄露并造成财产损失时，许多消费者茫然无措，既不清楚如何维护自身合法权益，也不知道应向何方追责。这主要是因为消费者缺乏电商维权知识教育，导致他们在面对侵权行为时显得手足无措。

### 3. 电子商务中消费者隐私权保护的完善建议

#### (一) 法律方面的规制和完善

目前，我国尚未针对电子商务中消费者的隐私权制定一部专门的法律，但相关的法律规定散见于多部法律法规中。《民法典》的施行，才在立法上真正的明确隐私权的含义，对个人信息的概念进行界定，对侵犯隐私权的归责原则进行规定。《消费者权益保护法》《电子商务法》《个人信息保护法》等相关法律法规，对经营者在收集消费者基本信息方面作出明确规定：不得非法收集、存储、使用、加工、传输、买卖、提供或者公开消费者个人信息。总体上看，与隐私权相关的法律不止出现在一部法律中，但这些规定大多为基础性、原则性的规定，在实际操作中，适用较为困难。我国应当结合我国实际，吸取和借鉴国外网络信息安全立法的先进经验，对现行法律体系进行修改与补充，健全法律体系，使法律体系更加科学和完善。从法律层面上，完善现行法律，强化对消费者权益的保障。针对我国电子商务中大量存在的侵犯消费者权益的行为，我国的《消费者权益保护法》应完善保护消费者在电子商务中相关权益的内容，对电子商务中侵犯消费者权益的行为做出明确的处罚规定；《电子商务法》应进一步明确电商平台以及电商经营者的责任和义务，对违反法律所规定的责任和义务的电商平台和电商经营者予以相应的处罚[4]。

#### (二) 完善司法保护机制

为有效应对电子商务中消费者隐私权保护的司法困境，确保消费者隐私权得到切实维护，本文通过强化违约责任条款、优化举证责任分配以及完善损失证明与赔偿机制等措施，希望有效解决电子商务中消费者隐私权保护的司法困境，为消费者的隐私权提供更加坚实的法律保障。

首先，强化隐私政策中违约责任条款。要求电子商务平台在隐私政策中明确列出违约责任条款，确保消费者在签订服务协议前能够充分了解其个人信息被处理的方式及潜在的法律后果。对于违反隐私政策的平台行为，应设定明确的法律责任和赔偿机制。并且扩大隐私政策覆盖范围，将平台内商家等第三方经营者的个人信息处理行为也纳入其中，确保消费者在平台内的所有交易活动都能得到充分的隐私保护。

其次，优化举证责任分配机制，实行举证责任倒置原则。在电子商务个人信息侵权纠纷中，考虑到消费者在技术、信息掌握上的劣势地位，采用举证责任倒置原则，即由电子商务经营者承担证明自己未侵权的举证责任，这有助于减轻消费者的举证负担，提高维权效率。并鼓励电子商务平台建立完善的技术证据收集与保存机制，确保在发生个人信息纠纷时，能够迅速、准确地提供相关技术证据，为司法裁决提供有力支持。

最后，完善损失证明与赔偿机制。针对个人信息侵权案件中消费者难以证明实际损失的问题，建议建立法定赔偿标准，根据侵权行为的性质、情节、后果等因素综合考量，确定合理的赔偿金额。这有助于平衡消费者与电子商务经营者之间的利益冲突，促进司法公正。

#### (三) 强化政府对电商平台的监管

针对电商行业政府监管不足的问题，首要任务是建立或指定一个具有高度专门性和统一性的电商行业监管机构。这一机构应专注于电商平台的监管，确保监管工作既集中又具有针对性。同时，需整合现有的电商监管资源，形成统一的监管标准和协调机制，以解决法律法规分散、执行部门混乱的问题，从而切实提升政府监管的效能。此外，要着重解决政府监管人员不作为与渎职的问题。一方面，应加强对

监管人员的培训和教育，提升他们的专业素养和执法能力，确保他们能够胜任电商行业的监管工作。另一方面，要建立严格的问责机制，对监管人员的不作为和渎职行为进行严肃处理，以维护监管的权威性和公信力。为了进一步提高监管效率，还应鼓励政府监管部门采取主动监管的方式。具体而言，监管部门应定期对电商平台进行检查和评估，及时发现并查处违法行为，将侵害消费者隐私权的行为扼杀在萌芽状态。同时，应建立健全消费者投诉举报机制，鼓励消费者积极举报网购平台的违法行为，以便监管部门能够及时介入处理。

#### (四) 加强消费者隐私保护意识

增强消费者自我防范意识。在面对各种可能会让自身隐私受到损害的陷阱或者不正当行为时，能够具有对其警惕和提防的意识。在消费者使用电子商务消费的过程中遇到可能侵犯自身隐私权的事情时，学会保存相关电子证据，采取正当途径来维护自己的权益，减少因盲目而造成的权益损害，有效的保护自己的个人信息[5]。作为消费者可以采取以下几种方式来防止个人隐私信息泄露：一是增强隐私意识作为消费者，我们首先要提高自我保护意识，仔细阅读并理解隐私政策，对于不必要的授权请求保持警惕，不随意点击来源不明的链接或下载不明软件；二是使用安全的支付方式，选择信誉良好的电商平台和支付渠道，避免在不安全的网络环境下进行交易，确保个人信息和支付信息的安全；三是定期审查账户设置，定期检查并更新电商平台的账户设置，关闭不必要的权限，如位置共享、通讯录访问等，减少个人信息的暴露面；四是支持并倡导隐私保护政策，鼓励电商平台采取更加严格的数据加密措施，建立透明的数据使用规则，并积极参与相关法规的制定与监督，共同推动电商行业的健康发展。

## 4. 结语

电子商务中个人隐私保护是至关重要的一项工作。它既关系到用户的个人信息安全，又影响着电商行业的健康发展。对于经营者而言，保护消费者个人信息及隐私，完善相关技术措施是决定企业能否赢得消费者信誉的重要因素。对消费者而言，增强保护个人信息及隐私权的意识，也是电商时代中个人需要具备的素质。电商时代对经营者及消费者均提出了更高的要求，只有时刻谨记个人信息及隐私权保护的重要性，才能最终实现电商时代和消费者隐私保护之间的协调发展。因此，我们必须高度重视这一问题，通过加强法律法规的制定和执行力度，提高电商企业和用户的隐私保护意识，共同营造一个安全、诚信、健康的电商环境。

## 参考文献

- [1] 王忠. 大数据时代个人数据隐私规制[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2014.
- [2] 何培育, 王潇睿. 智能手机用户隐私安全保障机制研究——基于第三方应用程序“隐私条款”的分析[J]. 情报理论与实践, 2018, 41(10): 40-46.
- [3] 赵俊杰. 电子商务中消费者隐私保护问题研究[J]. 电脑与电信, 2016(5): 33-35.
- [4] 睢利萍. 电子商务环境下消费者权益保护问题及对策研究[J]. 生产力研究, 2011(10): 131-133.
- [5] 吴阳. 电子商务环境下消费者权益保护问题研究[D]: [硕士学位论文]. 武汉: 华中科技大学, 2014.