

跨境电商消费者权益保护之法律挑战

辛立人

扬州大学法学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年2月10日; 录用日期: 2025年2月27日; 发布日期: 2025年3月21日

摘要

随着网络科技的飞速发展, 以及全球经济一体化的进一步推进, 跨境电商产业也开始迅速兴起, 其市场规模不断扩大, 用户群体持续增长。伴随着科技的持续发展和市场范围的不断拓宽, 跨境电商在未来将展现出更为广阔的成长空间。然而, 由于地域差异、文化差异以及法律法规的不同, 跨境电商消费相较于境内电商消费而言具有更高的消费风险, 这使得跨境电商消费者权益保护面临更为严峻的挑战。因此, 本课题拟从分析当前跨境电商中的消费者权益保障现状入手, 结合实际情况, 对如何完善和完善跨境电商中的消费者权益进行了探讨, 并给出了相应的对策和建议。

关键词

电子商务, 跨境电商, 消费者权益保护

Legal Challenges to the Protection of Consumer Rights and Interests in Cross-Border E-Commerce

Liren Xin

Law School, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: Feb. 10th, 2025; accepted: Feb. 27th, 2025; published: Mar. 21st, 2025

Abstract

With the rapid development of network technology and the further advancement of global economic integration, the cross-border e-commerce industry has also begun to rise rapidly, with its market scale expanding and user groups growing continuously. Accompanied by the continuous development of technology and the continuous broadening of the market scope, cross-border e-commerce will show a broader growth space in the future. However, due to regional differences, cultural

differences, and differences in laws and regulations, cross-border e-commerce consumption has higher consumption risks than domestic e-commerce consumption, which makes the protection of cross-border e-commerce consumers' rights and interests face more serious challenges. Therefore, this topic intends to start from analyzing the current situation of consumer rights protection in cross-border e-commerce, combining with the actual situation, and discussing how to improve and perfect the consumer rights in cross-border e-commerce, and giving corresponding countermeasures and suggestions.

Keywords

E-Commerce, Cross-Border E-Commerce, Consumer Rights and Interests 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. 跨境电商发展现状

(一) 跨境电商的概念与特征

2019 年《中华人民共和国电子商务法》(以下简称《电子商务法》)对电子商务作出明确的界定:“中华人民共和国境内进行的电子商务活动,适用本法。本法所称电子商务,是指通过互联网等信息网络销售商品或者提供服务的经营活动。但是,法律、行政法规对销售商品或者提供服务有规定的,适用其规定。自然人通过电子商务平台销售自产农副产品、家庭手工业产品,利用信息网络提供宣传推介、咨询代理、霸王代运营等服务,也应当遵守本法的规定。金融类产品和服务、利用信息网络提供新闻信息、音视频节目、出版以及文化产品等内容方面的互联网信息服务和互联网新闻信息服务,不适用本法;但是,法律、行政法规另有规定的,依照其规定。”跨境电子商务是指在境内传统电子商务活动基础上发展出来,通过亚马逊、eBay、京东全球购等网络平台实现贸易买卖,提供支付结算和跨境物流,从而使商品完成交付的国际商业行为,是指买卖双方利用网络平台,突破国界和地区限制,充分实现国际贸易电子化、网络化、平台化的新型国际化的商业模式^[1]。

(二) 跨境电子商务的分类

1) 按照产业终端用户的类型分类,跨境电子商务主要分为 B2B 和 C2C 两种模式。B2B 平台指的是建立的用户群体以企业或团体的客户,作为跨境电商领域的主力军, B2B 占据了极大比例的市场交易份额,其交易总额占到了市场交易总额的 90%以上。C2C 平台的群体主要是指个人消费者,交易主体是以零售的交易模式。虽然当前占据跨境电商市场比例较小,但其市场份额不断增长,将来可能实现大幅扩张。

2) 按交易项目不同分为综合型平台、垂直型平台。垂直型跨境电商提供专业领域的、特定需求的服务,而综合型跨境电商不做某一个领域、某一个需求上的服务,其特点是商品繁多、对象多样、涉及多个行业。

3) 根据运营方式不同,又可以分为自营平台和第三方开放平台。自营平台是指平台利用自身资源对商品进行整合、挑选和采购并完成销售到售后的全过程,以商品的价格差盈利。第三方开放平台是指第三方开放平台给数个卖家提供交易空间,由于通常拥有较高人气和吸引用户的能力,可以为入驻商家带来更多曝光机会,但入驻平台的竞争度也会比自营平台更大。

2. 跨境电商背景下消费者权益保护困境

(一) 消费者知情权保障不足

知情权指消费者在交易中享有充分了解交易信息以达到公平交易目的的权利。消费者的知情权的保护至关重要,因为信息获取上的不平等会直接造成消费者权益的损害。由于跨境电商具有间接性和跨境性特征,在跨境电商领域中常见的不是商家和消费者面对面进行商品交易,而是靠商家的描述加上图片来了解商品,知情权因此会容易受到侵害[2]。第一,因为消费者和商家身处不同地域,语言和文化背景不同,对商品的理解也存在差异,因此交流中容易产生语义误解,导致消费者收到的商品与自己预期想购买的商品产生差距时有发生。第二,还有商家没有充分披露信息导致消费者知情权受损的情况:其一,隐瞒或者虚化商品的生产日期、保质期、产地等重要信息:如隐瞒临近保质期的商品信息,将其伪装成为正常商品予以销售,或者将国内生产加工的商品伪装成为进口商品出售。利用消费者获取商品信息的渠道有限这一弱点,商家隐瞒或者虚报商品的重要信息,以误导消费者购买商品而获利。

(二) 消费者隐私权易受侵犯

在我国法律中,个人信息归属于自然人的非财产性权利。我国法律中已有明确的规定,即个人信息属于自然人的非财产性权利,自然人对其个人信息拥有独占的控制权。自然人若未经同意就擅自使用他人的个人信息将会侵犯自然人的隐私权。

一般消费者进行跨境电商平台购物需要先注册成为会员,向跨境电商平台提交收件人姓名、地址、电话号码等信息。虽然各国法律均有保护消费者个人信息的条款,但是在利益面前,商家对于消费者的个人信息泄露以牟利的情况仍有可能发生,部分商家获得消费者信息后通常不管消费者的反对意见,就会不断向消费者邮箱发送广告信息,干扰了消费者的正常生活;此外部分跨境电商平台的员工还会以自身权利为要挟,私自出售消费者信息给不法分子,造成信息泄露的消费者成为诈骗分子的目标。另外,消费者在国内电商平台进行注册,通常需要提供的仅是手机号码和地址,收件人姓名用字母代号即可,而在跨境电商平台做线上购物,出于商品跨境运输等需要,消费者个人信息需要填写的是真实姓名和身份证号码,跨境电商消费者的个人信息比传统电商消费者敏感且容易被获得。无论是相关商家,还是诈骗分子,通常都会针对更易获取信息的跨境电商消费者推送广告或者是进行电信诈骗,这些都严重侵犯了消费者的隐私权。

(三) 售后服务难以得到保障

在跨境电商销售主体方面,按照身份不同主要分为两种,分别是代购型商家和入驻跨境电商平台的外国商家。代购型商家,通常是由于某些原因需要经常来往于国内外,因此利用自身优势将代购作为副业。此类商家除了自身的境外采购团成员人数,还有买手也存在。此类商家具有一定经营规模,并具有较强的私人性质。而在第二类进入跨境电商平台的外国商家,则在跨境电商平台上发布商品信息,负责接单,负责发货,却不是负责商品的物流运输。由于商家性质的不同,当消费者售后出现问题后,向这两类商家寻求赔偿会产生不同的问题。

个人代购商家大多在未经官方审核批准情形下从事代购,与平台商家相比,对代购商家的监管相对宽松,代购商品出现问题商家拒绝赔偿时,消费者除了可以选择民事诉讼,还要自己承担高额维权成本,并且多数交易时通过个人账号,收集证据和证明都增加了难度,一旦出现纠纷,商家再以地域和时间等因素拖延处理,消费者维权更加困难。这样的交易,不论哪个环节出现问题都会引发连锁反应,出现纠纷后,处理会更加复杂[3]。

由于在跨境电商平台开店的外国商家和代购的商家不同,前者受平台的监管,其交易受外国法律规定和保护。虽然消费者通过平台购物时虽然不会导致无可申诉的窘况,但因卖家与买家所在地不同,导

致发生纠纷时适用的法律却存有争议。我国《民事诉讼法》规定“合同纠纷案件，一般由被告所在地或合同履行地法院管辖，由消费者所在地法院管辖，如有其他约定除外”，由此可以知道管辖就是约定履行地管辖和法定管辖地管辖。消费者在跨境电商平台购物时很少注意平台或商家设定的合同条款，导致在进行售后时售后不能清楚地在哪里提出诉讼，如果商家懂得在合同上对被告所在地法院进行约定，消费者遇到纠纷问题可能出境维权的难题，这无疑是对消费者售后维权的一大阻碍[4]。

3. 跨境电商背景下消费者权益保护的策略与建议

(一) 加强消费者知情权保障

目前我国对跨境电商行业缺乏相应的监管条例，对跨境电商行业的监管主要采用《中华人民共和国电子商务法》。例如：第十五条规定了电商经营者应当在其首页显著位置持续公示营业执照信息、与其经营业务有关的行政许可信息或者上述信息的链接标识。第十七条规定了电商经营者应当全面、真实、准确、及时地披露商品或者服务信息，保障消费者的知情权和选择权。电商经营者不得以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。

除此之外，《网络交易监督管理办法》还规定从事便民服务和小额零星交易活动的电商可不办理营业执照。但是大多数跨境电商属于电商行业小额交易的主要构成部分，很多跨境电商企业都处在“无照经营”的状态，导致很多跨境电商经营者的经营行为得不到管理和监督，难以规范。

建立跨境电商信息登记系统，让合规运营的跨境电商系统登记。首先，针对不同的商品制定不同的定价制度，对多种商品进行细致评定，再由相关部门统计对跨境电商的种类，最后根据关税和商品所属性质，得出价格区间。其次，商户必须在这个系统内进行注册登记，加强登记的督促力度，减少无证经营商家，确保所有跨境电商企业必须在其官方网站上进行注册登记，未经许可进行跨境电商的商家将受到法律惩罚[5]。再者，推荐商家注册前参照日媒的方式，按条文要求填写商家名称、联系地址、注册地址和售卖产品种类等，便于消费者查找，若商家有变更注册信息的，必须通知商家，有违规行为的商家可以在系统中进行排查。若商家有违规行为，可以通过系统锁定该商家的注册信息，提醒其他消费者，审核通过后，对该商家被投诉记录进行发布，让消费者了解商家被投诉的原因，被投诉的全过程，以便其购买时有更充分的准备。

(二) 加强消费者隐私权保护

首先要对该软件所能使用的用户数据进行标准化，具体内容有哪些，收集后又会对使用者的生活造成怎样的影响，从而形成明确的、明确的、可执行的个人信息收集标准。其次，要加强对各类 APP 的监管，在推出 APP 之前，一定要严格审查它的后台，限制它的收集功能，如果出现超出 APP 宣称的获得信息的功能，就要对它进行整顿，甚至是禁止，同时还会对它的盗取行为进行处罚；他们会时不时地去查一下软件的数据库，把所有的数据都存入后台，用于销售和分析，并且定时检查，确保不会有什么东西被偷。第三，要强化对信息盗窃、交易、购买等违法行为的监管。虽然我国的《个人信息保护法》自 2021 年 11 月起全面实施，但由于法律本身存在滞后和局限，一部实施时间不长的新法律无法解决所有问题，仍需在实践中不断完善。因此，个人信息保护绝不能松懈。

(三) 完善跨境电商消费售后保障

通常地，当产生国际纠纷时，最好找法庭或第三方机构进行调停。想打造一个更具专业性、权威性的调解平台，就要在选择团队成员时，选拔有权威性、专业性的人员，用以确保公正性与调解效果，进而提高机构的公信力。还要考虑工作人员的道德品质问题。一般情况下，对于不公平交易，富有正义感、有使命感的从业人员则多为站在弱者的角度考虑问题，多为客户的权益着想，当客户处于不利地位时，更加有利于保障客户的权益[6]。

其次，充分公开我国的仲裁程序，并且参照国外相关机构制订我国的工作流程。组成方面，可采用政府、民间组织和律所三种方式，或者效仿美国的模式，把周边各国公民都放到这个机构中，让他们自己去办，等到办好了交由他们律师出面，并交由政府来监督[7]。相对简单的事情，由法律顾问完成，一些棘手的事情，则由资深的法律顾问或者业内专家们来完成，然后最后由各国牵头负责人进行商讨，做最后的敲定。对于单位的资金来源问题，最好的方法是，由政府部门和调解双方按照一定比例来共同承担。如果所有费用都由仲裁者承担，一方面会大大降低各方的积极性，另一方面也不排除仲裁机构为盈利导致的不公正性。如果完全由行政部门承担，则不会给各部门以及相关的管理部门带来负担，但是初期需要对运行方式进行实验性调整，而较大工作量有可能对运行产生不良影响，因此按照比例收费是最为合理的选择。

最后，调解机构完成调解后需要写下一份仲裁依据，给出对方信服的理据。调解结束之后还有“调解评价”“投诉”两个环节，让双方充分了解此次过程优缺点，促使其改进。

4. 结语

电子商务时代跨境电商消费者的权益保护和法律挑战是一个复杂而迫切的问题，是维护公平竞争和可持续发展的关键。因此，建立完善的消费者权益保障制度，对我国互联网行业的健康发展具有极其重要的意义。本文在电子商务快速崛起的背景下，分析了跨境在线购物所面临的法律挑战，探讨了消费者权益保护的重要性，从改进商品信息公开机制、限制运营商信息窃取行为、建立统一纠纷解决平台三个方面，提出了解决方案和建议。要尽善尽美保护消费者的权益，将发展电子商务转化为保护消费者权益的合力不仅需要完善现有的法制体系，发挥政府的监管作用，建立完善的争端解决体系；也需要加强与其他国家和国际组织的协作和交流，才能促进国内的跨境电商的发展。

参考文献

- [1] 孙力. 跨境电商零售背景下的消费者权益保护探讨[J]. 现代商业, 2024(24): 60-63.
- [2] 周振宇. 电子商务中消费者权益保护的问题研究[J]. 中国商论, 2023(4): 53-55.
- [3] 吴长军, 周雨桐. 网络海外代购消费者权益保护监管问题研究[J]. 社会治理, 2024(6): 22-34.
- [4] 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.
- [5] 王照岩. 数字经济背景下消费者权益保护的困境与路径探究[J]. 上海商业, 2024(1): 64-66.
- [6] 李大方, 杨铭宇. 论跨境电商中消费者权益保护[J]. 产业创新研究, 2021(5): 32-34.
- [7] 徐凡. 跨境电子商务基础[M]. 北京: 中国铁路出版社, 2017.