

拼多多平台售后服务中消费者权益保护之法律问题研究

王开昕

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年3月31日; 录用日期: 2025年4月15日; 发布日期: 2025年5月16日

摘要

拼多多作为中国用户规模最大的电商平台之一, 其低价策略与“百亿补贴”模式在扩张市场的同时, 也因商品质量瑕疵、售后推诿、假冒伪劣商品等问题频繁引发消费者权益纠纷。本文以《电子商务法》《消费者权益保护法》为核心, 结合平台规则与司法案例, 剖析拼多多售后服务体系中的法律困境, 从责任认定、救济路径、制度优化三个维度提出解决方案, 旨在构建消费者权益保护的协同治理框架。

关键词

拼多多, 售后服务, 消费者权益, 《电子商务法》

Research on the Legal Protection of Consumer Rights and Interests in the After-Sales Service of Pinduoduo Platform

Kaixin Wang

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 31st, 2025; accepted: Apr. 15th, 2025; published: May 16th, 2025

Abstract

As one of the largest e-commerce platforms in China, Pinduoduo's low-price strategy and “ten billion subsidy” mode not only expand the market, but also frequently cause disputes over consumer rights and interests due to commodity quality defects, after sales prevarication, and the spread of fake goods. This paper takes the *E-Commerce Law* and the *Protection of Consumer Rights and Interests* as the core, combines the platform rules and judicial cases, analyzes the legal difficulties in Pinduoduo after-

sales service system, and proposes solutions from three dimensions of responsibility identification, relief path and system optimization, aiming to build a collaborative governance framework for consumer rights protection.

Keywords

Pinduoduo, After-Sales Service, Consumer Rights and Interests, E-Commerce Law

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. 拼多多平台售后服务的法律性质与责任框架

在电子商务蓬勃发展的浪潮中，拼多多作为新型社交电商平台的代表，其售后服务模式正引发法律层面的深层思考。消费者通过平台界面完成退货、换货、退款等操作时，平台既非传统意义上的买卖合同当事人，又非完全独立的第三方，这种特殊的法律地位构成了互联网时代平台责任研究的独特样本。

从法律关系的本质属性观察，拼多多平台与用户签订的《用户服务协议》构建了复杂的权利义务网络。平台通过格式条款明确其作为网络交易场所提供者的身份，看似将交易风险限定在商家与消费者之间。但司法实践中，当消费者依据《电子商务法》第三十八条主张平台未尽到安全保障义务时，法院往往突破合同相对性原则，要求平台对入驻商家的资质审核、商品信息监控承担实质性审查责任^[1]。这种裁判倾向实质上重构了平台责任边界，使平台从单纯的技术服务提供者转变为具有公共管理职能的市场秩序维护者。

在责任框架的构建中，平台运营规则与法律规范的互动尤为值得关注。拼多多推出的“仅退款”政策，表面上是平台自治规则的体现，实则反映出对《消费者权益保护法》第二十五条“七日无理由退货制度”的创新性解释。这种创新在提升消费体验的同时，也引发了对公平交易原则的挑战——当平台规则单方面加重商家责任时，是否符合《民法典》第四百九十七条关于格式条款效力的规定？近期多起商家诉平台的案件中，法院开始审慎审查平台规则制定程序的合法性与内容的合理性，这预示着电商平台自治权正面临司法审查的常态化趋势。

法律责任的动态平衡还体现在消费者权益保护与企业合规成本的博弈之中。根据《网络交易监督管理办法》第三十一条，平台对消费者投诉的处理时效、流程设置直接关系到侵权责任的认定。在某消费者诉拼多多案中，法院认定平台在接到商品质量投诉后未及时冻结商家账户，导致后续维权困难，构成《电子商务法》第八十三条规定的“明知或应知”情形。这种裁判要旨将平台的事后救济义务前移至交易过程监控，实质上确立了平台对入驻商户经营行为的持续性监督责任。

在新型消费纠纷频发的背景下，平台责任认定标准呈现出从形式审查向实质判断的演变趋势。拼多多特有的拼团模式、社交裂变营销，使得传统法律关系中“明知”的认定标准面临挑战。当平台算法推荐疑似侵权商品时，是否构成《反不正当竞争法》第十二条规定的技术手段干预交易？司法实践开始引入“技术中立性”审查标准，要求平台证明其推荐算法的客观中立性，否则将承担共同侵权责任。这种举证责任倒置规则的适用，反映出法律对平台技术运用的穿透式监管思维。

面对直播电商、社交电商等新业态的冲击，现行法律框架的适应性正在经受考验。拼多多平台内嵌的即时通讯功能、用户评价系统，使得商品信息的传播路径发生根本改变。当虚假宣传通过用户社交网

络扩散时，平台是否应当承担《广告法》意义上的广告发布者责任？某地市场监管部门的最新处罚案例显示，平台对用户生成内容的审核义务已从被动响应投诉转向主动监测过滤，这种监管要求的升级倒逼平台建立更完善的内容治理机制。

在数字经济与法律规制的互动中，拼多多售后服务模式引发的法律争议具有典型意义。它不仅是平台经济责任体系构建的试验田，更是观察互联网治理法治化进程的重要窗口。随着《个人信息保护法》《数据安全法》等新规的实施，平台在售后服务过程中收集、使用消费者数据的行为将面临更严格的法律审视。未来的制度设计需要在促进创新与保护权益之间寻求精妙平衡，这既考验立法者的智慧，也检验着司法实践对新型法律关系本质的把握能力。

2. 拼多多售后服务中的核心法律争议

2.1. 责任主体认定的模糊性

拼多多等电子商务平台在消费者权益保护中承担多重责任，包括服务提供者责任、担保责任、连带责任和特殊责任。作为中介服务提供者，平台主要负责信息发布、支付结算和售后支持，确保交易流程顺畅和信息发布规范。一些平台为提升用户体验，主动提供担保，如“先行赔付”，承担附加的合同责任。若平台未充分审核商家资质或商品质量，导致假冒伪劣商品流入，可能需与商家共同承担连带责任。在自营或“混合模式”下，平台作为实际销售者，需直接对商品质量和售后服务负责，这使得其责任划分更为复杂，需要根据具体商业模式来界定[2]。

但在拼多多售后服务体系下，责任主体认定模糊已成为消费者维权的主要障碍。这一问题的核心在于平台、商家、物流等多方主体间的权责划分不清晰，导致消费者在商品质量、物流纠纷、售后服务等环节面临“踢皮球”现象。在平台与商家责任承担边界问题上，根据《电子商务法》第三十八条规定，电商平台需对平台内经营者的资质进行审核，但在实际运营中，拼多多将售后服务主导权交由商家自行处理。数据显示，平台介入率不足 20% [3]，这种“平台中立化”策略导致售后责任转嫁。例如，在商品质量纠纷中，平台常以“交易撮合者”身份规避责任，要求消费者直接与商家协商。在消费者责任方面，拼多多平台所体现出的一大弊端在于消费者的举证责任过重，《网络交易管理办法》第二十四条规定，平台应建立便捷的投诉机制，但拼多多要求消费者提供完整证据链(包括开箱视频、第三方检测报告等)，实质上将质量问题的举证责任转嫁给消费者[4]。2022 年市场监管总局数据显示，拼多多投诉案件中 42% 因证据不足被驳回，远超行业平均水平。另外，拼多多平台设定的规则存在法律衔接不足的问题，比如，拼多多《售后服务规则》第 7.3 条约定，特殊商品不支持七天无理由退货，但未明确界定“特殊商品”范围，与《消费者权益保护法》第二十五条产生冲突。2023 年央视 3·15 晚会曝光的多起案例显示，母婴用品、家用电器等常规商品被纳入“特殊”范畴，导致消费者法定权益受损。

2.2. 售后机制的运行缺陷

拼多多作为国内新兴电商平台，凭借低价策略和社交裂变模式迅速崛起，但其售后机制在实际运行中暴露出的缺陷日益引发争议。这些缺陷主要体现在平台规则的极端化执行、责任划分的模糊性以及消费者与商家权益平衡的失衡三个方面，对电商生态的健康发展形成了潜在威胁。

首先，平台在售后纠纷处理中过度强调“消费者优先”，导致规则执行趋向极端化。拼多多为保障用户体验，推出“仅退款不退货”等政策[5]，但在实际应用中，系统自动化审核常仅凭物流信息或消费者单方面描述便直接判定退款，缺乏对商家举证的有效核查。例如，部分消费者利用物流信息延迟漏洞，以“未收到货”为由骗取退款，而商家即使提供发货证据也难以申诉。这种自动化售后处理机制虽提高了处理效率，却为恶意退款行为提供了温床，损害了中小商家的合法权益。

其次, 售后责任划分存在显著的模糊地带[6]。当商品出现质量争议时, 平台往往将举证压力转嫁给商家, 要求其提供生产资质、质检报告等专业文件, 而多数中小商家缺乏合规意识或资源应对此类要求。同时, 平台对物流环节的监管缺位导致责任推诿频发, 商品破损或丢失时, 消费者、商家、物流公司三方陷入无限扯皮, 平台作为规则制定者却未能建立有效的责任追溯机制。这种权责不对等的处理方式加剧了交易双方的对立情绪。

再者, 售后流程设计存在结构性矛盾。拼多多为降低用户操作门槛, 将退款流程简化为“一键申请”, 但过度简化导致消费者在退货时面临隐性障碍。例如, 平台虽承诺“七天无理由退货”, 但实际执行中要求消费者自行承担退货运费或提供繁琐的举证材料, 部分偏远地区用户甚至因运费成本高于商品价值被迫放弃维权。这种“前端宽松、后端严苛”的流程设计本质上是用形式便利掩盖服务短板。

更深层的问题在于, 平台通过算法机制将售后成本转嫁给供应链末端。当发生售后纠纷时, 拼多多常以扣罚保证金、流量降权等方式向商家施压, 迫使商家接受不合理退款。这种压力传导机制导致部分商家通过降低产品质量或虚标参数来维持利润, 形成“低价-低质-高售后率”的不良循环。平台虽短期内通过较为宽松的售后政策获取用户增长, 却可能动摇其商业模式的可持续性根基。

这些缺陷反映出拼多多在快速扩张过程中, 尚未建立起与市场规模相匹配的治理能力。售后机制不应成为平台转移经营风险的“减压阀”, 而应通过完善证据链审核、建立第三方质检体系、优化责任分配规则等手段, 在消费者权益与商家生存空间之间寻求平衡点。否则, 不平衡的售后政策终将反噬平台信誉, 损害中国电商行业的整体生态。

2.3. 赔偿标准的执行困境

拼多多在快速扩张过程中, 其赔偿标准的设计与执行逐渐暴露出多重现实困境。这些困境不仅源于平台规则本身的模糊性与矛盾性, 更与商业利益驱动下的执行机制紧密相关, 最终导致消费者与商家在维权或赔付过程中陷入双向不满的僵局。

拼多多的赔偿标准缺乏透明、统一的操作细则, 平台虽宣称“假一赔十”、“劣质必赔”等承诺, 但实际执行中赔付比例、条件判定等关键环节存在较大弹性[7]。例如, 针对商品描述不符的投诉, 平台往往依赖消费者上传的照片或文字描述作为主要依据, 却未明确界定“轻微瑕疵”与“严重质量问题”的区分标准。同一类商品问题, 不同客服或系统判责可能出现完全相反的赔付结果。这种模糊性为平台留下了规避高额赔偿的操作空间, 但也让消费者与商家对规则公信力产生质疑。

平台为提升处理效率, 将赔偿判定大量交由算法自动完成。例如, 物流超时自动触发赔偿、消费者单方申请即触发退款等机制, 表面上简化了流程, 实则忽视了交易场景的复杂性。部分商家因快递公司系统延迟更新物流信息, 被系统判定为“虚假发货”并强制赔偿; 消费者因轻微包装破损申请全额退款时, 算法直接跳过商品实际价值评估环节, 导致商家承担远高于实际损失的赔偿成本。这种“一刀切”的执行逻辑, 实质上是将经营风险转嫁给供应链弱势方。

拼多多的赔偿机制常通过扣减商家保证金、冻结货款等方式实现, 但平台对赔偿责任的划分存在明显偏向性[8]。当商品出现问题时, 消费者可直接从平台获得赔偿, 而商家需自证清白, 甚至需提供超出其能力范围的证明材料(如专业质检报告)。部分商家反映, 平台为平息消费者投诉, 常在责任未明时先行扣款, 后续申诉成功率极低。这种“先行赔付”的模式虽能快速安抚用户, 却使中小商家面临资金链断裂风险, 间接催生“以次充好”的生存策略。

赔偿标准的宽松化与执行漏洞, 为职业索赔者提供了规则漏洞。部分消费者利用“仅退款不退货”“闪电退款”等政策, 以批量下单、虚构质量问题等方式牟利; 更有团伙专门研究平台算法漏洞, 通过伪造物流信息、PS商品图片等手段骗取赔偿。平台虽设置反欺诈系统, 但识别能力有限, 误伤正常

用户与漏判恶意行为并存。商家为减少损失，不得不投入大量精力应对恶意投诉，进一步推高运营成本。

高频赔偿执行表面上维护了消费者权益，实则加剧了平台生态的不良循环。商家为对冲赔偿风险，或提高商品定价，或降低品质控制标准；消费者因真假混杂的赔付案例，逐渐失去对平台承诺的信任。这种双向损耗使得拼多多赖以生存的“低价高性价比”标签面临瓦解风险，最终可能反噬平台的可持续经营能力。

3. 拼多多售后服务中消费者权益保护制度完善路径

拼多多作为中国电商领域的创新代表，其独特的社交电商模式在快速扩张的同时，也暴露出消费者权益保护制度的多重法律缺陷。从平台责任界定模糊到赔偿标准执行乏力，从举证责任分配失衡到跨境维权机制缺失，这些问题本质上反映了现行法律体系与新兴商业模式之间的脱节。针对拼多多售后服务体系中的制度性短板，法律完善路径需以消费者权益为核心，构建起涵盖立法革新、司法保障、执法强化、技术赋能的系统性解决方案。

3.1. 重构主体责任的法律认定框架

电子商务平台主体身份的多样性、利益关联人的广泛性决定了其企业社会责任关联领域的特殊性[9]。现行《电子商务法》第三十八条虽然规定了平台对经营者资质的审核义务，但在拼多多“平台 + 自营”混合模式下，平台往往通过协议条款规避责任。对此，可借鉴欧盟《数字服务法案》(DSA)中的“看门人”制度，在《消费者权益保护法》中增设“实质性控制”标准：当平台对商品定价、物流配送、售后服务等环节具有实质性控制力时，即应承担销售者责任。同时，建立“动态责任认定”机制，根据平台对交易流程的介入程度(如参与促销设计、算法推荐排序、资金流监管等)动态调整其法律责任，避免“一刀切”的责任豁免。

在举证责任分配方面，现行制度对消费者明显不利。拼多多《纠纷处理规则》要求消费者提供商品质量问题的国家级检测报告，这对普通消费者构成实质性维权壁垒。对此，应当修改《民事诉讼法》第六十四条，在电商消费纠纷中实行“有条件举证责任倒置”：对于单价低于 500 元的商品，消费者仅需提供初步证据(如开箱视频、使用异常记录)，经营者则需反证商品符合质量标准；对于食品、母婴用品等高风险品类，无论金额大小均实行完全举证责任倒置。同时，立法应强制平台开放数据接口，要求其完整保存交易全链条数据(包括商品页面快照、客服沟通记录、物流操作日志等)，并通过区块链技术固化存证，消费者可一键调取作为维权依据。

3.2. 强化售后与监管机制的运行

针对拼多多售后机制缺陷，需构建更平衡的治理体系。首先，应优化规则执行逻辑，将“消费者优先”原则与举证责任挂钩，建立分层审核机制：小额纠纷可依赖自动化处理，但高额赔付需引入人工复核或第三方质检报告，避免单方陈述主导裁决。其次，明确责任划分框架，对物流异常、质量问题等高频争议场景，制定标准化责任归属细则，强制要求物流企业接入实时追踪系统，减少信息不对称导致的误判。同时设立保证金争议调解池，对责任未明的扣款实施冻结而非直接划转，保障商家申诉权利。针对恶意索赔，需升级风控模型，通过用户行为分析识别异常索赔模式，对高频退款账户启动实名验证与购物限制。平台还应建立商家支持机制，提供低成本质检服务与法律援助，避免弱势商家被迫妥协。最终需调整算法价值观，将售后成本纳入商家信用评价体系，推动“低价 ≠ 低质”的生态转型，实现消费者权益与商业可持续性的动态平衡。

在监管层面，须强化执法协同与信用惩戒机制[10]。当前市场监管部门对电商平台的处罚多停留在约谈、整改层面，2023 年拼多多因售后问题被行政处罚金额仅占其营收的 0.003%，威慑力严重不足。建议

修订《反不正当竞争法》，设立“消费者权益损害倍数罚则”，将处罚基数调整为平台涉案商品总销售额的 1~5 倍。同时，建立“跨平台信用黑名单”，对多次违规的经营者实施全行业封禁，并将其实际控制人纳入征信系统限制高消费。此外，可借鉴英国“超级投诉”制度，授权消费者组织对系统性侵权问题发起集体诉讼，经市场监管总局认定后，可直接触发平台停业整顿程序。

3.3. 亟需建立全国统一的赔偿计算标准体系

拼多多现行赔偿规则存在显著的地域差异与执行弹性，这不仅违反《民法典》确立的平等原则^[11]，更导致消费者维权预期混乱。建议在《电子商务法》实施细则中引入“阶梯式赔偿模型”，将赔偿基数细化为商品实际损失、时间成本与精神损害三部分。其中，时间成本可参照当地最低小时工资的 3 倍计算，精神损害赔偿则按商品价值 10%~50%浮动，同时对食品药品等特殊商品设置 2 倍惩罚性赔偿下限。为确保标准统一，可由最高人民法院建立电商赔偿案例数据库，运用人工智能进行类案推送，强制要求各级法院参照最新 30 个相似案例的赔偿均值作出裁判。

同时需确定平台服务损害赔偿责任的赔偿数额。若存在人身损害应当依照《消费者权益保护法》第 49 条赔偿金规定、第 51 条精神损害赔偿规定进行赔偿；若服务行为造成财产损害，应当依照《消费者权益保护法》第 52 条规定进行赔偿，除此之外可根据情况要求平台方或者商家承担惩罚性赔偿责任^[12]。

4. 结语

拼多多平台以社交电商模式重构了传统消费场景，但其售后服务体系中的消费者权益保护问题已成为制约平台可持续发展的法律瓶颈。本文揭示，平台现行规则与《消费者权益保护法》《电子商务法》等存在衔接断层，具体表现为退货权行使受限、虚假宣传追责机制缺位、平台责任边界模糊三大核心矛盾。这些问题的本质在于平台在效率优先导向下，将经营风险向消费者不当转嫁，而现行法律对社交电商特殊性缺乏针对性回应。

解决上述困境，需从立法完善与制度创新双重路径突破：一方面，应通过修订《电子商务法实施条例》明确“低价促销”场景下的质量担保义务，建立商家信用评价与准入资质的动态联动机制；另一方面，需强化平台先行赔付责任，推动在线纠纷解决(ODR)机制与司法程序的有效衔接，降低消费者维权成本。长远来看，消费者权益保护不应止步于被动救济，而应转向“预防性治理”，通过算法审计、数据共享等方式实现风险前置管控。

展望未来，电商平台需在商业创新与法律合规之间寻求平衡。监管部门应协同平台、消费者构建“技术赋能 + 规则制约”的治理生态，将消费者权益保护内化为平台核心竞争要素，最终实现数字经济背景下公平与效率的价值统一。唯有如此，拼多多代表的社交电商模式方能真正走向规范化与长效化发展。

参考文献

- [1] 法律出版社法规中心, 编. 最新电子商务法规汇编[M]. 北京: 法律出版社, 2018.
- [2] 周晨, 卢远玲, 刘小丽. 电商平台责任认定与消费者权益保护[J]. 中国外资, 2024(20): 82-85.
- [3] 中国消费者协会. 2022 年全国消协组织受理投诉情况分析[EB/OL]. https://www.cqn.com.cn/ms/content/2023-02/16/content_8909264.htm, 2025-03-30.
- [4] 任雪萍, 何淑娴. 电商平台欺诈构成之认定——基于 30 例典型案例的分析[J]. 长春工程学院学报(社会科学版), 2024, 25(4): 14-19.
- [5] 李婕. 电商平台调整“仅退款”[N]. 人民日报海外版, 2025-03-26(011).
- [6] 徐勇军. 强化合规审查, 落实主体责任优化电商平台服务协议和交易规则的几点思考[J]. 中国品牌与防伪, 2024(5): 24-26.
- [7] 文丽娟, 丁一, 高紫琦. 消费者网上买到假货为何难获赔偿[N]. 法治日报, 2024-08-27(004).

-
- [8] 吾斌. 拼多多平台商家权益保护浅议[J]. 合作经济与科技, 2024(8): 180-181.
- [9] 朱晓娟, 李铭. 电子商务平台企业社会责任的正当性及内容分析[J]. 社会科学研究, 2020(1): 28-36.
- [10] 秦燕坤. 电商企业内部控制研究——以京东商城为例[J]. 商场现代化, 2020(23): 25-27.
- [11] 法律出版社法规中心, 编. 民法典及相关司法解释汇编[M]. 北京: 法律出版社, 2023.
- [12] 杨立新, 杜泽夏, 吴烨. 消费者保护中的服务及其损害赔偿责任[J]. 法律适用, 2016(5): 43-55.