

电子商务交易中消费者权益法律保护研究

范骥廷

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年6月5日; 录用日期: 2025年6月23日; 发布日期: 2025年7月24日

摘要

在数字化浪潮席卷全球的今天, 互联网技术的飞速发展正深刻重塑着世界经济的运行格局。作为数字经济的重要组成部分, 电子商务凭借其突破时空限制、降低交易成本、提升资源配置效率等显著优势, 已然成为推动全球经济增长的新引擎。然而, 伴随着电商产业的蓬勃发展, 虚拟交易环境所特有的匿名性、跨地域性等特征, 以及交易主体多元复杂、法律关系交叉重叠等现实情况, 使得消费者权益保护工作面临着前所未有的挑战。具体表现为: 交易过程中信息不对称现象加剧, 商品质量监管难度加大, 个人隐私数据泄露风险上升, 跨境维权成本居高不下等一系列亟待解决的法律难题。本文立足于我国电子商务发展的实际情况, 通过系统梳理相关理论研究成果, 分析典型司法案例, 从法学理论、监管实践和制度建设等多个维度, 剖析当前电商消费者权益保护领域存在的法律困境。结合具体国情与现阶段电商发展情况, 提出切实可行的改进方法, 以期更好地保护电子商务交易中消费者的权益。

关键词

电子商务交易, 消费者权益, 法律规制, 法律保障

Research on the Legal Protection of Consumers' Rights and Interests in E-Commerce Transactions

Jiting Fan

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 5th, 2025; accepted: Jun. 23rd, 2025; published: Jul. 24th, 2025

Abstract

In today's era where the digital wave is sweeping the globe, the rapid development of internet technology is profoundly reshaping the operational landscape of the world economy. As a crucial

component of the digital economy, e-commerce, with its remarkable advantages such as breaking through time and space constraints, reducing transaction costs, and improving resource allocation efficiency, has become a new engine driving global economic growth. However, alongside the vigorous development of the e-commerce industry, the anonymous and cross-border characteristics inherent in the virtual transaction environment, as well as the practical situations of diverse and complex transaction subjects and overlapping legal relationships, have made the protection of consumers' rights and interests face unprecedented challenges. These are specifically manifested as a series of legal issues demanding urgent solutions, including the intensified information asymmetry in the transaction process, the increased difficulty in supervising product quality, the rising risk of personal privacy data breaches, and the persistently high costs of cross-border rights protection. This paper is based on the actual development of e-commerce in China. Through a systematic combining of relevant theoretical research achievements and analysis of typical judicial cases, it analyzes the legal dilemmas existing in the field of e-commerce consumers' rights and interests protection from multiple dimensions, including legal theory, regulatory practice, and institutional construction. Combining the specific national conditions and the current development of e-commerce, it proposes practical improvement methods to better protect consumers' rights and interests in e-commerce transactions.

Keywords

E-Commerce Transactions, Consumer Rights and Interests, Legal Regulation, Legal 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. 引言

在数字经济快速发展的今天，电子商务因其便利快捷、高效运作和全球互联的特点，已经成为推动世界经济增长的重要动力。数据显示，截至 2024 年 10 月，我国网络购物用户规模已超过 9 亿人。数字消费与我们的日常生活紧密联系，代表着消费市场转型的新方向，对供给升级也提出了新要求。即时零售随叫随到、国货“潮品”网上畅销、“银发”一族一键下单……创新消费模式不断发展、新的增长点频频出现、用户基础日渐增加，数字消费正引领消费新风潮，释放发展新动能。成为平台经济的重要组成部分¹。但与此同时，网络交易的虚拟性、跨时空性以及参与主体的多元化，也给消费者权益保护带来了新的难题。面对这一形势，建立符合电子商务特点的法律保障机制，在促进商业创新的同时切实维护消费者权益，已成为当前亟需解决的关键问题。本研究基于中国电子商务发展实际，借鉴国际先进经验，重点围绕商品质量监督、个人信息安全保障、争议处理机制等方面展开深入分析，并提出相应改进建议，以期对电子商务健康有序发展提供理论依据和实践指导。

2. 电商平台概述

2.1. 电商的定义与分类

电子商务(E-commerce)是基于互联网等电子化方式进行的商品和服务交易行为。根据参与交易的主体不同，可划分为三种主要模式：企业间电子商务(B2B)典型代表是阿里巴巴 1688 平台。该模式主要服务于企业间的商业往来，包括原材料采购、成品销售等供应链活动。通过这类平台，生产企业能够快速

¹ 中华人民共和国中央人民政府. 我国网络购物用户规模超 9 亿人数字消费带动新消费热点[EB/OL]. (2024-10-18) [2025-05-19]. https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202410/content_6981086.htm.

匹配供应商资源，优化采购流程；同时也能拓展销售渠道，触达更多潜在客户。企业对消费者电子商务(B2C)京东和淘宝是这一模式的典型平台。京东凭借全球化商品供应链和高效物流体系，为消费者提供品质商品与售后服务；淘宝则以丰富的商品品类和活跃的商家社区，满足消费者多元化、个性化的购物需求。消费者间电子商务(C2C)以闲鱼为代表的二手交易平台是这类模式的体现。这种模式为个人用户提供了闲置物品交易的渠道，既实现了资源循环利用，也为消费者创造了高性价比的购物选择。这些模式共同构成了现代电子商务的生态体系，通过数字化手段优化了传统交易流程，提升了商业效率。

2.2. 国内外电子商务发展状况

全球电商市场在 2023 年迎来重要里程碑，总交易额首次跨越 6 万亿美元大关²，并保持稳健上升趋势。这一增长态势主要得益于两大技术驱动力：一是互联网基础设施的全面覆盖，二是移动终端设备的高度普及，二者共同促使线上消费群体持续扩容。特别值得注意的是，以印度、巴西为代表的新兴经济体正展现出惊人的电商发展潜力，其市场规模呈几何级数增长，已然成为带动全球电商产业发展的新动力源。作为这一领域的领跑者，数据显示：2020 年，中国电商市场以 55% 的外贸占比独占鳌头[1]。在市场创新方面，中国电商企业持续推陈出新：以实时互动为特色的直播电商模式，通过专业主播的场景化展示和精准推荐，创造了惊人的销售业绩，头部主播单场直播销售额频频刷新纪录；而以社交裂变为核心的社交电商模式，则依托拼多多等平台创新的拼团玩法，借助社交关系链实现病毒式传播，既为消费者带来极致性价比的商品，也助推平台用户规模和 GMV 实现跨越式增长。这些创新模式通过重构人货场关系，正在深刻改变着全球电商的产业格局。

3. 电子商务交易中消费者权益保护遭遇的问题

3.1. 网络交易的线上性与风险

电商购物与传统线下消费存在显著差异，消费者无法像在实体店那样通过直接触摸、试穿或试用等方式来检验商品质量。在虚拟交易场景下，消费者仅能依靠商家上传的产品图片、文字描述以及其他买家的评价反馈来做出购买判断。这种信息获取方式的局限性，直接导致了网购中常见的“宣传与实物不符”问题[2]。以服装类商品为例，部分商家会通过专业的修图技术对商品照片进行过度修饰，将普通材质的衣物呈现出高端质感的效果。然而当消费者实际收到商品时，往往会发现面料品质低劣、缝制工艺粗糙，与商家展示的效果存在巨大落差。更有甚者，某些商家会在产品描述中刻意使用“顶级品质”“媲美专柜”等夸大性宣传用语，但实际商品质量却难以达到宣传标准。这种信息不对称现象使得网购过程中的消费风险显著增加。消费者无法通过屏幕感知商品的真实触感、气味等细节特征，仅凭有限的图文信息难以全面评估商品的实际价值。这也是为什么电商平台上因“货不对板”引发的消费纠纷始终居高不下的重要原因。

3.2. 跨境与异地交易和法律管辖之间的冲突

跨境电商的兴起突破了传统贸易的地域边界，使买卖双方即使身处不同法域也能完成交易。这种无国界特性在带来便利的同时，也衍生出复杂的法律适用难题。由于各国在消费者保护立法、产品质量标准等方面存在显著差异，当跨境消费纠纷发生时，消费者往往陷入维权困境。以实际案例来说，我国消费者通过境外电商平台购置数码产品，若发现产品存在性能缺陷，可能需要面对平台用户协议中约定的外国法律适用条款和境外法院管辖要求。面对外语法律文本的理解障碍，涉外诉讼的高额成本，以及跨

²Payments Cards & Mobile 2024-06-19. Retrieved from <https://www.paymentcardsandmobile.com/e-commerce-still-growing-more-than-twice-as-fast-as-pos-worldwide/>.

境取证的现实困难，多数消费者只能选择放弃维权主张。更复杂的是，跨境电商还涉及多重监管体系的交叉影响：各国关税政策和增值税制度的差异；进口商品技术标准的合规性要求；产品认证制度的国别；经营者为维护自身利益而在跨境互联网消费合同中订立的强制性仲裁条款[3]等，区别这些监管差异常常超出普通消费者的认知范围。比如某些国家对特定电子产品有特殊的电磁兼容性认证要求，未经认证的产品不仅可能被海关扣留，甚至可能面临销毁处理。而消费者在购买时，往往难以全面了解这些专业技术性规定，导致购买的商品无法正常清关或使用。这种制度性认知鸿沟进一步放大了跨境消费的风险系数。

3.3. 电商交易链条中的责任困境与维权挑战

现代电商交易体系是一个由多方主体共同构建的生态网络，主要包括：交易平台(提供技术服务)；入驻商家(商品提供方)；物流服务商(负责商品配送)；支付机构(完成资金结算)这个复杂体系中存在显著的责任认定难题：如商品损坏纠纷中的责任推诿现象，以易碎商品运输损坏为例，常见责任推脱模式有：平台方主张物流过失，物流方归咎于商家包装缺陷，商家则质疑物流操作不当。以及商品质量问题的责任主体模糊。当出现商品质量问题或虚假宣传时，涉事主体可能包括：商品实际经营者；平台运营方；广告服务提供商；质量检测机构。虽然电商平台在法律上被赋予监管职责，但面对海量入驻商家的极高管理难度；昂贵的商品信息真实性的核查成本；以及第三方服务商的不可控因素导致实际监管效果与法律预期存在明显差距。这种多方参与、责任边界模糊的现状，使得消费者在权益受损时往往陷入“投诉无门”的困境[4]。

3.4. 电商市场虚假营销乱象与监管挑战

当前电商环境中，部分不良商家为牟取暴利，采取多种违规手段操纵商品信誉，包括：实施诱导性营销手段；实施“好评返现”等利益诱导策略；虚构用户评价和交易数据；刻意美化商品展示信息。典型案例揭示行业痛点：2022 年央视“3·15”晚会曝光的劣质玩具事件³显示：商品存在严重设计缺陷和安全风险；通过刷单制造虚假销量数据；利用夸大宣传误导消费者决策；平台审核机制形同虚设。折射出的监管体系短板：技术手段滞后；面对海量交易数据缺乏智能监测系统；虚假交易识别准确率有待提升；违规行为发现存在时间差。标准体系不健全。部分商品缺乏明确的质量标准；检测认证机构覆盖范围有限；质量追溯机制尚未完善。惩处力度不足；违法成本与获利不成比例；跨平台违规行为打击困难；消费者举证维权门槛过高。这种状况导致劣质商品得以在监管盲区中流通，不仅损害消费者权益，更扰乱市场秩序。

3.5. 电子商务时代下的个人信息安全隐患

在数据驱动发展的商业环境中，消费者个人信息已成为极具价值的数字资产。然而当前电商领域普遍存在的隐私保护漏洞，正对用户数据安全构成严峻挑战，这包括：数据管理乱象：平台运营失范；超范围收集用户敏感信息；未履行充分告知义务；擅自与第三方共享数据；技术防护体系存在缺陷。典型案例警示：2021 年某头部电商平台因违规处理用户数据被处以 182 亿元天价罚款⁴，这一事件暴露出：个人信息采集边界模糊；数据使用缺乏透明度；安全防护措施不到位。聚焦电商行业普遍性问题有：平台权限索取泛滥；移动应用过度索权(如强制获取通讯录、定位等)；权限需求与功能不匹配；变相强制用

³中央广播电视总台. 2022 年“3·15”晚会聚焦数字消费热点和百姓公共安全. 2022. 央视网.

<https://news.cctv.com/2022/03/15/ARTINY2hG0wBOYC39pOoTAPD220315.shtml>.

⁴国家市场监督管理总局(2021). 市场监管总局依法对阿里巴巴集团控股有限公司在中国境内网络零售平台服务市场实施“二选一”垄断行为作出行政处罚。

户授权；知情同意形同虚设；隐私政策晦涩难懂；重要条款隐蔽设置；“一揽子授权”普遍存在；数据流转失控；第三方合作监管缺失；数据共享缺乏追踪；泄露事件应急不足。这一现状不仅违反《个人信息保护法》的核心原则，更导致用户时刻面临信息泄露、精准诈骗等安全风险。

3.6. 电商消费维权的现实困境与跨境障碍

在电子商务交易背景下，消费者的传统维权机制面临挑战，这主要体现在：司法救济成本效益失衡，体现在：诉讼周期漫长(通常需 3~6 个月)；经济成本高昂(律师费、公证费等)；举证责任门槛过高；小额纠纷(如百元级争议)维权性价比极低。消费者维权意愿受挫：时间精力投入与回报不成正比[5]；程序繁琐导致中途放弃率居高；实际执行到位率不足 30%。跨境维权多重障碍，基础性障碍：语言沟通壁垒(如非英语国家纠纷)；法律体系差异(大陆法系与普通法系)；时区差异影响沟通效率。典型案例：中国消费者在德国电商平台维权时面临诸多问题：如需德语法律文书往来，并且欧盟消费者保护法适用复杂，以及时差导致的沟通延迟。消费者面临的制度性障碍有：国际司法协助程序繁琐；判决承认与执行困难；跨境证据认定标准不一；维权成本可能超过商品价值[6]。

4. 电子商务中消费者权益保障之法律路径完善

4.1. 构建数字化商品质量治理新体系

首先是通过技术创新赋能质量监管，我们要加强区块链技术深度应用，例如基于分布式账本技术建立全链条追溯系统，实现生产、物流、销售各环节数据上链，确保质量信息不可篡改、全程可溯，终端消费者可通过智能终端(如手机扫码)可即时获取如下信息：原材料溯源信息；生产工艺参数；质量检测报告；物流仓储记录。同时通过物联网技术协同监管：例如部署智能传感设备实时监测生产环境；运用 GPS 加温湿度[7]监控运输条件；建立异常情况自动预警机制。其次我们要将信用惩戒机制创新，我们可以建立分级分类黑名单，通过设置累计违规次数阈值(如 3 次每年)；实施梯度处罚(警告到限流到清退)；跨平台联合惩戒等方式规范平台的行为。再通过提高违法边际成本，如将处罚金额与销售额挂钩；引入惩罚性赔偿制度；追究平台连带责任等方式监督平台，净化电子商务交易环境。我们可以推进质检体系改革，引入第三方检测机构考核；实行“白名单加动态评估”管理；建立检测报告区块链存证；推行盲样复检制度。通过技术赋能、信用约束、制度创新三维度联动，构建覆盖事前预防、事中监控、事后追责的全周期质量监管新范式。

4.2. 个人信息保护的法治化路径构建

首先是知情同意原则的吸收：这涉及到告知义务的法定要求。根据《个人信息保护法》第十七条规定：信息处理者应当以显著方式、清晰易懂的语言；要明示信息处理的目的、方式、范围；要具体列明保存期限及处理规则；要禁止使用概括性授权条款(“一揽子授权”)。其次是同意要件的法律标准：依据《民法典》第一千零三十五条：商家需取得个人单独、明确的意思表示；禁止默认勾选等被动同意方式；对于特殊类型信息(生物识别、医疗健康等)需取得消费者单独同意；保障消费者随时撤回同意的权利。再次是规定电商平台权限管理的法律边界。这里我们要运用到最小必要原则：根据《网络安全法》第四十一条规定：平台权限索取应与服务功能直接相关。禁止平台强制索取非必要权限(如通讯录获取之于商品购买)。消费者拒绝非必要权限不得影响核心功能使用。对于平台的违法后果的规定：违反《个人信息保护法》第六十六条：最高可处违法所得十倍罚款；情节严重者可吊销营业执照；以及承担民事赔偿责任。对于电子商务平台监管机制的法律设计：我们需要独立的监管机构设置，可以参照 GDPR 监管模式⁵：设

⁵ 欧盟 GDPR 中“一站式”监管的运行机制. fx361.cc, 2024. <https://m.fx361.cc/news/2024/0227/23071366.html>.

立直属国务院的数据保护局；赋予行政调查权和处罚权；建立跨部门协同机制。对于电子商务交易全流程的监管要求：依据《数据安全法》第二十一条：要建立数据分类分级制度；要实施生命周期安全管理；涉及重要数据跨境需安全评估；要完善消费者在电子商务平台消费的司法救济途径：检察机关可提起公益诉讼(《个人信息保护法》第七十条)；建立举证责任倒置规则(《电子商务法》第五十八条)；推行小额诉讼程序。该法律框架通过“义务设定-行为规范-责任追究”三位一体的制度设计，构建起符合比例原则的个人信息保护法治体系。在保障数字经济健康发展的同时，切实维护公民个人信息权益。

4.3. 在线纠纷解决的智能化创新实践

首先介绍智慧司法模式的典型应用：以杭州互联网法院开创的异步审理机制为例[8]，该机制通过技术创新实现了司法效率的显著提升：这一模式通过智能辅助系统，部署自然语言处理技术解析案卷材料，运用机器学习算法生成争议焦点摘要，自动关联相似案例形成裁判参考。其次，面对电子商务环境下消费者权益保障的纠纷，法院需要创新运用电子化诉讼流程。有效的方法有：支持多格式电子证据上传(PDF或MP4等)；智能校验证据完整性(哈希值比对)。我们可以创新跨境争议解决机制，例如国际ODR平台建设[9]，这一平台可以整合不同个国家仲裁机构资源，建立多语言智能翻译系统，开发标准化案件管理系统。这一平台的核心功能有：在线智能立案(自动识别管辖规则)；推荐最优解纠纷途径(调解或者仲裁评估)；电子送达与文书自动转化。该模式通过“科技+法律”的深度融合，构建了适应数字经济发展的现代化纠纷解决体系，为全球电商治理提供了中国方案。其创新性体现在：打破传统诉讼时空限制；实现司法资源的智能配置；建立跨境协同解纷新范式。

5. 结论

电子商务的快速发展为经济增长提供了重要动能，但同时也暴露出消费者权益保护方面的诸多挑战。本研究系统分析了当前电商领域存在的主要法律问题与维权困境，提出构建三位一体的消费者权益保障体系：首先，建立智能化的商品质量动态监管机制；其次，完善个人信息安全防护制度；最后，优化在线纠纷解决平台功能。要实现电商行业的可持续发展，必须通过政府监管、平台自律、消费者参与的多方协同机制，持续健全法律规范体系，强化监管执法效能，从而构建诚信、安全、高效的电子商务生态，确保数字经济在法治框架下高质量发展。

参考文献

- [1] 汤兵勇, 索昕煜, 萨拉·隆. 中国跨境电子商务发展报告[M]. 北京: 化学工业出版社, 2023: 236.
- [2] 孙光金, 马相坤. 网络购物风险及应对策略分析[J]. 价值工程, 2023, 42(8): 1-3.
- [3] 魏求月. 跨境网络消费者合同强制性仲裁条款效力研究[J]. 法学杂志, 2018, 39(5): 122-130.
- [4] 高雪. 互联网视域下消费者权益的法律保护[J]. 江苏商论, 2024(2): 10-14.
- [5] 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.
- [6] 段佳瑜. 网络跨国代购中消费者权益保护研究[J]. 现代商业, 2021(36): 20-23.
- [7] 刘晔璐, 王冲. 基于物联网的智能温湿度监控系统的研究与实现[J]. 设备管理与维修, 2025(3): 98-101.
- [8] 党昭. 互联网异步审理方式法理定位论析[J]. 南海法学, 2021, 5(6): 22-30.
- [9] 李奕廷. 在线纠纷解决机制(ODR)的数据安全保护问题研究[D]: [硕士学位论文]. 青岛: 青岛大学, 2024.