

电子商务平台消费纠纷解决机制研究

陈志军^{1,2}

¹贵州大学法学院, 贵州 贵阳

²中国建设银行股份有限公司贵阳河滨支行, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年7月25日; 录用日期: 2025年8月8日; 发布日期: 2025年9月2日

摘要

随着电子商务的迅猛发展, 电子商务已成为我国居民消费的重要渠道。小额网购纠纷的频繁发生, 不仅给网络经济的高质量发展带来了阻碍, 也成为电子商务经济纠纷解决领域面临的全新挑战。电子商务平台消费纠纷呈现出高频化、复杂化、跨地域等新特征, 传统纠纷解决机制已难以适应电商环境的需求。基于电子商务平台消费纠纷的特性, 亟须一种高效快捷的纠纷解决方式来应对。通过梳理我国电子商务平台消费纠纷的主要类型与现有解决机制, 结合当前机制存在的问题, 最终从制度完善、机制创新等维度提出优化路径, 旨在为构建高效、便捷、公正的电商消费纠纷解决体系提供理论参考和实践路径。

关键词

电子商务平台, 消费纠纷, 纠纷解决机制, 在线纠纷解决(ODR)

Research on the Mechanism for Resolving Consumer Disputes on E-Commerce Platforms

Zhijun Chen^{1,2}

¹School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

²Guiyang Hebin Branch, China Construction Bank Corporation, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 25th, 2025; accepted: Aug. 8th, 2025; published: Sep. 2nd, 2025

Abstract

With the rapid development of e-commerce, it has become an important channel for residents' consumption in China. The frequent occurrence of small-scale online shopping disputes not only poses an obstacle to the high-quality development of the online economy but also becomes a brand-new

文章引用: 陈志军. 电子商务平台消费纠纷解决机制研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 330-338.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1492917

challenge in the field of resolving economic disputes in e-commerce. Consumer disputes on e-commerce platforms have shown new characteristics such as high frequency, complexity and cross-regional nature. Traditional dispute resolution mechanisms have become difficult to meet the demands of the e-commerce environment. Given the characteristics of consumer disputes on e-commerce platforms, there is an urgent need for an efficient and rapid dispute resolution method to deal with them. By sorting out the main types of consumer disputes on China's e-commerce platforms and the existing resolution mechanisms, and combining the problems existing in the current mechanisms, the optimization paths are ultimately proposed from the dimensions of system improvement and mechanism innovation, aiming to provide theoretical references and practical paths for building an efficient, convenient and fair e-commerce consumer dispute resolution system.

Keywords

E-Commerce Platform, Consumer Disputes, Dispute Resolution Mechanism, Online Dispute Resolution (ODR)

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

1.1. 研究背景

2024 年全国市场监管部门共受理消费者投诉 1862.5 万件, 同比增长 7%, 平台接收网购投诉举报 1318.6 万件, 同比增长 4.6%, 网购诉求量已连续两年超千万件, 处于高位, 平台接收直播带货投诉举报 40.2 万件, 同比增长 19.3%¹。电子商务的蓬勃发展已然重塑了现代消费格局, 从日常百货到特色服务, 从传统货架到直播互动, 数字消费场景的不断延伸让交易边界持续拓展。然而, 这种高速扩张背后, 消费纠纷的形态也愈发复杂。电子商务催生出一类特殊的社会关系, 其特点是并未改变各类商事交易原本的法律属性, 仅仅是将交易场景从线下迁移至线上, 由此形成了新的社会关系形态。这类新兴社会关系为不同类型的商事交易所共同具备, 且尚未被现行法律纳入调整范畴[1]。不同于传统线下交易, 电商纠纷往往涉及平台、商家、物流、支付等多重主体, 责任认定如同解开缠绕的丝线, 难以厘清。跨地域交易成为常态, 消费者与经营者可能相隔千里, 使得纠纷处理的时空限制被放大, 传统以地域为基础的解决路径渐显局促。小额交易的普遍性与维权成本的不对称, 让许多消费者在权益受损时陷入“维权不值当”的困境, 而电子订单、聊天记录等数字证据的易逝性与可篡改性, 又为纠纷举证增添了重重阻碍。

当前的纠纷解决体系在应对这些新挑战时, 短板日益凸显。互联网使替代性争议解决方式(Alternative Dispute Resolution, 以下简称 ADR)从原来的“替代性”争端解决机制变成了“合适的”争端解决机制, 从传统的争端解决机制变成了网上争端解决机制[2]。以互联网为基础的信息通讯技术在争端解决机制中催生了在线纠纷解决机制(Online Dispute Resolution, 以下简称 ODR²), 在解决数量巨大的电子商务纠纷

¹中国新闻网: 去年全国市场监管部门为消费者挽回经济损失 51.6 亿元, <http://www.chinanews.com.cn/cj/2025/03-14/10383449.shtml>, 最后访问日期: 2025 年 8 月 3 日。

²一般而言, 在线纠纷解决(ODR)包含“自助式”与“交互式”两类模式。其中, “自助式 ODR”是无需调解员或仲裁员介入的争议处理模式, 其核心是依托计算机程序对纠纷进行自动化处理。“交互式 ODR”则可看作是当事人向法院提起诉讼前的前置争议解决途径, 它是替代性争议解决方式(ADR)在网络虚拟场景中的延伸形态。该模式打破了传统 ADR 在时间和空间上的局限, 由现实中的调解员或仲裁员主导纠纷处理过程, 主要涵盖在线调解与在线仲裁这两种非诉讼争议解决形式。

中起到了不可替代的作用[3]。电商平台自身的调解机制虽便捷却难逃“既当运动员又当裁判”的质疑，中立性常被诟病；行政投诉渠道在跨区域协同上效率不高，流程冗长让消费者望而却步；司法途径虽具终局性，却因程序严谨、耗时较长，与电商纠纷“高频小额”的特点难以匹配；新兴的在线调解模式又因缺乏统一规范，各平台规则不一，结果执行缺乏保障。这种机制性的脱节不仅让消费者权益保护存在漏洞，更可能侵蚀电商市场的信任根基，制约行业的健康发展。因此，构建一套能适配电商特性、平衡效率与公正的纠纷解决机制，已成为完善数字经济治理体系的迫切需求。

1.2. 研究意义

1.2.1. 理论意义

电子商务平台消费纠纷的特殊性，使得传统商事纠纷解决理论难以全面覆盖其治理需求。该研究可针对数字交易场景的核心矛盾，构建适配性理论框架。一方面，聚焦平台准公共属性与市场化运营的双重特征，厘清平台在纠纷处理中的权责边界，弥补现有理论对“平台治理权”法律定位的研究空白；另一方面，针对算法推荐、虚拟财产、跨境交易等新型消费纠纷，探索数字技术与纠纷解决规则的融合路径，为法学、管理学、社会学等学科提供交叉研究视角。此外，研究还能为电子商务相关法律法规的修订提供学理支撑，推动形成“数字交易－纠纷类型－纠纷解决规则”的逻辑闭环，完善数字经济时代的民商事电子商务消费纠纷解决理论体系。

1.2.2. 实践意义

实践层面的价值主要体现在三个维度。一是为消费者提供高效维权方案，电子商务的发展与规则供给不足之间的矛盾日益凸显，因其具有跨地域性和虚拟性等特点，使得消费者争议的可诉性及可执行性面临困境。欧盟所颁布的《消费者 ODR 条例》对消费者争议解决机制进行了全方位的拓展与深化。在纠纷解决途径层面，该条例创新性地搭建起一套系统的在线争议解决体系，将在线谈判、调解及仲裁等多元方式有机整合，为消费者与商家间的矛盾化解提供了更丰富、高效的选择。与传统争议解决模式相比，其显著缩短了纠纷处理周期，有效降低了消费者的维权成本，极大地提升了争议解决效率，让消费者在遭遇权益侵害时能更快获得救济。与此同时，《消费者 ODR 条例》高度重视个人信息与数据安全保护。在数字化时代，消费者个人信息面临诸多泄露风险，该条例通过明确严格的数据收集、存储、使用及共享规则，有力地约束了商家及相关机构的行为。例如，条例要求商家在收集消费者信息前必须获得明确授权，且对信息的使用范围进行严格限定，禁止未经许可的信息共享与滥用，以此确保消费者个人信息在电子商务活动全流程中的安全性与保密性，全方位维护消费者在数字领域的合法权益[4]。多数电商平台的纠纷处理存在流程繁琐、执行不力等问题，研究可推动建立“线上调解优先＋快速仲裁衔接”的分层处理机制，缩短维权周期，降低消费者的时间与经济成本，切实保障其合法权益。二是助力平台提升治理能力，通过明确纠纷预防、响应、处置的标准化流程，减少因规则模糊导致的纠纷升级，降低平台信誉损失与运营风险，将纠纷处理能力转化为核心竞争力。三是规范电商行业生态，研究成果可推动形成统一的纠纷解决行业标准，厘清商家、平台、第三方服务机构的责任划分，减少恶性竞争与违规操作，促进电商行业从“流量驱动”向“信誉驱动”转型，实现可持续发展。

2. 电子商务平台消费纠纷的类型与特征

2.1. 纠纷主要类型

电子商务平台消费纠纷的类型丰富多样，结合交易场景、参与主体等因素，主要可分为以下三类。商品属性类纠纷。这是电商消费中最为常见的纠纷类型。具体来看，商品质量与宣传不符是重要表

现,商家常通过美化图片、夸大功效等方式吸引消费者,而消费者感知到收到的商品在材质、性能等方面与宣传存在明显差距,商品规格与约定不一致,服装尺码与标注不符、电子产品型号发错等情况也时有发生。此外,假冒伪劣商品问题突出,部分商家利用平台监管的漏洞,销售仿冒名牌、过期商品等,由此引发消费者的索赔纠纷。

服务履约类纠纷。该类纠纷主要出现在交易履约的过程中,其中物流配送问题就是其常见诱因,例如商品在运输过程中出现破损、丢失,或者因配送延迟,导致生鲜类商品变质等。售后服务缺位也是一大痛点,部分商家以商品已签收、超过规定期限等为借口,拒绝履行退换货义务,对消费者的维修、退款申请也拖延处理。预售商品的履约风险同样不容忽视,部分商家未按约定时间发货,更有甚者在收取预付款后消费者无法联系上商家。

支付与合同纠纷。在网络支付方面,纠纷多与支付安全相关,比如消费者遭遇账户被盗刷、点击虚假支付链接被骗等情况,且平台和支付机构往往对责任划分不明确。在合同方面,格式条款争议则较为典型,商家通过隐藏的条款设置“不退不换”“高额违约金”等不公平条款内容。订单生效规则模糊也会引发交易确认纠纷,比如平台显示下单成功,但之后却以库存不足为由取消订单。

2.2. 电商消费纠纷的典型特征

2.2.1. 主体多元性

电商消费纠纷的参与主体呈现“链条式分布”特征,核心主体包括消费者与平台内经营者,延伸主体涵盖电商平台、物流企业、支付机构,部分交易场景还涉及第三方质检机构、跨境电商中的报关行等。这种多元性导致责任划分极易陷入“踢皮球困境”,各方通过格式条款设定责任限制,进一步增加了消费者追责的难度,需要穿透多层法律关系才能明确权责边界。

2.2.2. 跨地域性

消费者与经营者的地理空间隔离具有“常态化”特点。下沉市场消费者常向一线城市商家下单,跨境交易中甚至涉及不同法域。这直接冲击传统法律上“原告就被告”的管辖原则。若消费者在偏远地区,向异地经营者提起诉讼需承担高额差旅成本,而物流信息、经营地址的虚拟性(如使用第三方地址注册)又加剧了管辖地确认的复杂性。此外,不同地区的监管标准差异(如地方质检规范、税收政策)可能成为经营者抗辩理由,导致同一纠纷在不同地域出现处理结果差异。

2.2.3. 证据数字化

电子商务平台消费纠纷证据以“全链条电子化”为核心特征。从商品浏览(网页快照、交易快照)、咨询沟通(即时聊天记录)、下单支付(电子订单、支付凭证)到物流跟踪(电子面单),均依赖数字载体呈现。但这类证据存在天然缺陷,即聊天记录可能因平台系统升级丢失,电子订单的修改痕迹难以追溯,截图证据易被篡改且难以验证原始性。

3. 我国电子商务平台消费纠纷解决机制现状

3.1. 现有主要解决途径

电商平台自身已搭建起专属的纠纷处理体系,该体系主要用于解决其自营交易板块中出现的纠纷,这在一定程度上对消费纠纷起到了缓解作用。不过,若从国家整体视角出发,以全面降低消费纠纷发生率为目标,就需要重点推进一体化纠纷解决机制的建设。而构建这一机制的前提,是妥善处理各类纠纷解决途径的衔接问题,尤其要做好与仲裁、司法机制的衔接。在此过程中,应充分释放这两种机制的固有优势,推动二者实现深度融合,进而从整体上提升纠纷解决的效率[5]。

电商平台内部调解机制。电商平台设立客服团队或纠纷调解中心,通过在线沟通、协商达成和解,如淘宝“大众评审”、京东“纠纷协调专员”制度。然这种机制优点与不足突出,优势在于便捷高效、成本低,可直接对接交易数据,属于电商纠纷解决的主要途径,而平台兼具“裁判者”与“参与者”双重身份,导致其存在中立性不足、倾向保护平台内商家等问题。

行政投诉与调解机制。消费者通过 12315 平台、地方市场监管部门投诉,由行政机关介入调解或查处,如市场监管总局的“互联网 + 监管”系统。显而易见,该机制具有一定权威性,可对违法商家进行行政处罚,威慑力强,而跨区域协调效率低,投诉处理周期长(平均 15~30 天),资源集中于重大纠纷,小额纠纷响应不足。

法院诉讼机制。消费者向法院提起民事诉讼,通过司法程序解决纠纷,适用《民事诉讼法》《消费者权益保护法》《电子商务法》等法律。该机制具有终局性和强制执行力,是权利救济的最后保障,而诉讼成本高(包括律师费、诉讼费)、周期长(简易程序 3 个月,普通程序 6 个月),举证难(电子证据认定标准不明确),难以适应电商纠纷“小额高频”的特点。

仲裁机制。由于仲裁具有自愿性、保密性、高效率等特点,选择以仲裁方式化解商事纠纷的当事方数量正不断增加。与此同时,主流跨境电商平台在其服务协议中,也多通过条款引导或推荐当事方采用仲裁途径解决相关争议[6]。基于双方约定,由仲裁机构作出裁决,如中国国际经济贸易仲裁委员会的“在线仲裁规则”。该机制一裁终局、保密性强,可突破地域限制,而不足在于需双方达成仲裁协议,消费者参与意愿低,且仲裁费用较高,适用率较低。

ODR 机制。依托互联网平台,由第三方机构提供调解、评估等服务,如全国 12315 平台的在线纠纷解决模块。该机制全程线上化,突破时空限制,契合电商纠纷特征,其不足在于缺乏统一的行业标准,第三方机构公信力不足,调解结果执行难。

3.2. 法律规范现状

现行《电子商务法》第六十条为电子商务争议解决开辟了多元路径。该条款明确指出,当消费者遭遇电子商务纠纷时,协商和解作为最基础且便捷的方式被置于首位,这给予了交易双方自主沟通、寻求共赢解决方案的空间,鼓励在友好氛围中化解矛盾。若协商不成,消费者可请求消费者组织、行业协会或其他依法成立的调解组织介入调解,借助第三方专业力量,依据行业规范与法律规定,促成双方达成和解。《电子商务法》的问世,不仅为电子商务实现健康且合法的发展提供了法律层面的支撑,更为重要的是,它给电子商务新型交易模式相关的纠纷解决途径带来了全新的视角[7]。

现行《消费者权益保护法》第三十九条为消费者维权筑牢了坚实的制度根基,明确了多元纠纷解决途径。当消费者与经营者之间产生权益争议时,首先倡导的是与经营者协商和解,这是最直接且成本最低的方式,通过双方坦诚沟通,基于自愿原则,尝试就争议事项达成令彼此满意的解决方案,不少简单纠纷在这一环节便能得到妥善化解。若协商未能成功,消费者可请求消费者协会或者依法成立的其他调解组织介入调解。这些组织凭借专业的调解技巧、丰富的行业知识以及中立的立场,促使双方理性对话,依据法律法规和公平原则,引导双方相互协商、妥协,推动纠纷朝着和解方向发展。向有关行政部门投诉也是重要的维权路径,行政部门有权对市场经营行为进行监督管理,消费者的投诉能触发行政部门的调查程序,行政部门可依法对经营者的违规行为予以纠正、处罚,进而维护市场秩序,保障消费者权益。此外,若消费者与经营者事先达成了仲裁协议,那么可依据协议提请仲裁机构仲裁。仲裁具有专业性、高效性和保密性等特点,仲裁裁决一经作出,便具有法律效力,对双方当事人均有约束力。最后,向人民法院提起诉讼作为终极救济手段,为消费者提供了权威的司法保障。法院依据法律规定,对案件事实进行全面审查,作出具有强制执行力的判决,确保消费者的合法权益得到公正维护。

以上法律规定虽然为电子商务平台消费的纠纷解决明确了方向和途径，但在实践中仍表现出一定的不足，如法律条文多为原则性规定，对平台调解的效力、电子证据的认定、跨区域管辖等具体问题缺乏细化规则，导致实践中操作标准不一。

4. 电子商务平台消费纠纷解决机制存在的问题

4.1. 电子商务平台自治机制公信力不足

电商平台自治机制作为消费纠纷前期处理关键环节，其公信力欠缺已成为纠纷高效解决的重大阻碍。

在规则制定方面，电商平台单方拟定的处理规则存在利益偏向。虽宣称遵循公平准则，但其制定的规则常倾向商家或者自身。如将“商品完好”设为退换货前提，却模糊定义，甚至把包装轻微破损归为“不完好”；责任划分中为自身审核、监管义务设多重免责条件，让消费者难获规则支持，从根本上削弱信任。

在执行方面，自治机制灵活化操作损害公信力。电商平台客服处理权限和标准缺乏约束，对商家明显违规纠纷，可能因商家等级高、合作密切而从轻处罚；对消费者诉求处置常常拖延，调解结果多为口头承诺，缺乏执行力，且存在选择性响应，进一步降低自治机制的权威性。

在监督救济方面，自治机制封闭式运作缺乏外部制约。处理过程内部封闭，消费者难知完整证据，申诉复核权仍在平台内部，易致同体监督弊端。与司法、行政救济衔接不畅，调解结果难获司法确认，消费者不满需重启维权，增加成本，使其对自治机制失去信心。

结合电商消费纠纷的特点，主体多元易使平台受利益影响，证据数字化让平台可选择性提供证据，公信力不足的负面影响则更为直接。

4.2. 行政监管与纠纷解决协同不足

电子商务平台行政监管与纠纷解决协同不足，严重影响消费者权益保护的效果，主要体现在以下三个方面脱节。

信息互通存在壁垒。行政监管部门掌握经营者资质、违规处罚等数据，却未与平台纠纷处理系统共享，如市场监管部门查处的虚假宣传案例，难以及时同步至平台，同类纠纷再现时平台需重新核实；而平台的高频纠纷数据，也未反馈给监管部门，无法为专项监管提供线索，形成“监管与救济自成体系”。

流程衔接存在断层。行政处罚结果与纠纷解决责任认定缺乏联动，监管部门对商家的行政处罚，在平台调解中难作为责任判定依据，消费者需重复举证。平台确认的商家违规事实，因无监管背书，执行时易遭抵触。纠纷升级为群体性投诉时，监管调查与平台处置常流程重叠或空白，增加商家成本，让消费者“多头对接”。

效能整合各自为战。行政监管侧重事后惩戒，纠纷解决侧重前端化解，未形成“预防－处置－惩戒”链条，监管部门的专项整治，未同步推动平台完善调解规则。平台发现的新型违规模式，因缺乏快速移送机制，难转化为监管预警。

这种协同不足与电商纠纷特征的叠加，跨地域监管权责模糊，加剧协同治理难度，技术型纠纷需监管认定与平台配合，现有机制难以满足，最终导致纠纷化解效率低下。

4.3. 司法救济机制适配性不足

电子商务平台消费纠纷司法救济机制，因未更好适配数字交易特性，存在多重适配性不足问题。

程序适配性有短板。传统诉讼流程难应对电商纠纷小额化、高频化特点。民事诉讼立案、举证等流程耗时久，对小额纠纷，维权周期更是超出消费者预期。跨地域管辖规则与电商无边界性冲突，虽法律

规定“被告住所地或合同履行地”管辖，但经营者注册地与实际经营地分离、虚拟店铺流动强，消费者常遇“找不到被告”“管辖法院远”问题，以诉讼方式维权门槛较高。

证据规则适配性不足。司法对电子证据认定有“传统化倾向”，电子订单等数字化证据需公证等繁琐程序增强证明力，与“标的小额化”电商消费纠纷相矛盾。技术类纠纷中，算法模型等核心证据由平台或经营者掌握，导致消费者“举证能力失衡”难获取，现行举证责任分配未较好考虑此点，部分纠纷因证据不足而较难获得公正裁决。

裁判规则适配性滞后。电商纠纷新型化与传统法律条文有落差，虚拟财产权属等纠纷缺乏明确法律规定，易导致司法裁判“同案不同判”现象。平台责任认定模糊，算法推荐误导消费中，司法既有认定“过错责任”案例，也有以“技术中立”减轻责任情况，规则不统一降低司法指引性。

这种适配性不足与电商纠纷技术性、跨地域性叠加，延长司法审理周期，跨地域纠纷管辖争议降低司法可及性，使司法保障这一“最后防线”作用难以充分发挥。

4.4. ODR 机制发展滞后

电子商务平台消费纠纷解决的 ODR 机制发展滞后，难以满足数字经济时代纠纷高效化解需求，主要体现在以下三个方面。

覆盖广度与应用深度不足。多数平台 ODR 仅停留在“线上调解”基础层面，并未形成“调解－仲裁－司法确认”的全链条衔接。消费者若对调解结果不满，仍需转向传统诉讼途径，且 ODR 机制适用范围局限于简单纠纷，对虚拟财产、跨境交易等复杂性纠纷覆盖有限，大量电商消费纠纷因机制缺位被迫流向线下。

流程规范与效力保障缺失。ODR 规则缺乏统一标准，部分平台将“商家同意”设为启动前提，变相剥夺消费者选择权，调解协议也更依赖商家自觉执行，缺乏履约监督机制。更关键的是，通过 ODR 机制的产生的处理结果与司法程序衔接薄弱，多数在线调解协议无法直接申请司法确认，消费者需重新举证，违背“一次解决”的机制设计初衷。

技术赋能与资源整合滞后。现有 ODR 机制对数字技术的应用停留在“线上化”阶段，未发挥大数据优势，例如未建立纠纷类型标签库，同类投诉需重复录入信息，智能调解系统作用有限，复杂纠纷仍依赖人工，与电商纠纷高频化特征脱节。同时，第三方 ODR 机构与平台、监管部门的数据互通不足，难以形成协同处置合力。

这种滞后性与电商纠纷特性形成尖锐矛盾，小额化纠纷需要低成本 ODR 却面临流程繁琐，跨地域性纠纷需要线上化解决却遭遇效力困境，最终导致 ODR 机制本应具备的高效、便捷优势难以发挥。

5. 完善电子商务平台消费纠纷解决机制的对策建议

5.1. 强化平台自治机制的规范化与中立性

建立第三方独立调解机构。由电商平台出资设立独立于平台运营的调解机构，人员、财务与平台分离，确保中立性。例如，参考淘宝“大众评审”模式，但评审员需经第三方机构培训认证，且与商家无利益关联。

提升规则透明度。要求平台公开纠纷处理规则、流程、成功率等信息，规则修改需提前 30 天公示并征求消费者意见，重大修改需经监管部门备案。

赋予调解协议强制执行的法律效力。通过立法明确，经平台调解达成的协议，若商家不履行，消费者可直接向法院申请支付令，无需重新诉讼。

5.2. 完善行政监管与纠纷解决的协同机制

构建全国统一的电商平台纠纷解决的协同监管平台。整合市场监管、税务、公安等部门数据，建立

跨区域、跨部门的电商纠纷处理系统,实现“一次投诉、全网联动”。例如,推广“12315 平台”的经验,打通各地监管数据壁垒。

建立纠纷分级分类处理机制。对小额、简单纠纷,由行政机关委托第三方机构快速调解;对涉及欺诈、重大质量问题的纠纷,启动行政查处程序,提高监管针对性。

推行“行政调解 + 信用惩戒”模式。将商家履行行政调解协议的情况纳入信用档案,对拒不履行者实施行业禁入、平台限流等惩戒措施。

5.3. 优化司法救济机制的适配性

完善小额诉讼程序。明确电商纠纷适用小额诉讼的标的额标准(建议数额在 5000 元以下),实行一审终审,简化举证、开庭流程,允许线上开庭和电子送达,将审理周期压缩至 15 天内。

规范电子证据认定规则。出台相应司法解释,明确电子订单、聊天记录、物流信息等电子证据的举证责任、认证标准和保全措施,降低消费者举证难度。

明确“被告住所地优先 + 协议管辖”原则。允许消费者选择被告住所地、合同履行地或自身所在地法院管辖,同时鼓励电商平台在用户协议中约定管辖法院(需以显著方式提示消费者)。

5.4. 推广标准化的 ODR 机制

作为全球领先的在线纠纷解决(ODR)服务提供方,“模块化网上争议解决实施协助”公司采用四阶段流程处理纠纷,具体包括诊断、谈判、调解及仲裁环节[8]。推广标准化的在线纠纷解决(ODR)机制,需以“统一规则、高效衔接、技术赋能”为核心,针对性破解当前覆盖不足、规范缺失、协同薄弱等问题,具体路径可从以下三个方面推进。

首先,确立统一的 ODR 基础规范与运行原则。由行业主管部门牵头制定《电商平台 ODR 机制运行指南》明确核心标准。一是划定适用范围,将虚拟财产、跨境交易等复杂纠纷纳入 ODR 覆盖范畴,打破“仅处理简单纠纷”的局限;二是规范启动与流程规则,取消“商家同意方可启动”的不合理限制,统一调解、仲裁的操作流程与时限要求;三是明确效力认定标准,将在线调解协议的司法确认条件标准化,简化衔接程序,避免消费者“重复举证”。通过规则设计的统一,解决当前各平台 ODR“各自为战”的问题,增强消费者对机制的信任度。

其次,构建“平台内 ODR + 第三方 ODR + 司法衔接”的全链条体系。推动电商平台将自有调解模块与第三方 ODR 机构对接,实现简单纠纷由平台快速调解、复杂纠纷自动流转至专业第三方机构的分层处置,同时建立 ODR 结果与司法程序的联动通道,对达成的调解协议、仲裁裁决,允许通过在线申请获得司法确认,赋予其强制执行效力。这种“前端化解 + 后端保障”的体系,既能发挥平台贴近交易场景的优势,又能借助第三方与司法的公信力解决“执行难”问题,形成“一次纠纷、一次解决”的完美闭环。

最后,以技术赋能提升标准化机制的运行效能。开发统一 ODR 机制技术支撑平台,整合三大功能。一是建立纠纷类型标签库与智能指引系统,通过关键词识别自动匹配纠纷类型,减少用户重复录入;二是运用大数据分析实现同一类型案件统一处理方式,基于历史处理结果生成调解方案参考,提升复杂纠纷处置专业性;三是打通平台、第三方机构、监管部门的数据接口,实现经营者信用信息、纠纷处理记录等数据共享,为责任认定与后续监管提供依据。通过技术手段降低操作成本、提升处理效率,让 ODR 机制真正适配电商纠纷小额化、高频化的特性。当传统争议解决手段因法律空白或制度阻碍,无法应对在线民事交往引发的争议时,ODR 在解决在线商事争议之外,极有可能承担起处理在线民事争议的职责,而其采用的形式或许会与所有线下民事纠纷解决手段存在差异[9]。

通过标准化建设, ODR 机制可充分发挥在线化、低成本优势, 既缓解传统司法救济的压力, 又弥补平台自治的公信力不足, 成为电商消费纠纷化解的核心渠道。总之, 在电子商务平台消费场景中, ODR 机制属于成本较低、处理高效且结果公正的纠纷化解方式。它对于电子商务的发展而言, 能够助力搭建让消费者足够信赖的电商交易平台, 因此具有不可忽视的重要价值[10]。

6. 结语

当前纠纷解决体系存在多维度缺陷。平台自治因规则单方制定、执行弹性大及监督封闭, 公信力不足; 行政监管与纠纷解决在信息、流程、效能上协同不够, 难以形成治理合力; 司法救济在程序、证据及裁判规则上适配性欠缺, 不契合纠纷小额化、跨地域性等特点, 导致覆盖范围小、规范缺失、技术赋能不足和发展滞后等问题, 这些问题叠加, 导致纠纷化解效率低, 消费者维权成本高。

在路径优化方面, 电子商务平台消费纠纷解决需构建以标准化 ODR 机制为核心的协同治理体系。通过统一规则、统一适用, 搭建起全链条体系纠纷解决机制, 让 ODR 机制逐渐成为电商消费纠纷化解主要渠道; 强化平台自治与行政监管的联动, 弥补各自短板; 司法救济优化程序适配性, 为 ODR 机制提供法律效力保障, 最终形成分层治理体系, 实现纠纷解决成本降低、效率提升及消费者权益实质保护。

参考文献

- [1] 刘颖. 我国电子商务法调整的社会关系范围[J]. 中国法学, 2018(4): 195-216.
- [2] 姜英超. 小额网购纠纷在线快速解决机制研究[J]. 中国石油大学学报(社会科学版), 2017, 33(2): 48-52.
- [3] 方旭辉, 温蕴知. 互联网+时代: 引进网上纠纷解决机制 ODR“第四方”的契机——以 Smartsettle 为例[J]. 企业经济, 2015(8): 101-104.
- [4] 郑维炜, 高春杰. “一带一路”跨境电子商务在线争议解决机制研究——以欧盟《消费者 ODR 条例》的启示为中心[J]. 法制与社会发展, 2018, 24(4): 190-204.
- [5] 孙颖, 卜泓予. 电商平台内部消费争端解决机制(ODR)研究[J]. 中国市场监管研究, 2020(3): 18-23.
- [6] 徐芳, 黄子晴. 论非约束性网上仲裁机制在跨境电商消费纠纷解决中的适用[J]. 时代经贸, 2021, 18(4): 5-11.
- [7] 黄现清. 基于《电子商务法》的电商平台争议解决机制研究[J]. 商业经济研究, 2021(8): 72-74.
- [8] 方旭辉. 网上纠纷解决机制的新发展——从网络陪审团到大众评审制度[J]. 江西社会科学, 2014, 34(11): 124-129.
- [9] 高薇. 互联网争议解决的制度分析两种路径及其社会嵌入问题[J]. 中外法学, 2014, 26(4): 1059-1079.
- [10] 肖永平, 谢新胜. ODR: 解决电子商务争议的新模式[J]. 中国法学, 2003(6): 145-156.