

电子商务领域内的消费者权益保护

徐 净

江苏大学法学院, 江苏 镇江

收稿日期: 2026年1月22日; 录用日期: 2026年2月10日; 发布日期: 2026年3月6日

摘 要

电商平台的迅猛发展重塑了全球消费生态, 但虚假宣传、假冒伪劣、数据泄露及维权困难等问题持续侵蚀消费者信任, 使权益保护成为数字经济健康发展的核心命题。本文以《电子商务法》《消费者权益保护法》为框架, 剖析电商消费者安全保障权、知情权、自主选择权及求偿权的法律内涵及其在数字环境中的新挑战。研究揭示当前面临四大结构性困境: 信息不对称导致评价体系失真、多方责任推诿形成维权真空、算法滥用催生“杀熟”等新型侵权、维权成本高昂抑制救济效能。对此, 提出平台责任重塑、算法正义建设、维权生态再造及信用奖惩重构多层次治理路径。最终强调, 唯有通过监管、平台、消费者与社会力量的协同共治, 方能筑牢信任基石, 实现数字经济便捷性与安全性的统一。

关键词

电商平台, 消费者权益, 安全保障权, 算法正义, 协同治理

Consumer Rights Protection in the Field of E-Commerce

Jing Xu

School of Law of Jiangsu University, Zhenjiang Jiangsu

Received: January 22, 2026; accepted: February 10, 2026; published: March 6, 2026

Abstract

The rapid development of e-commerce platforms has reshaped the global consumer ecology, but problems such as false propaganda, counterfeiting, data leakage and difficulties in protecting rights continue to erode consumer trust, making the protection of rights and interests the core proposition of the healthy development of the digital economy. Based on the framework of the E-Commerce Law and the Consumer Rights Protection Law, this paper analyzes the legal connotations of e-commerce consumers' right to security, knowing, independent choice and claim, as well as their new

challenges in the digital environment. The study reveals that there are four major structural dilemmas: information asymmetry leads to the distortion of the evaluation system, multiple responsibilities create a rights protection vacuum, algorithm abuse gives rise to new types of infringement such as “killing”, and the high cost of rights protection inhibits the effectiveness of relief. In this regard, a three-level governance path is proposed: platform responsibility reshaping, algorithmic justice construction, rights protection ecological reengineering, and credit reward and punishment reconstruction. Finally, it is emphasized that only through the collaborative governance of supervision, platforms, consumers and social forces can we build a solid foundation of trust and achieve the unity of convenience and security in the digital economy.

Keywords

E-Commerce Platform, Consumer Rights, The Right to Security, Algorithmic Justice, Collaborative Governance

Copyright © 2026 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

当前电商平台编织的便捷消费网络已经深刻融入人们的日常生活中，甚至正在重塑着现代社会。电商平台正在以其无与伦比的便捷性、丰富性和价格优势蓬勃兴起，重构着全球的消费图景。然而在这繁荣便捷的表象之下，虚假宣传的迷雾、假冒伪劣的陷阱、数据隐私的泄露、售后维权的艰难等问题，如同潜藏在暗处的礁石，不断侵蚀着消费者对平台的信任。电商领域的消费者权益保护，已从单纯的个体救济问题，跃升为关乎数字经济健康发展、社会公平正义彰显的核心命题。在虚拟交易中保护好消费者的合法权益，是时代赋予的紧迫任务，更是平台经济可持续发展的内在要求。

2. 电商消费者的核心权利与法律基石

电商消费虽在虚拟空间中进行，但消费者的基本权利却具有坚实的现实基础和法律保障。无论是《中华人民共和国电子商务法》(以下简称《电子商务法》)中通过规范电子商务经营者的行为以及解决电子商务经营过程中的问题而对消费者权益进行的间接保护，还是《中华人民共和国消费者权益保护法》(以下简称《消费者权益保护法》)中对消费者权益的直接保护，其核心内涵皆源于通过维护秩序，从而促进经济发展。在此之中所涉及的消费者各项权利在数字环境下，不断被赋予了新的内涵。

2.1. 安全保障权

安全保障权在《消费者权益保护法》中的内涵为消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利。这种安全在传统的买卖交易中指的是物理安全，即消费者所购买的商品不会因商品的问题而损害消费者自身的人身及财产安全[1]。而在当前的数字时代，此种安全更延伸至数字安全。数字安全作为一种新型概念，需要进一步进行界定，本文所指的数字安全是保护消费者一切数字权益不受非法侵犯，即支付信息、购物信息、家庭地址等信息不被非法泄露。

同时《电子商务法》规定平台负有对平台内经营者的资质和商品服务信息进行审查的义务，因未尽到审核义务而导致消费者的人身、财产安全受到损害的，依法应当承担法律责任。可见安全保障权是消费者的基础性权益。在数字时代，平台对其内部的电子商务经营者还应负有监管经营者是否存在侵害消

费者数字安全的情形，并及时发现制止，以保障消费者的安全保障权在电子商务领域内能够得到有效的保护。在电子商务的领域范围内，安全保障权居于消费者核心权利之首，是消费者对平台给予信任的基石和平台进行经营不可逾越的底线。

2.2. 知情权

在数字化浪潮席卷消费领域的当下，知情权已然成为消费者在海量商品中选择所需物品的基础。知情权的内涵为消费者依法享有知悉商品或服务真实、全面信息的权利，这一权利在虚拟交易环境中显得尤为关键且迫切。

从经营者身份信息层面来看，营业执照的公示、有效联系方式的提供，不仅是企业合法经营的凭证，更是消费者在权益受损时追溯责任的重要依据。商品信息范畴内，产地关乎品质源头，成分、性能、规格等要素直接影响使用体验，生产日期与有效期限保障消费安全，检验合格证明与使用方法说明书则是质量与操作规范的有力支撑，而售后服务与价格信息更是左右消费者决策的重要因素，这些内容共同构筑起消费者全面了解商品或服务的信息框架。与此同时，平台作为信息传递的关键枢纽，肩负着确保信息真实性的法定责任，必须严格遵守《消费者权益保护法》第 20 条规定，坚决杜绝虚假或引人误解的宣传，维护市场信息的纯净度。此外，显著标识义务是平台不可推卸的责任，依据《电子商务法》第 37 条，平台需以显著方式区分自营业务与非自营业务，避免消费者因信息混淆而陷入消费陷阱；对于促销活动，无论是满减规则、折扣力度，还是时限设定、限制条件等，都应清晰、醒目地呈现给消费者，让消费者在充分掌握信息的基础上，做出符合自身需求与利益的消费选择，从而营造透明、公正、健康的消费环境，切实保障消费者知情权得以充分实现。

2.3. 自主选择权

自主选择权是消费者在电商交易中免于强迫、实现真实意愿的核心保障。根据《消费者权益保护法》第 9 条，消费者有权自主选择经营者、商品或服务种类，并自由决定交易与否。为保护这一权利，法律明确禁止电商平台及经营者通过技术手段实施强制干预：《电子商务法》第 19 条及《网络交易监督管理办法》严禁利用默认勾选、捆绑搭售等隐蔽方式剥夺消费者选择自由；《个人信息保护法》第 24 条和《关于平台经济领域的反垄断指南》更剑指“大数据杀熟” [2]——平台不得基于消费者画像实施不合理的算法歧视性定价，防止技术利剑异化为侵害公平交易与自由选择的工具。这三重防护共同构筑起消费者在虚拟市场的意志自由防线。

3. 消费者权益保护在电商领域面临的现实困境

在电商蓬勃发展的表象之下，消费者权益保护正面临多重挑战。这些困境根植于交易的虚拟性、技术的双刃剑效应以及治理机制的滞后性，共同构成了权益实现的现实壁垒。

3.1. 信息不对称的先天困局

电商交易的虚拟性使消费者高度依赖平台展示的信息 [3]，而这一环节却成为侵权高发地。商品信息失真、“卖家秀”与“买家秀”的巨大落差频现，严重损害消费者的知情权。使消费者高度依赖平台展示信息更隐蔽的是评价体系的异化：“刷单炒信”产业链伪造好评，而“好评返现”利诱或恶意骚扰迫使消费者删除差评，导致评价参考价值崩塌。部分经营者甚至隐匿真实身份或频繁更换店铺“马甲”，使消费者在纠纷中陷入责任主体追溯难的迷局。

3.2. 责任链条的复杂化与平台角色模糊

一笔交易涉及平台、卖家、支付机构、物流方等多方主体，责任交织复杂。当出现商品质量问题或

物流损毁时，消费者维权常被多方“踢皮球”[4]。平台以“信息中介”自居推诿，卖家失联，物流拒赔，这样的现象在消费者维权中体现良多。尤其对于非自营业务，平台应承担的审核义务、监管力度及先行赔付责任边界在法律与实践存在巨大争议。《电子商务法》第38条虽规定平台对“应知”侵权需担责，但“应知”标准模糊，平台往往规避责任，消费者沦为责任真空的牺牲品。

3.3. 技术滥用催生的新型侵权形式

算法与大数据在提升效率的同时，也正在异化为侵害消费者权益的工具。首先，科技的迅速发展带来了“大数据杀熟”的隐蔽歧视。平台通过分析用户画像实施差别定价，例如不同的用户对同一酒店房型价格定价差异较大。这种算法黑箱下的价格歧视，使得消费者在维权途中举证艰难。其次，默认勾选与捆绑搭售隐性剥夺用户自主选择权。结算页面默认勾选保险、会员等付费项目，或强制捆绑无关商品，利用用户操作惯性剥夺选择权的现象时有发生。最后，规则驱动下的取消订单规则。在外卖大战盛行的今日，商家为了保证出餐效率，在消费者下单的一瞬间即默认不可取消订单。对外理由为已投入制作，但下单时间与取消订单之间的时间间隔仅为1或2分钟，商家仍以此为借口作为订单无法取消的理由，已然侵犯了用户的自主选择权。

3.4. 维权成本高昂与救济通道梗阻

消费者权益在面临侵犯，而进行维权时面临个体对抗平台的无力感。首先，举证困境是消费者维权的拦路虎。证明“大数据杀熟”需比对他人账户价格页面，证明虚假宣传需专业鉴定，证明数据滥用需技术溯源。而普通消费者因缺乏专业工具与知识储备，使得这些证据无法被有效收集用于证明侵权行为[5]。其次，数字时代侵权与被侵权主体的地区差异，使得异地维权成本高昂。跨地域投诉需往返奔波，诉讼周期长达数月，维权成本远超商品价值，“追回一只鸡，得杀一头牛”的现象成常态。最后，监管与司法滞后使得消费者的救济通道受阻。传统属地监管难以应对跨地域电商，新技术侵权查处专业性强，司法程序繁琐，从而使得小额纠纷的诉讼动力不足。

4. 电商领域内消费者权益保护的完善路径

面对电商消费维权的系统性困境，需构建监管精准化、平台责任化、维权智能化、共治常态化的全链条治理体系，方能在虚拟交易的浪潮中筑牢权益堤坝。

4.1. 重塑平台角色

平台在电商交易中的重要作用，决定了其为破解责任困境的关键角色。首先，必须摒弃平台“纯信息中介”的免责盾牌，通过司法解释细化《电子商务法》第38条中“应知”的认定标准。其次，推行“责任穿透”机制，对食品、药品等高风险品类，平台需承担强制性抽检责任。物流损毁纠纷中，由平台先行赔付再向物流追偿。同时，需建立“消费者赔偿基金”，当卖家失联时自动启动垫付程序。让平台从责任推诿者转变为权益守护第一责任人。

4.2. 算法正义建设

避免技术垄断现象重在进行算法正义建设。算法正义为指导和约束人类算法应用实践的核心价值原则，其正义环境是一个高度复杂且能够涌现出规范效应的算法生态系统，正义要求涵盖算法决策程序的正当性、算法决策生成结果的公平性和算法决策归责三个维度[6]。基于此，监管部门应组建算法审查委员会，对平台定价、搭售、搜索排序等核心代码实施备案审查与动态抽查。强制平台开通裸价结算功能，一键关闭所有搭售选项。必要时，通过立法赋予消费者算法解释权，可要求平台披露决策逻辑及库存证

据。推行退货保险标准化，禁止商家自设退货障碍。从而用制度刚性为技术套上缰绳，为消费者权益保驾护航。

4.3. 建设维权通道

消费者维权之艰难，关键在于维权通道梗阻，因此需打通数字时代消费者维权通道，再造救济生态。通过开发并推广区块链存证 APP [7]，自动固定交易流程、价格页面、客服对话等电子证据。并建立全国统一电商纠纷在线法院，支持小额案件一键立案、AI 辅助审理、72 小时裁决。在消协设立公益诉讼基金，对“杀熟”“大数据滥用”等群体侵权发起惩罚性赔偿诉讼[8]。同时，更需改革监管绩效机制，将投诉解决率、维权成本指数纳入地方考核，倒逼基层建立“线上投诉、属地处理、云端协同”的维权新模式。

5. 结语

消费者权益保护的本质是数字经济信任基石的锻造过程。当监管的精准性、平台的问责性、技术的向善性与消费者的能动性形成合力[9]，电商生态才能从“便捷优先”迈向“权益与效率并重”的成熟阶段。这不仅关乎个体正义的实现，更是中国数字经济在全球竞争中赢得可持续优势的战略支点。唯有筑牢权益保护防线，方能使虚拟交易的浪潮真正托起公平、安全、尊严的数字文明新时代。

参考文献

- [1] 何凤娟. 论直播带货中消费者权益的保护[J]. 市场周刊, 2022, 35(9): 161-164.
- [2] 陈志斌, 达瓦卓玛. 平台企业算法价格歧视行为及其协同治理[J]. 江海学刊, 2024(5): 111-119.
- [3] 罗敬蔚. 数字经济背景下消费者权益保护面临的挑战与治理对策——兼析利用算法侵害消费者权益的规则路径[J]. 价格理论与实践, 2023(2): 32-35.
- [4] 苏号朋. 优势电商平台“二选一”行为中的消费者权益保护[J]. 法律适用, 2021(3): 16-24.
- [5] 包凤耐. 网络交易背景下金融消费者权益保护的冲突协调与制度响应[J]. 征信, 2024, 42(3): 74-82.
- [6] 罗有成. 算法正义的提出与证立[J]. 北京社会科学, 2024(12): 48-59.
- [7] 林胜鸿. 我国区块链领域消费者权益保护机制探究——以金融监管沙箱构建为路径[J]. 征信, 2020, 38(5): 13-16.
- [8] 吴海玲. 价格调控政策与消费者权益保护的关系研究[J]. 价格月刊, 2024(2): 30-37.
- [9] 张俊英, 韩佳凝. 网络交易消费者权益保护机制构建及优化路径[J]. 消费经济, 2021, 37(4): 45-52.