

论电商平台消费者权益的法律保护

陈若曦

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年8月18日; 录用日期: 2025年8月27日; 发布日期: 2025年9月17

摘要

随着电子商务的迅速发展, 网络购物已深入社会, 成为人们日常生活的重要组成部分。然而, 电商经济的快速扩张也带来了诸多消费者权益保护难题, 如虚假宣传、商品质量参差不齐、个人信息泄露等问题日益突出, 严重削弱了电商平台消费者的信任度与安全感。因此, 如何有效地保障电商平台消费者权益成为当前法治建设和社会治理中亟待解决的迫切问题。本文意在通过对我国电商平台消费者的具体权益及其特殊性以及其现实困境进行深入剖析, 从具体权益规定、举证责任及平台责任三个维度展开系统分析, 并为我国如何改进和落实电商平台消费者权利的法律保障制度提出完善方案。通过构建消费者权益动态保护、优化诉讼举证机制、完善平台责任规定等方式, 不仅可以对电商平台的消费者提供更为全面和有效的法律保障, 还可以推动整个电商产业的良性循环, 并进一步推动我国数字经济朝着更为公平、透明、可持续的方向健康发展。

关键词

电商平台, 消费者权益, 法律保护

On the Legal Protection of Consumer Rights and Interests on E-Commerce Platforms

Ruoxi Chen

The School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: Aug. 18th, 2025; accepted: Aug. 27th, 2025; published: Sep. 17th, 2025

Abstract

With the rapid development of e-commerce, online shopping has penetrated into society and has become an important part of people's daily lives. However, the rapid expansion of the e-commerce economy has also brought many problems in the protection of consumer rights and interests, such as false publicity, uneven product quality, personal information leakage and other problems are

文章引用: 陈若曦. 论电商平台消费者权益的法律保护[J]. 电子商务评论, 2025, 14(9): 1593-1599.

DOI: 10.12677/ecl.2025.1493081

becoming increasingly prominent, which seriously weakens the trust and security of e-commerce platform consumers. Therefore, how to effectively protect the rights and interests of consumers on e-commerce platforms has become an urgent issue to be solved in the current rule of law construction and social governance. This paper aims to conduct an in-depth analysis of the specific rights and interests of our country's e-commerce platform consumers, their particularity and their practical difficulties, and carry out a systematic analysis from the three dimensions of specific rights and interests, the burden of proof and the responsibility of the platform, and put forward a perfect plan for how to improve and implement the legal protection system of e-commerce platform consumer rights in our country. By building dynamic protection of consumer rights and interests, optimizing the litigation evidence mechanism, and improving platform liability regulations, we can not only provide more comprehensive and effective legal protection for consumers on e-commerce platforms, but also promote the virtuous circle of the entire e-commerce industry and further promote the healthy development of our country's digital economy in a more fair, transparent and sustainable direction.

Keywords

E-Commerce Platform, Consumer Rights, 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

近几年随着网络科技的发展,电子商务逐渐兴起,这一背景下,电商平台已日益成为消费者购物不可缺少的渠道。然而,电商平台的壮大虽然重构了传统交易模式,推动了数字经济的转型升级,但也不可避免增强了消费者权益受到侵害的可能性。消费者权益保护关系到社会公平正义的核心议题。电商平台所依赖的网络技术手段往往致使消费者与平台间存在大量信息不对称,这一情况下,消费者往往处于弱势地位,难以有效维护自身权益,故而加强消费者权益保护不仅是维护个体权益的需要,也是构建和谐社会的重要组成部分。故研究电商平台消费者权益的法律保护不仅有利于平衡多元主体权益、优化权利义务配置,也有助于强化司法救济效能与统一裁判尺度,促进电商产业健康可持续发展,最终实现电商生态合规性与消费者福祉的共生共荣。

2. 电商平台消费者权益概述

电商平台消费者是指依托互联网技术,在电子商务交易场景中从事商品或服务购买行为的民事主体。该类主体通过虚拟化交易场所实现缔约、支付及履约的全流程,对此,对其权益的保护需突破传统消费关系的物理限制,形成以《中华人民共和国电子商务法》(以下简称《电子商务法》)为核心,《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》)、《中华人民共和国个人信息保护法》(以下简称《个人信息保护法》)和《中华人民共和国网络安全法》(以下简称《网络安全法》)为补充的特别法规规范体系。这一体系通过明确消费者权利,构建涵盖知情权、选择权等的全链条保护体系,从而实现对电商平台消费者权益有力保护。

2.1. 电商平台消费者的具体权利概述

具体而言,电商平台消费者的权利主要涵盖了知情权、选择权、平等权、隐私权及索赔请求权五种,

在电子商务领域，这些权利因互联网的虚拟性、技术性而产生的异化使得其受到的侵害具有隐蔽性，不利于消费者维护自身合法权益。

首先，消费者享有知情权。这意味着顾客有权全面、真实地了解所购商品或服务的信息。电子商务平台有责任确保产品描述、价格、规格等信息准确无误，杜绝虚假宣传或误导性内容，从而帮助用户做出理性、明智的消费决策。但电商平台中消费者对商品或服务的了解全部依赖于文字、图片、视频等可以作假的图文介绍以及商品评论，商家稍费心思如刷单进行虚假评论即可侵害消费者知情权。此外，国内一些知名品牌的代工厂商将本厂一部分产品通过“异地上线”方式冒充“海淘”卖给消费者，该行为侵害了相关厂商的商标权等知识产权，同样也是侵害了消费者的知情权，构成合同违约[1]。

其次，消费者拥有选择权。在电商平台上，用户可以自主选择，平台不能对消费者进行限制。但在实践中，部分平台实施强制性的“二选一”行为，典型如淘宝对微信的“二选一”行为，构成对《中华人民共和国反垄断法》(以下简称《反垄断法》)第十八条“滥用市场支配地位”以及2019年8月《国务院办公厅关于促进平台经济规范健康发展的指导意见》的违反[2]。

再次，消费者应该享有公平交易权。公平交易权是指消费者在购买商品或接受服务时，有权获得质量保障、价格合理、计量准确的服务，同时不应因个人身份、消费习惯或数据画像而被区别对待。但是事实上，优势平台经营者往往借助后台获取的海量交易数据精准抓取识别不同消费者的价格敏感度，进而实施差异化定价，比如向平台粘性强、转换成本高的用户推送溢价商品，这种做法被称为“价格歧视”或“大数据杀熟”，虽然表面上看似“个性化推荐”，实则是一种隐蔽且具有误导性的不公平交易行为，严重侵害了消费者的公平交易权。

此外，消费者还享有隐私权。电商平台应当对用户的个人资料(如姓名、联系方式、地址)、支付信息、浏览记录、设备标识等敏感数据进行严格保护，防止泄露、滥用或被非法交易。《个人信息保护法》要求平台对用户数据采取最小必要原则——平台只能收集实现服务功能所必需的信息，不得过度索取、长期留存或随意共享。然而在实践中，许多电商平台仍存在过度收集、隐性共享等违规行为。2024年12月21日，北京大学电子商务法研究中心召开年会，发布了《2024年电子商务法领域年度十大典型案例报告》，其中案例7马某诉北京某电子商务公司隐私权、个人信息保护纠纷案中，线下商店的线上小程序未经消费者同意便获取消费者的线下交易信息，明显侵害消费者隐私权。

最后，消费者享有索赔请求权。若货物出现品质问题或与说明书上所说的不相符，消费者有权利要求退货、退款及其他权益保护。《2024年电子商务法领域年度十大典型案例报告》中林某某与某零售中心信息网络买卖合同纠纷一案，某零售中心出售的案涉商品属于假冒商品，林某某合同目的不能实现，有权请求解除合同并退还货款。又因根据《最高人民法院关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定(一)》第十条，林某某有权索要卖方承诺的“假一赔十”赔偿金。

总之，电商平台应该通过保障知情权、公平交易权、隐私权等基础权利，为用户营造安全、便捷、公正的购物环境。但是在现实情况中，消费者权利受到的侵害仍然存在。这不仅会损害个体用户的利益，也将动摇整个电商生态的信任根基。

2.2. 电商平台消费者权益的特殊性分析

电商平台的兴起和发展极大地重塑了传统消费模式，同时也赋予了消费者权益全新的内涵与挑战。在这一背景下，平台经济中的消费者权益表现出显著的特殊性，对现行法律保护机制提出了更高要求，其主要体现在虚拟性、跨地域性和信息不对称性方面。

虚拟性是电商平台消费者权益的重要特征之一。与传统的实体交易不同，电商环境中的商品和服务主要以数字化信息呈现，消费者无法直接触摸或查验，因此对产品质量、性能和真实状况的判断更多依

赖于商家提供的描述。然而，这种信息来源的单一性和难以验证性，极易被不法商家利用，致使消费者权益遭到侵蚀。

跨地域性是电商平台消费者权益的另一重要特性。互联网技术打破了传统交易的地理边界，消费者可以随时随地购买来自全国各地的商品和服务。这种便利性产生的同时也带来了法律适用和监管的复杂性。

信息不对称性是电商平台消费者权益保护的核心问题之一。在电商交易中，消费者通常处于信息劣势地位，难以全面了解商品和商家的真实情况。而商家则可能利用这种信息不对称进行不正当竞争行为，如隐瞒商品缺陷、设置不公平条款等。尽管部分电商平台已尝试通过用户评价体系、商家信用评级、第三方质检认证等方式提升透明度，但这些机制仍不足以完全消除信息不对称带来的不利影响。

电商平台消费者权益的特殊性决定了其法律保护需要不同于传统模式的新思路和新方法。只有充分认识并应对这些特殊性，才能有效提升消费者权益保护水平，促进电商行业的健康可持续发展。

3. 电商平台消费者权益法律保护现存问题分析

3.1. 电商平台消费者具体权利的法律保护较为单薄

首先，对于消费者个人信息权益的保护过于薄弱。现行《消费者权益保护法》虽已确立个人信息保护的基本原则，但在电子商务场景中缺乏对数据采集与使用的具体边界界定，致使法律规定上存在监管盲区。实践中多数电商平台依赖“概括授权+默认同意”模式收集行为数据，借助 Cookie 等追踪技术在用户未充分知情或主动选择的前提下，持续记录其浏览、点击、停留等在线活动——即便仅为非交易目的的操作，也可能被系统自动留存。此外，多数平台在其隐私政策中明确列出可能调用的敏感权限涵盖多项非必要功能^[3]，具有“广覆盖式”特征。两者叠加，电商平台手中掌握着数量惊人的个人信息资源，面对如此巨量的商业价值载体，平台在利益驱动下很容易产生数据滥用倾向，由此消费者面临着严峻的个人信息泄露与越权处理风险。并且，电商平台拟定的隐私政策并未将数据的访问、使用置于阳光之下，多数电子商务平台只在其隐私条款中说明了它们将收集、使用、共享和存储消费者的个人信息，但对平台内经营者如何访问、使用这些数据只字未提^[4]。电商平台消费者的个人信息涉及消费者权利的方方面面，对消费者个人信息权益保护的脆弱无疑会对其财产乃至人身安全造成极大威胁。

其次，对于消费者知情权的保障仍停留在形式层面。《电子商务法》第 17 条规定经营者应“全面、真实、准确”披露信息，但对“虚假评价”、“算法推荐误导”等高频出现的新型欺诈手段缺乏细化标准。同样，《消费者权益保护法》第 8 条虽确立了消费者的知情权，要求经营者提供商品或服务的真实信息，但在电商平台语境下，何为“真实信息”仍未形成清晰的判定标准，也未就信息披露的内容范围、可验证性等作出细化规定，使得该权利在实体层面难以有效落地。

3.2. 诉讼程序中现行举证责任分配不合理

其一，分配规则存在显著的失衡，现行诉讼程序未充分考虑电商交易中消费者举证能力弱势情况。《最高人民法院关于民事诉讼证据的若干规定》第 5 条沿用传统“谁主张谁举证”原则，要求消费者自行证明平台存在过错。然而，电商交易数据大多由平台掌握，消费者往往无法获取关键证据。例如消费者主张平台算法推荐构成价格歧视时，需自行证明平台存在主观故意及算法运行机制，此类证据往往存储于平台服务器且受商业秘密保护，消费者客观上难以获取。尽管司法解释已尝试调整部分场景下的举证规则，如《最高人民法院关于审理网络消费纠纷案件的规定》第 5 条对“七日无理由退货”等特定情形实行举证责任倒置，但这仅限于少数情形，远不能覆盖诸如虚假流量、个性化定价等新型侵权问题。同样《最高人民法院关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定(一)》中虽将“虚假宣传”的举证责任部分转移至经营者，但消费者仍需初步证明宣传内容与商品实际不符，在技术性商品如电子产品、

保健食品纠纷中，普通消费者难以独立完成专业鉴定。

其二，平台的次级举证义务也未形成稳定规则。《电子商务法》第38条第2款虽规定平台应尽“最大努力”，即在消费者权益受损时，平台需提供其已尽到合理努力的证据，否则可能承担不利后果[5]。然而，该条款缺乏细化标准，导致法院在具体适用时对“合理努力”的理解分歧较大，有些将举证责任完全转嫁给平台，有些又以“技术限制”为由减轻其义务[6]，平台是否真正承担了举证责任则常取决于个案裁判的具体尺度。这种模糊性不仅削弱了制度的可预期性，也使得消费者维权成本上升，平台责任落实存在流于形式的可能性。

3.3. 电商平台法律责任规定存在不足

电商平台不同于传统的市场主体，其覆盖范围的巨大以及独特商业模式，使其经济活动产生的溢出效应具有社会公共产品的功能[7]。因此相较于普通市场主体，其应当承担更重大的责任并受到法律严格规制，但现行法律对其的规范存在显然缺陷。

其一，平台责任边界缺乏清晰的法律界定标准。《电子商务法》第38条第2款将平台的安全保障义务表述为“依法承担相应的责任”，是一种颇具弹性的立法表述[8]。从历次草案稿到最终施行的法律条款的表述，其从最初的连带责任修改为“相应的补充责任”，最后再到“相应的责任”[9]，这种模糊化措辞实质上将本应由立法明确的归责标准，即将“连带责任”与“补充责任”适用边界的争议转嫁至法官自由裁量权之中。但立法者根本无法保障所有法官能对同一案件事实作出同样的法律认知，消费者与平台经营者谁的利益至上全在法官一念之间[10]，故消费者权益保护的实际效果高度依赖个案中法官的价值取向，存在明显的不确定性风险。

其二，《消费者权益保护法》第44条规定的平台责任存在明显结构性不足。一方面，条款仅规定平台在“无法提供经营者信息”时承担连带责任，但未将“明知商家存在侵权行为却未采取必要措施”的主观故意情形纳入责任范围，导致平台可借“不知情”之名逃避应有责任，削弱了制度威慑力。第二，该条文未区分平台在不同侵权行为中的角色，从而造成责任认定模糊、归责标准混乱，既可能让平台因“被动参与”而承担过重责任，也可能放任其在“主动放任”下免责，难以实现公平合理的权利义务平衡。

4. 完善电商平台消费者权益法律保护的建议

4.1. 细化电商平台消费者具体权益保护的法律条款

首先，针对电商环境下消费者的特殊权利需求，法律规定需明确平台和经营者应披露的信息范围，包括算法推荐逻辑等，并引入最小必要原则和目的限定原则。例如，直播电商平台仅可收集与交易直接相关的数据，禁止利用用户浏览历史进行非关联商品推荐。同类电子商家应通过行业协会，统一制定行业收集个人信息的范围标准。行业标准应严于法律标准，收集个人信息的范围以必要为限度，坚持最小范围、最小影响、最少收集个人信息的原则。

其次，可以从立法细化和执行机制两个层面协同破解消费者知情权保障形式化困局。一方面，对于《电子商务法》第17条规范的不足，应将“虚假评价”、“算法推荐误导”等新型欺诈行为明确纳入信息披露禁止范畴，并制定可量化、可识别的认定标准。另一方面，《消费者权益保护法》第8条应补充界定电商平台场景下“真实信息”的具体范围，包括商品来源、功能参数等核心要素，并要求平台以显著、易懂、可验证的方式向消费者披露，确保信息实质可获取、可理解、可追溯。同时，推动建立第三方认证、平台自查与监管抽查相结合的动态监督机制，以此提升信息披露质量，从而真正实现消费者知情权从“纸面条款”向“实质保障”的转化。

4.2. 完善诉讼机制中举证责任分配规则

其一，扩大举证责任倒置适用范围。对于涉及消费者生命健康、重大财产损失的商品或服务，如食品、药品、电子支付安全，要求平台在消费者初步证明损害事实后，承担证明其已履行资质审核、安全保障义务的举证责任。若平台无法提供完整审核记录或安全技术措施证据，则推定其存在过错。同时，对技术性商品质量纠纷实行举证责任倒置，要求经营者自证商品符合国家标准或约定性能。如电子产品、家电、智能设备等。这类商品因结构复杂、检测门槛高，消费者难以独立完成技术验证。此外，也要注意将举证责任倒置扩展至大数据杀熟、算法歧视、虚假流量等新型侵权场景。例如，消费者主张平台算法推荐构成价格歧视时，适当减轻消费者的举证责任，应由平台自证算法运行机制的合法性及无主观故意，增强法律的公平性和可操作性。

其二，对于平台要重构次级举证责任的触发机制。次级责任的核心在于填补消费者举证能力的结构性缺陷，对此可要求平台在技术控制、数据保存等方面承担更高义务，设定清晰的平台举证责任启动标准：当消费者提交初步证据如订单截图、商品实物照片、客服沟通记录后，平台即负有提供相关次级佐证证据的法定义务，包括商户入驻审核资料、后台交易日志、直播回放记录、算法推荐参数等关键信息。若平台未能及时、完整提供这些证据，应依法推定其存在过错或未尽合理注意义务，从而承担不利后果。这一机制并非削弱平台权利，而是通过制度设计弥补消费者在技术能力与数据控制力上的天然劣势，真正实现“谁掌握证据谁举证”的实质公平，突破传统“谁主张谁举证”带来的举证失衡困境，完成举证责任分配的动态平衡。

4.3. 明确电商平台义务内涵并细化平台责任认定标准

其一，应当进一步细化平台安全保障义务的具体内涵与适用边界，完善电商平台信用评价机制。信用机制是电商经济良性发展的基石，电商平台经营者应当建立健全信用机制，为消费者提供客观、全面、真实信息^[11]。这就要求《电子商务法》第38条第2款不应停留在原则性表述，而应将其进一步具体化。或可通过分阶段明确平台的责任内容实现法律实效。首先，事前环节中应要求平台严格落实入驻商家资质审核、身份核验及网络安全防护措施，以防范源头风险。其次，事中环节进行动态监控，建立基于大数据的异常交易监测机制，对刷单、虚假宣传、价格欺诈等高风险行为实施实时预警与干预。最后，在事后环节上，一旦发生消费者信息泄露、财产损失或人身伤害事件，平台应及时采取补救措施，如通知用户、协助取证、配合调查甚至先行赔付，切实履行救助义务同时，义务范围应当结合当前技术发展水平合理划定边界，避免无限扩大平台责任。

其二，应当系统细化平台责任的认定标准，构建层次分明、动态灵活的责任体系。在相关的法律法规的责任认定中，应当明确以补充责任为主的原则，当损害由第三方直接侵权造成，且平台未尽到合理注意义务时，平台应在自身过错范围内承担相应补充责任，责任比例需综合考量其过错程度与对损害结果的原因力大小，避免“一刀切”情况产生。同时，规定连带责任的例外适用以及按份责任的补充适用。若平台与商家存在共同故意或重大过失可适用连带责任，在平台与商家均有过失但无共同故意时按各自过错比例分担责任。此外，为进一步提升制度弹性，还可引入浮动责任机制。即将平台主观过错——故意或者过失以及客观原因如技术控制能力等纳入责任分配考量，动态调整责任比例，引导平台主动优化治理能力，从而推动责任从“被动追责”向“主动预防”转变。

5. 总结

电商平台交易具有虚拟性、跨地域性以及信息不对称性，使得传统法律体系中关于平台责任认定、商品质量追责、个人信息保护等规定面临适用性不足的困境。具体而言，现行《电子商务法》与《消费者

权益保护法》虽已确立基础性规范，但在权利保护、平台责任等关键领域仍存在规范空白，导致司法实践中存在裁判标准不统一、维权成本过高等突出问题。本文通过系统的分析电商平台消费者权益保护的现状与挑战，解释了现行法律框架在适应数字经济时的缺陷，并进一步对出现的问题提出细化消费者权益法律保护、优化诉讼举证责任分配、明确电商平台具体责任及其界定等改进建议以保护消费者合法权益。

总而言之，网络购物的迅猛发展迫切需要对电商平台的法律保障进行更加精细、全面的调节，通过对法律法规的完善，加强监管，提高平台的责任，为消费者营造一个安全、透明、公平的消费市场，促进电子商务的健康可持续发展。

参考文献

- [1] 刘铭卿. 论电子商务信用法律机制之完善[J]. 东方法学, 2019(2): 151-160.
- [2] 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.
- [3] 梁栋. 电子商务消费者个人信息保护的规范路径——基于6类12家电商平台隐私政策的实证研究[J]. 大连理工大学学报(社会科学版), 2022, 43(3): 102-112.
- [4] 王健, 季豪峥. 我国电商平台交易公平性和透明度规则研究[J]. 经贸法律评论, 2021(4): 134-158.
- [5] 林涸民. 电商平台经营者安保义务的规范解读与制度实现[J]. 现代法学, 2020, 42(6): 195-209.
- [6] 上海知识产权法院课题组. 算法推荐服务提供者的注意义务[J]. 法律适用, 2024(7): 24-36.
- [7] 蓝寿荣. 消法视角下的电子商务平台安全保障义务[J]. 政法论丛, 2023(2): 37-46.
- [8] 陆青. 电子商务平台经营者安全保障义务的规范构造[J]. 浙江社会科学, 2021(11): 70-79, 158.
- [9] 姚海放. 网络平台经营者民事责任配置研究——以连带责任法理为基础[J]. 中国人民大学学报, 2019, 33(6): 88-101.
- [10] 马更新. 平台经营者“相应的责任”认定标准及具体化——对电子商务法第38条第2款的分析[J]. 东方法学, 2021(2): 86-97.
- [11] 杜前. 电子商务审判态势与相关法律问题研究——以杭州互联网法院司法数据为基础[J]. 中国应用法学, 2019(5): 86-104.