

B2C电子商务在线纠纷解决的困境与出路

周雨杭

扬州大学法学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年10月16日; 录用日期: 2025年10月30日; 发布日期: 2025年12月2日

摘 要

随着我国电子商务平台的不断壮大, 相关纠纷也不断产生, 在线争议解决新模式引起了广泛的关注和讨论。本文总结出目前我国B2C电子商务在线纠纷解决机制的发展困境: 公正性存疑、法律规则不完善与难以衔接传统非诉讼制度。在考察了美国和欧盟现有处理模式的基础上, 结合我国实践, 提出了一些解决建议: 完善电子商务纠纷解决的法律制度、建立外部的第三方平台以及实现与传统非诉讼制度的有效衔接。

关键词

电子商务, 纠纷解决, 在线模式

The Dilemma and Way Out for Online Dispute Resolution in B2C E-Commerce

Yuhang Zhou

Law School, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: October 16, 2025; accepted: October 30, 2025; published: December 2, 2025

Abstract

With the continuous growth of e-commerce platforms in China, related disputes have also emerged, drawing widespread attention and discussion to new online dispute resolution models. This paper identifies the current development challenges of China's B2C e-commerce online dispute resolution mechanisms: doubts about fairness, inadequate legal regulations, and difficulties in connecting with traditional non-litigation systems. Based on an examination of existing models in the United States and the European Union, and in light of China's practical context, several solutions are proposed: improving the legal framework for e-commerce dispute resolution, establishing external third-party platforms, and achieving effective integration with traditional non-litigation systems.

Keywords

E-Commerce, Dispute Resolution, Online Models

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

第 55 次《中国互联网络发展状况统计报告》[1] (以下简称《报告》)显示,截至 2024 年,我国网民规模增长至 11.08 亿人,互联网普及率升至 78.6%,尤其是数字消费领域亮点纷呈。其中, B2C (Business to Customer)是企业直接向消费者提供服务的电子商务模式,涉及广大消费者。截至 12 月,网络购物用户规模达 9.74 亿人,较上一年度增长 5947 万人,占网民整体的九成。随着服务范围的扩大,相关纠纷也纷纷至沓来。在有关电子商务纠纷中,任意退款占比最高(28.38%),其次是退款问题、商品质量、过度维护消费者等。投诉地区中,广东省占比最高(22.58%),其次是浙江、山东等经济发达地区。投诉金额有半数在 5 w 以内,单笔小额纠纷(1000 以内)占比 31.16%。传统的诉讼体制周期长、难度大,并不是电子商务领域中解决问题的高效模式。目前各国正探索将一系列调解、仲裁等诉讼外的多元纠纷解决方式结合在线模式,打造适合电子商务特点的纠纷解决模式。人们探索出了初步的成果,即把传统替代性争议解决机制(Alternative dispute resolution, 简称 ADR)与信息通信技术结合相结合,打造在线争议解决新模式(Online dispute resolution, 简称 ODR)。

2. B2C 电子商务在线纠纷解决机制的基本内容

2.1. B2C 电子商务纠纷案件的基本特点

1. 纠纷主体跨区域化

在电子商务的基本运作模式中,商家和消费者通过第三方平台提供的技术支持,打破地域限制进行交易。例如,淘宝平台的商户在通过审核后,会通过手机客户端展示货品,顾客也直接于此程序内挑选与下单。鉴于交易双方常分属不同省市,即商业活动在线上跨地域展开。正是由于此类商业行为消除了空间阻隔,若争议出现后仍全部依赖实地诉讼,将导致公共司法资源投入过高。

2. 争议标的的小额性

根据目前的消费习惯来看,基于诸多原因,电子商务在线交易的大部分标的额相对线下交易仍然较小。这就导致,面对小额标的,发生纠纷后的维权成本或许会超过本身的争议标的。从性价比而言,商家或者消费者往往不会选择传统的诉讼方式解决纠纷。不仅如此,伴随电商规模持续扩张,线上交易争议同步激增。法院受理的网购诉讼量逐年走高,导致司法系统面临案件积压、审判力量不足的局面。

3. 交易信息不对等

在消费过程中,商家常通过预设格式合同来保护自身权益。面临纠纷时,相较消费者,商家往往具有更高的实践经验和相关领域的法律知识。加之商家在信息获取渠道上更具优势,进一步加剧了交易过程中双方地位的不平衡。同时,由于消费者遍布全国各地,在证据收集环节就面临更多问题,而商家则在这方面具备明显便利条件。这些情况均表明,消费者在交易中处于相对弱势地位。因此,在采用在线方式处理电子商务争议时,必须始终坚守中立原则,切实维护消费者的正当权益[2]。

2.2. B2C 网络购物纠纷与 ODR 的并联分析

在目前的实践中,即使 B2C 交易双方均无恶意,也会产生少量的分歧。当此种购物形式从创新状态走向普遍常态,日益增多的矛盾需要更高效的解决方案。鉴于固有法律制度下的传统纠纷处理模式存在缺位,ODR 与此类争议的高度适配性,不仅回应了用户的心理需要,也顺应了外在环境的推动,从而为其在此领域生根壮大提供了坚实基础。

从内部视角来看,消费者广泛选择 B2C 网络购物的一大原因就是方便快捷,相较线下购物更加短时高效,这一逻辑更加影响到了电子商务在线纠纷的解决。大多数习惯网络购物的消费者在一般情况下基本不会选择复杂漫长的解决方式,效率同样也是消费者看重的因素。

从外部法律现状来看,我国《电子商务法》中规定的争议解决方式符合传统的立法思维。然而,该逻辑在 B2C 网络购物领域的应用存在一定问题。当争议双方均有过错时,缺乏第三方监督的协商容易导致商家利用虚拟环境下的维权困难,采取消极应对策略,使消费者陷入弱势。若协商无果,消费者可申请调解、仲裁或行政投诉。然而,传统调解与仲裁制度在 B2C 网络购物领域效能有限;行政投诉虽具操作性,却存在专业判断力不足、易过度干预市场自治等问题,且通常需优先于专业解纷途径启动,以防资源浪费。诉讼途径同样面临现实困境。由于 B2C 纠纷通常标的额小、证据单一,在“案多人少”的基层法院难以得到重视。即便进入司法程序,电子合同在管辖权、法律适用与执行等方面仍存在技术障碍,影响消费者权益实现[3]。

3. 我国 B2C 电子商务在线纠纷解决机制的发展困境

3.1. 法律规则不完善

迫于网络购物领域需规范化的压力,立法将部分管理权限让渡于“民间力量”,赋予了平台一定的自治空间。《电子商务法》虽明确了平台在纠纷解决与信息公示等方面的责任,但随着购物模式日趋私密化、小众化,依赖平台监管的法律体系实效被削弱。例如,经营者信息公示义务在实践中多依赖平台审核与监测,一旦交易脱离平台,经营者不主动公示信息的情况普遍,消费者难以辨识商家真伪。同样,七天无理由退货等规则在平台介入下易于落实,而在不依赖平台流量的新兴模式中,因缺乏平台约束,规则执行难以保障。此外,区块链等去中心化技术的应用,虽有助于信息与支付安全,却也拓展了法律监管之外的领域,与当前以平台为主导的监管体系形成张力,进一步挑战现有法律框架的适应性。

3.2. 公正性存疑

不同于传统的调解仲裁等模式,电子商务平台的纠纷解决机制具有内部性和商业性,第三方平台在 ODR 中既扮演规则制定者又扮演规则执行者,往往将快速解决纠纷和效率第一置于公平公正之上。以我国最大的电商平台之一的淘宝举例,在既有的争议解决实践中,往往都是支持消费者的权益。因为他们需要稳定的客源以支持平台正常的运作,良好、便捷的退换服务能够直接改善消费者的购物体验感。在第三方平台日渐增多的今天,产品和价格已经不再是决定平台之间竞争的最主要因素,售后服务越来越成为消费者选择的重要因素。除此之外,部分第三方平台还存在自营业务,此时的调停已经不具有真正意义上第三方的存在了,这种既当裁判员又当运动员的做法,从形式上就难以保证公平公正。这些隐性的利益关系,导致 B2C 电子商务在线纠纷解决机制的公正性受到了质疑,难以保证的公正也制约了该机制的发展。

3.3. 难以衔接传统非诉讼制度

在线调解能否真正嵌入我国传统调解的法律制度体系的命题颇具争议,实践中也存在着适用不足。一方面,由于传统调解往往是基于双方高度的选择协议,但是在目前的电子商务领域,发生纠纷——处

理纠纷的过程中, 商议解决的结果是商家大幅让渡自己的权益, 以换取纠纷的“解决”。根据商家过往经验, 其往往会因为调解的不利结果而排斥方式的适用, 削弱了合意的基础。另一方面, 推行的在线调解本质上是传统线下纠纷的调解在线化, 而 B2C 网络购物的虚拟性和单向求偿性引发该在线调解在新领域的不适用。在案件性质上, 不同于线下案件双方矛盾紧张的关系, 虚拟环境缓和了当事人之间的直接冲突, 然而, 这种情境也削弱了在线调解制度的效能, 因为当事人的调解意愿容易降低。同时, 虚拟场景也无法借助传统人民调解中所依赖的“邻里关系”、“人情社会”等无形力量, 而这些力量在推动社区内小范围争议解决方面具有独特优势。

同样的, 在线仲裁在实践中也存在着适用不足。其一, 当事人地位显著不对等。消费者对仲裁保密性需求低, 更倾向公开信息寻求支持, 这与仲裁的保密原则产生矛盾。同时, 消费者在虚拟交易中举证困难, 且对仲裁程序、规则及证据准备的了解远逊于频繁参与仲裁的商家, 处于信息与能力的双重劣势。其二, 在线仲裁为适应小额纠纷特性, 常以牺牲传统仲裁的严谨性为代价, 发展出“非约束性仲裁”。此类仲裁不具终局性, 允许法院并行管辖, 其裁决更接近“权威意见”, 旨在通过模拟结果促使双方协商。为弥补执行力不足, 平台常通过保证金扣划、商家评级与流量限制等措施间接强制履行。然而, 非约束性仲裁存在诸多问题: 它脱离《仲裁法》对仲裁终局性与强制性的规定, 易成为拖延纠纷的前置程序; 缺乏法律依据, 难以融入现有非诉解纷体系, 引发消费者多头维权, 浪费资源; 其无序发展可能冲击传统仲裁制度体系, 影响制度均衡与改革进程。

4. 域外电子商务在线纠纷解决机制考察

4.1. 美国电商平台——eBay

eBay 是一个可让全球民众在网上买卖物品的美国线上购物网站, 为解决在实践中产生的纠纷, 其创建了 eBay 在线纠纷解决中心。中心解决纠纷的大致步骤是: 梳理纠纷内容 - 自动协商 - 人工调解或裁决。采取类型化处理模式, 对于大宗交易和价值大的纠纷, eBay 根据其特征实行不同于小额标的物的处理机制。eBay 的成功在于平台本身不参与实质过程, 保持中立; 能够掌握双方数据信息, 保持良好沟通; 通过自动追踪系统预防纠纷产生与升级; 借助旗下 PayPal 支付平台降低交易风险、提供安全保障, 并能强制划款确保执行结果。此外, eBay 还启用了支持全球方案的 ODR 提供商 Modira, 拓宽了纠纷解决渠道。据统计, eBay 平台通过该机制每年处理数百万起纠纷, 成功率达到 85%以上, 平均处理时间仅为 10~14 天。这种分类处理模式不仅提高了纠纷解决效率, 也保障了处理结果的公正性[4]。

4.2. 欧盟在线纠纷解决统一平台

在欧盟层面, ADR 机构在消费纠纷中主要的问题是缺乏组织性, 一些成员国未能推广其服务, 这意味着许多潜在客户仍然无法访问和不知道它们[5]。2013 年欧盟通过了《欧盟消费者 ODR 条例》, 旨在全欧盟范围内建立一个统一的 ODR 平台。平台具有筛选机构、传递信息、告知权责、电子翻译和案件管理五种功能[6]。平台的设立扩大了消费者选择的范围, 不用将选择局限在消费行为产生的平台中。对于消费者而言, 通过平台有助于降低纠纷解决成本, 并获得良好体验; 对商家来说, 不走法院程序既能节约成本、避免不必要支出, 也有助于维护商誉和客户关系。欧盟 ODR 统一平台以用户便利为宗旨: 成员国需设立联络点, 为用户提供投诉程序咨询, 平台列有各国联络点名单; 同时为克服语言差异, 平台还提供欧盟全部 23 种官方语言[7]。

4.3. 域外电子商务在线纠纷解决机制对我国的启示

一方面, eBay 根据物品的特征和金额的大小, 对不同的类型设置了不同的处理模式, 针对小额标的

更注重处理效率，针对大宗物品更注重严格审查。分类规制的思路不仅仅提高了纠纷处理的效率，也提高了纠纷处理的公正性和准确率。这对我国电商平台的规则制定也具有很强的借鉴意义。

另一方面，我国电商平台只为消费者提供了内部的 ODR 平台，并没有给消费者提供外部选择的机会。这种纠纷处理的内部性容易造成消费者对平台的不信任，进而导致对纠纷处理结果的不满意。所以，也应当为消费者提供第三方的平台，增加消费者的选择机会。同时应当考虑到我国国情，将“政府引导、市场运作、调解优先”等因素融入制度建设：一是完善平台内部纠纷解决机制，要求大型电商平台建立标准化 ODR 程序；二是培育独立的第三方 ODR 服务机构，经国家认证后提供跨平台服务；三是充分考虑中国消费者偏好调解、注重关系的法律文化特征[8]。

5. 完善我国 B2C 电子商务在线纠纷解决机制的建议

5.1. 完善电子商务纠纷解决的法律制度

首先，要注重程序完整性与衔接科学性。完整的 ODR 流程应包含在线协商、调解与仲裁三者递进的程序体系。当前部分平台缺乏具备终局性的在线仲裁机制，导致调解失败后陷入僵局；另一些则过度依赖在线诉讼，忽视了更适配 B2C 纠纷的高效仲裁方案。应实现非诉机制与诉讼的有效衔接。诉讼虽效率偏低，但其司法兜底作用能增强消费者维权信心，并为特殊案件保留司法通道[9]。

其次，要注重流程规范性与用户友好性。ODR 设计应以用户便捷性与易读性为首要考虑，通过简化规则、优化引导、运用 ICT 技术实现“一站式”服务体验。应建立适应在线环境的证据认定规则，将证据裁判原则精神延伸至 ODR 领域，在不照搬诉讼规则的前提下，依托《合同法》等重点法律逐步构建电子证据规范体系，解决当前“取证难”问题。

最后，要注重技术赋能与系统升级。应积极引入人工智能、区块链等新兴技术，从信息传输、数据安全、系统稳定等维度全面提升 ODR 程序的智能化水平。

5.2. 建立外部的第三方平台

我们可以借鉴欧盟的思路，建立一个统一的 ODR 平台，经过一定标准检测核准的纠纷解决机构将处理的程序和规则公布在统一的 ODR 平台上，由发生纠纷的消费者和商家在充分了解衡量后自由选择。在平台上，投诉方通过登录并填写统一格式的电子投诉表来发起投诉，平台随后将相关信息发送给被投诉方。接下来，双方就是否采用 ODR 方式处理争议，以及选择哪一家 ODR 服务提供商展开讨论与协商。达成合意后，平台会立即告知选定的 ODR 服务提供者。该服务提供者在收到信息后，将与双方取得联系展开纠纷的处理解决。

在平台的建设方面，一方面需要考虑到当今电子商务发展的趋势，尊重不同的国家与民族，加入适当的翻译功能，满足电子商务跨区域性的特点。另一方面也需要加强对数据信息的安全保障，严格遵循相关的信息处理规则，不泄露使用者填写的信息。

建立一个由 ODR 提供服务的统一平台，不仅有助于纠纷的高效解决，也有助于缓解基层法院的压力，还有助于民间 ODR 的发展与尝试。

5.3. 实现与传统非诉讼制度的有效衔接

在线调解已被纳入司法改革体系，但相关依据仍停留在司法文件层面，缺乏高位阶立法对适用范围、程序与保障作出明确规定。在司法确认方面，目前仅法院调解和人民调解可申请确认，而 B2C 纠纷中发挥重要作用的行业调解等却被排除在外。建议扩大司法确认适用范围，将其他合规调解组织达成的协议纳入确认范畴，这既符合《新加坡调解公约》的国际趋势，也能为缺乏执行力的外部 ODR 机制提供制度

保障。

在线仲裁领域存在规范分散、非约束性仲裁定位模糊等问题。建议通过司法解释统一在线仲裁基本规则,同时承认非约束性仲裁在解决 B2C 纠纷中的现实价值,探索其与平台外部 ODR 的衔接机制。淘宝“大众评审”模式证明,吸纳社会资源参与仲裁能有效拓展解纷渠道。

最后,应依托繁简分流改革,加强 ODR 与传统非诉机制的在线对接,提升诉调衔接、协议确认等关键环节效率,实现司法对多元解纷体系的引领与保障。

基金项目

江苏省研究生“科研与实践创新计划”项目(SJCX25-2231)在线诉讼中当事人程序选择权保障研究。

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心. 第 55 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. <https://www.cnnic.cn/n4/2025/0117/c88-11229.html>, 2025-09-03.
- [2] 罗冰. 浅析电子商务纠纷在线解决机制[J]. 经济师, 2022(7): 58-60.
- [3] 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): 146-157.
- [4] 胡晓霞. 消费纠纷的在线解决: 国外典型经验与中国方案[J]. 法学论坛, 2019, 34(4): 106-115.
- [5] Mania, K. (2015) Online Dispute Resolution: The Future of Justice. *International Comparative Jurisprudence*, 1, 76-86. <https://doi.org/10.1016/j.icj.2015.10.006>
- [6] 邹国勇, 李俊夫. 欧盟消费者在线争议解决机制的新发展——2013 年《欧盟消费者在线争议解决条例》述评[J]. 国际法研究, 2015(3): 56-67.
- [7] 方旭辉. ODR——多元化解决电子商务版权纠纷新机制[J]. 法学论坛, 2017, 32(4): 155-160.
- [8] 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.
- [9] 龙飞. 中国在线纠纷解决机制的发展现状及未来前景[J]. 法律适用, 2016(10): 2-7.