

# 电商服务中消费者权益保护的法律困境与突破

谢 芮

扬州大学法学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2025年11月10日; 录用日期: 2025年11月26日; 发布日期: 2025年12月18日

## 摘 要

随着电商经济的蓬勃发展, 越来越多的问题也逐渐显现, 尤其是消费者的权益保护问题。本文深入分析了当前电商领域消费者面临的困境有哪些以及相关成因, 并结合分析《电子商务法》《消费者权益保护法》等法律法规在现实运用当中存在的困境, 以期建立一个更有效、健全的管理模式, 完善在线纠纷解决配套机制, 促进电商领域消费者权益保护, 促进电商领域经济更长远、健康的发展。

## 关键词

电子商务经济, 消费者保护, 完善路径

# The Legal Dilemmas and Breakthroughs in Consumer Rights Protection in E-Commerce Services

Rui Xie

Law School, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: November 10, 2025; accepted: November 26, 2025; published: December 18, 2025

## Abstract

With the vigorous development of the e-commerce economy, more and more problems have emerged, especially the issue of protecting consumers' rights and interests. This article deeply analyzes the difficulties faced by consumers in the current e-commerce field and the related causes. It also combines the analysis of the difficulties existing in the practical application of laws and regulations such as the "E-commerce Law" and the "Consumer Rights and Interests Protection Law" to establish a more effective and sound management model, improve the supporting mechanism for resolving online disputes, promote the protection of consumers' rights and interests in the e-commerce field, and

promote the more long-term and healthy development of the e-commerce economy.

## Keywords

E-Commerce Economy, Consumer Protection, Improvement Path

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

数字经济浪潮下，电子商务已成为驱动我国经济增长的核心引擎之一，网络购物更是逐步取代传统线下消费，成为主流消费模式。然而，伴随电商交易规模的持续扩张与直播带货、社交电商、跨境电商等新型商业模式的快速迭代，消费者权益受侵害的现象愈发频繁，“大数据杀熟”、虚假宣传、跨境维权难等问题不断凸显，严重制约电商经济的健康发展[1]。文章以电商服务领域消费者权益保护为研究对象，系统剖析当前消费者面临的三大核心困境及深层成因，结合《电子商务法》《消费者权益保护法》等法律法规的实践适用难题，从监管机制完善、法规体系细化、跨境专项应对三个维度，提出针对性破解路径，旨在构建“法律规制 + 技术赋能 + 多元共治”的综合性权益保障框架，为强化电商领域消费者权益保护、推动电商经济长远可持续发展提供理论支撑与实践参考。

## 2. 电商服务中消费者权益保护面临的困境

### 2.1. 非理性消费诱导的法律规制缺失

近年来，直播电商凭借“实时互动、场景化营销”的优势，成为电商行业增长最快的细分领域之一。直播带货的兴起不仅为消费者提供了新的购物场景，也为商家开辟了新的营销渠道，但与此同时，该领域缺乏针对性法律规制的问题也日益凸显，非理性消费诱导现象频发，严重侵害消费者合法权益。

从具体表现来看，直播间往往通过精心营造“机会难得”“数量有限”的紧迫氛围，结合主播极具煽动性的营销话术，迫使消费者丧失正常的消费判断能力，陷入非理性消费误区[2]。这种非理性消费不仅会导致消费者日常生活消费计划紊乱，增加不必要的开支，甚至可能使其陷入财务危机；更值得关注的是，网络用户年龄持续下探，未成年人已成为网络消费的重要群体，而其认知能力与自我控制能力较弱，更容易成为非理性消费诱导的受害者[3]。

此外，部分不良主播为追求销量，频繁使用“限时折扣”“抢购热潮”等营销话术诱导消费，且行业内过度依赖价格战的竞争模式未得到有效管控，不仅导致商品品质参差不齐，引发大量消费纠纷，还加剧了行业恶性竞争，破坏了电商行业的良性发展生态，长远来看不利于电商经济的可持续发展。

法律层面上，现有《电子商务法》仅对电商平台、平台内经营者的责任作出了原则性规定，未明确电商直播平台、主播、MCN 机构等相关主体的责任义务，导致出现消费纠纷时，各主体相互推诿责任，消费者维权无据可依，进一步加剧了非理性消费诱导问题的严重性[4]。

### 2.2. 诚信缺失与虚假宣传

诚信是市场经济的核心准则，也是电商行业健康发展的基础，但线上交易的虚拟性导致消费者与商家之间存在严重的信息不对称，诚信缺失与虚假宣传问题成为电商领域侵害消费者权益的主要形式之一，

不仅损害消费者合法权益，更破坏了电商行业的信任体系[5]。

在商品信息层面，消费者在购买商品前无法直接接触商品，只能通过商家在平台上提供的信息判断商品质量与性能，但部分商家为吸引消费者购买，往往对商品进行过度美化包装，夸大商品功效，甚至故意隐瞒商品成分、瑕疵等关键信息，提供虚假商品信息。例如，部分美妆商家在直播间宣称其产品具有“快速美白、祛斑”功效，但实际产品并未达到相关标准，消费者使用后不仅无法实现预期效果，还可能对皮肤造成损害。

在交易过程层面，消费者无法全面了解商家的资质、信誉状况及商品真实库存情况，交易过程缺乏透明度，往往需在商品出现质量问题或由相关监管部门主动检测后，才能知晓商品的真实情况，此时消费者已遭受经济损失。这种问题在跨境电商领域更为突出，由于跨境商品来源复杂，消费者难以核实商品真伪与质量，虚假宣传与欺诈行为频发，导致消费者无法了解商品使用方法、注意事项等关键信息，进一步加剧了消费风险[5]。

### 2.3. 跨境交易问题涌现

随着我国居民消费升级，越来越多的消费者开始选择购买跨境商品，跨境电商已成为电商行业的重要增长点。但由于跨境交易涉及不同国家的法律体系、监管规则、物流体系，且缺乏标准化的运营流程与统一的权益保护规则，消费者在跨境交易中面临的维权障碍更为突出，假货泛滥、售后保障缺失、举证困难等问题成为制约跨境电商健康发展的重要瓶颈。

首先，假货泛滥且真伪难以查验。跨境电商交易主要依赖消费者与平台采购代理之间的信任关系，而目前跨境电商行业缺乏统一的商品溯源体系与真伪验证标准，部分不良商家利用跨境物流的复杂性与信息不透明性，以次充好、售假卖假，消费者花费高昂价格购买的商品往往是假冒伪劣产品。由于跨境商品来源地在境外，消费者难以自行核实商品真伪，即使发现商品存在问题，也难以获取有效的检测报告作为维权依据，最终不良后果大多由消费者自行承担。

其次，售后保障制度不完善，退换货困难。跨境交易中，跨国通信成本高、物流周期长、关税政策复杂，多数跨境电商平台普遍采用“对售出商品不承担责任”的售后政策，消费者购买商品后难以享受与国内电商同等的售后服务。一旦商品出现退货问题，消费者需自行承担高昂的国际运输费用与关税，部分商品的运输费用甚至超过商品本身价值，导致许多消费者不得不放弃维权。此外，部分跨境电商平台未明确售后服务流程与责任划分，出现问题时平台与商家相互推诿，进一步加剧了消费者的维权难度。

最后，法律适用差异与举证困难。跨境交易涉及不同国家的法律体系，各国对消费者权益保护的规定存在明显差异，当出现消费纠纷时，消费者难以确定适用何种法律维权，且跨国诉讼程序复杂、成本高昂，普通消费者往往难以承受；同时，跨境交易的电子数据易被篡改、删除，消费者在交易过程中留存的聊天记录、付款凭证、物流信息等证据的法律效力难以得到认可，举证难度极大。上述问题的存在，不仅严重侵害了跨境电商消费者的合法权益，也制约了跨境电商行业的健康发展，若不能及时有效解决，将影响我国电商经济的整体发展质量。

## 3. 电商服务中对消费者权益保护的对策

### 3.1. 完善电商直播监督机制，规范直播带货行为与话术

针对直播电商领域非理性消费诱导的法律规制缺失问题，需从法规完善、平台自律、政府监管三个层面构建协同治理体系，明确各主体责任义务，规范直播带货行为，遏制非理性消费诱导现象，保护消费者合法权益。法律方面，应加快出台针对直播电商领域的专项法律法规或司法解释，明确电商直播平台、主播、MCN 机构等相关主体的责任义务，填补现有法律空白。具体而言，应明确直播平台对主播资

质审核、直播内容监管的主体责任，要求平台建立主播准入机制，对主播的身份信息、资质情况进行严格审核；明确主播的如实宣传义务，禁止使用虚假营销话术、营造虚假紧迫氛围诱导消费者非理性消费，尤其是针对未成年人的诱导行为，应设定更为严格的处罚标准；明确MCN机构对旗下主播的管理责任，要求其加强对主播的培训与监督，规范主播行为[6]。同时，应将直播电商交易纳入《电子商务法》《消费者权益保护法》的调整范围，细化相关法律条文，为直播电商领域的消费者维权提供明确的法律依据。政府部门应当完善相关法律法规制度，明确各方主体责任义务。市场监管部门开展专项执法行动，覆盖和串联事前、事中、事后的全过程监管。针对售后服务乱象的问题，及时公布典型负面案例，予以通报、批评和严惩，从处罚违规金额の数倍直至禁入行业，优化营商环境。

### 3.2. 精确细化法规，源头整治犯罪

针对电商领域诚信缺失与虚假宣传问题突出的现状，需以完善法规体系为核心，结合技术手段与协同治理，从源头遏制失信行为，规范电商经营活动，保障消费者的知情权与公平交易权。首先，细化规范界定。进一步完善虚假广告用语、产品功效虚假描述、促销活动虚假宣传等电商虚假宣传行为的界定标准，按需制定详细的司法解释或实施细则，明确各类虚假宣传情形的具体构成要件，填补现有法律条文的模糊与空白，为执法与司法实践提供可操作的裁判依据[7]。其次，强化惩处力度。根据现有的规定，商家虚假宣传的消费者可要求赔偿，但这还远远不够，还要加强力度，例如，依据虚假宣传所获非法利益及其对市场秩序、消费者权益所造成的损害程度，合理设定与提高罚款金额标准，形成经济处罚威慑力。同时，丰富处罚种类，增加限制经营活动、吊销营业执照等处罚措施，尤其对情节特别严重、屡教不改的商家，依法吊销其营业执照，禁止其在一定期限内甚至永久进入电商市场，使违法商家切实感受到法律的威严。此外，行业协会应用物联网、大数据等技术主导建立产品质量溯源体系，整治产品质量乱象。实现一物一码数字溯源，确保发生质量和售后问题时能够追溯源头，保护市场诚信及消费者权益。最后，加强其他法规协同。系统整合现行法律法规中关于电商虚假宣传的规定，明确各法的适用范围，避免法律适用争议；清晰划分各执法主体的职责，并以联席会议、联合调研等方式，加强立法机关、执法机关和司法机关之间的常态化沟通，以便及时发现与解决法律实施过程中出现的新问题、新矛盾、新梗阻。

### 3.3. 针对跨境电商问题，构建专项应对机制

跨境电商消费者权益保护面临的问题具有特殊性，需结合跨境交易的特点，从规范运营、技术赋能、法律保障、消费者教育四个层面构建专项应对机制，破解跨境交易维权障碍，为消费者提供全方位的权益保护[8]。

在规范运营层面，应加快制定跨境电子商务交易规范实施细则，明确海外采购代理、电商平台的业务操作标准，规范跨境电商交易流程。具体而言，应要求跨境电商平台对入驻商家进行严格审核，重点审查商家的注册商品备案材料、企业资质证书、进出口经营权等关键信息，建立商家准入机制，禁止无资质商家入驻平台；同时，建立商家信用评估体系，对商家进行信用评级，并向消费者公示，引导消费者选择信用等级较高的商家进行交易，从源头降低消费风险。

在技术赋能层面，应充分利用行政资源优势，搭建可靠的国际商品交易信息验证系统。该系统应整合海外商品生产、运输、销售等全环节数据，与国内外相关机构实现数据共享，消费者通过输入商品编号、订单号等信息，即可方便地核实商品的真伪、来源地、检测报告等关键信息，解决跨境商品真伪难查验的问题。同时，应依托区块链技术，建立跨境电商交易电子证据固定、存证、保全机制，要求跨境电商平台将交易过程中的电子数据，包括聊天记录、付款凭证、物流信息等，实时上传至第三方电子证据



服务平台，如互联网法院电子证据平台、易签宝、中国云验证等，确保电子证据的真实性、完整性与法律效力，为后续维权提供有力支撑。

在法律保障层面，应完善跨境电商消费者权益保护的法律体系，引入平台连带责任机制，明确跨境电商平台与入驻商家的责任划分。当商家存在侵权行为时，若平台未履行审核、监管义务，平台应与商家承担连带责任，向消费者提供经济赔偿，确保消费者在寻求商家售后无果时，能够向平台主张权益。同时，应明确跨境电商消费者与平台的权利义务，尤其是合理分配举证责任，减轻消费者的举证负担。此外，还应推动国际社会加强合作，积极参与跨境电商消费者权益保护国际规则制定，争取在双边或多边条约中明确统一的权益保护标准，减少法律差异带来的维权障碍。

在消费者教育层面，应加强对跨境交易规则与风险防范知识的宣传教育，提升消费者的自我保护能力。相关部门可通过官方网站、社交媒体、公益广告等多种渠道，向消费者普及跨境电商交易的相关法律法规、维权途径、风险防范技巧等知识，包括如何辨别正规跨境电商平台、如何核实商品真伪、如何留存维权证据等；同时，可定期公布跨境电商消费纠纷典型案例，分析常见侵权行为与维权要点，引导消费者理性消费，提高风险防范意识。

#### 4. 总结

随着数字经济的蓬勃发展，各类创新性电商形态层出不穷，包括电商直播以及跨国界电子贸易等新兴商业模式正在快速崛起。消费者权益保护面临的挑战也将不断更新。未来，电商消费者权益保护工作需紧跟行业发展步伐，保持动态调整与优化。

一方面，需持续优化法律体系，针对电商行业的新问题、新趋势，及时修订和完善相关法律法规，强化监管的精准性和有效性；另一方面，要充分发挥技术创新的赋能作用，依托大数据、区块链等技术构建智慧监管平台，实现对电商交易全环节的实时监测和精准监管，提升监管效率和维权便利性。同时，要加强消费者权益保护意识的普及，构建政府监管、平台自律等多元共治格局，形成全社会共同参与的消费者权益保护氛围。

唯有如此，才能坚决保障消费者的正当权益，优化顾客购物体验与增强消费信任度，激发消费潜力，推动电商经济持续健康发展，为国民经济的持续增长注入持久动力。

#### 参考文献

- [1] 蒙思瑶. “大数据杀熟”下消费者权益保护的探析[J]. 中国价格监管与反垄断, 2024(7): 33-35.
- [2] 陈佳俐. 直播带货中消费者权益保护问题研究[J]. 现代商贸工业, 2025(12): 198-200.
- [3] 孙铭溪, 毛春联. 未成年人的非理性网络消费问题与应对[J]. 中国网信, 2025(7): 64-67.
- [4] 王佳佳. 数字经济背景下电商直播带货的营销动因与关键问题探析[J]. 现代商业, 2024(16): 16-19.
- [5] 耿向亮, 孔月明. 网络交易虚假宣传的原因分析[J]. 电脑知识与技术, 2016, 12(11): 284-285.
- [6] 高凯, 钟肖英. 电商直播带货产业高质量发展提升路径研究[J]. 商业经济, 2024(6): 53-57.
- [7] 金玉. 数字经济时代电商平台虚假宣传整治的现实挑战与实践路径[J]. 改革与战略, 2025, 41(3): 156-159.
- [8] 童永峰. 跨境电商境内消费者权益保护的法律困境与破解路径研究[J]. 产业创新研究, 2025(11): 54-56.