

电子商务背景下消费者权益保护法律问题研究

王兴德

贵州大学法学院，贵州 贵阳

收稿日期：2025年11月9日；录用日期：2025年11月24日；发布日期：2025年12月22日

摘要

在平台经济主导的电子商务环境下，消费者知情权受损、个人信息泄露与滥用、售后救济低效以及跨境维权困难等问题持续凸显，传统以单一交易关系为中心的消费者保护规则面临严峻挑战。本文以平台型电子商务交易结构为研究对象，从消费者权利保护的现实困境出发，揭示信息不对称被技术与算法结构性放大、立法模式仍停留于“双边交易”范式、监管方式侧重事后处罚以及平台责任定位长期摇摆等深层成因，指出现有制度在权利体系、责任体系与监管体系三个层面存在碎片化与错位。进而，本文以平台责任理论为分析主线，提出以平台控制力与风险暴露程度为基础构建分层平台责任体系，推动监管模式由违法发现型向风险治理型与多元共治型转变，以数据权利与数字人格理念完善个人信息与算法规制，并将在线纠纷解决、举证责任分配等程序性保障纳入平台责任结构。研究认为，将平台从“技术中介”重塑为承担组织义务与风险管理职责的“秩序维护型主体”，是数字经济时代重构电子商务消费者权益保护法律体系的关键路径。

关键词

电子商务，消费者权益，法律保护，平台责任

Study on Legal Issues of Consumer Rights Protection in the Context of E-Commerce

Xingde Wang

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: November 9, 2025; accepted: November 24, 2025; published: December 22, 2025

Abstract

In the e-commerce environment dominated by platform economy, problems such as the infringement of consumers' right to know, the leakage and abuse of personal information, the inefficiency

of after-sales relief, and the difficulty of cross-border rights protection have been continuously highlighted. The traditional consumer protection rules centered on single transaction relationships are facing severe challenges. This paper takes the transaction structure of platform-based e-commerce as the research object. Starting from the practical predicament of consumer rights protection, it reveals the deep-seated causes such as the structural amplification of information asymmetry by technology and algorithms, the legislative model still remaining in the “bilateral transaction” paradigm, the regulatory approach focusing on post-event penalties, and the long-term wavering of platform responsibility positioning. It points out that the existing system is fragmented and misaligned at the three levels of rights system, responsibility system and regulatory system. Then, this paper takes the platform responsibility theory as the main line of analysis, and proposes to build a hierarchical platform responsibility system based on platform control and risk exposure, promote the transformation of the regulatory model from illegal discovery type to risk governance type and multi-party co-governance type, improve the regulation of personal information and algorithms with the concepts of data rights and digital personality, and incorporate procedural guarantees such as online dispute resolution and burden of proof allocation into the platform responsibility structure. The research holds that reshaping the platform from a “technical intermediary” to an “order maintenance subject” that assumes organizational obligations and risk management responsibilities is the key path to reconstructing the legal system for protecting the rights and interests of e-commerce consumers in the digital economy era.

Keywords

E-Commerce, Consumers' Rights and Interests, Legal Protection, Platform Responsibility

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. 研究背景与意义

1.1. 研究背景

数字经济时代，电子商务凭借便捷、高效和全球互联的特点，改变了传统商业模式，并且其已经从“补充性渠道”逐步演变为全球零售体系中的关键基础设施。各类研究普遍表明，近年来全球电子商务零售规模持续扩大，在整体零售结构中的比重不断上升，电子商务已成为带动消费和经济增长的重要力量。在中国，网上零售规模连续多年保持较快增长，线上消费已经从边缘走向日常，成为社会消费品零售的重要组成部分，深度嵌入国民经济运行和居民日常生活。

然而，电子商务的虚拟性和开放性也催生了不少消费者权益保护问题。从交易环境来看，虚拟性让消费者无法直接接触商品，只能靠商家提供的图文和用户评价做决策，因信息不准导致的消费纠纷情况持续出现；从交易范围来看，时空无边界加剧了法律管辖冲突，跨境电商纠纷中，有很大一部分的消费者因法律适用不同而放弃维权；从参与主体来看，平台、商家、物流、支付机构等多方权责交叉，责任划分模糊导致维权时相互推诿，消费者维权成功率较低。

目前，我国已形成“《电子商务法》+《消费者权益保护法》+《个人信息保护法》”的法律框架，但面对电商模式的快速创新，法律条款仍存在“覆盖不全、细则缺失”的问题。比如，直播带货中主播与平台的责任怎么分、虚拟商品能不能退换、“大数据杀熟”怎么认定，这些都没有明确规定，消费者权益保护的法律体系还需要进一步完善。

1.2. 研究意义

从既有研究来看，学界关于数字经济与网络交易中消费者权益保护的讨论已相对丰富，但整体上仍存在一定局限：一类研究以网络购物和平台交易为切入点，侧重梳理政策演进与制度困境；另一类研究从数字经济整体出发，关注大数据与算法应用背景下个人信息权、公平交易权与知情权的新型侵害形态；还有学者转向虚拟经济等更宽泛场域，从基础交易需求、强势主体规制和政府维护实质公平等层面提出多层次保护路径。总体而言，现有研究多以具体场景为边界，制度建议偏重工具层面的立法与执法完善，对平台责任在民法体系中的理论定位、责任基础与义务分层关注不足，消费者民事救济与行政监管之间的衔接与协同机制也有待进一步系统化。

而本文在研究视角上，从单一“消费者-经营者”双边关系的分析路径，转向以平台为连接节点的多边关系结构，将平台责任由零散的条款义务上升为解释电子商务消费者保护制度的理论中枢；其二，在责任结构上，以“控制力-风险-责任”匹配为逻辑主线，提出依据平台参与交易的深度、数据与算法支配力以及利益获取程度，对平台责任进行分层设计，从而弥补现有研究对平台责任基础与层级缺乏系统阐释的不足；其三，在制度构造上，将私法救济与公法监管统整于以平台为枢纽的风险治理框架之中，把在线纠纷解决、先行赔付、信用约束、算法审计和数据权利保护等机制纳入统一结构，既为平台责任理论在数字经济语境下的延展提供新的解释路径，也为完善我国电子商务领域消费者权益保护制度提供较为系统、可操作的规范思路。

2. 电子商务背景下消费者权益保护的现实困境

2.1. 知情权受损：虚假宣传和信息不透明成常态

一方面，虚假宣传形式多且隐蔽。商家通过“刷单”“好评返现”虚构商品口碑，形成了完整的灰色产业链——专业刷单团队用多个账号模拟真实交易，短期内能把商品销量推到平台前列，同时屏蔽负面评价；直播电商里，主播常“夸大功效”“虚构销量”诱导消费，比如宣称“减肥产品7天瘦10斤”“护肤品能治好敏感肌”，但这些口头承诺不保留书面证据；还有商家用PS技术美化商品图片，把普通面料的衣服修图成“质感好”的高端款，实物和宣传的差异巨大。

另一方面，信息披露不完整且刻意隐瞒。商家对商品关键信息的披露明显不足，一是隐瞒自身资质，比如不公示工商登记证、经营地址和联系方式，消费者遇侵权时找不到责任主体；二是隐瞒交易附加成本，比如跨境商品不标注关税和物流费，“秒杀”“促销”活动不说明附加条件(像高额运费、不开发票)；三是隐瞒商品质量信息，比如临近保质期的食品不标生产日期，二手商品不说明瑕疵，消费者只有收到货后才发现问题。

2.2. 个人信息安全危机：泄露和滥用贯穿交易全环节

在平台层面，部分中小电商数据存储防护不到位，没采用加密技术，用户信息直接以明文保存，容易被黑客窃取；物流层面，快递单上的姓名、电话、地址等信息没做脱敏处理，被物流人员卖给第三方广告商，形成“信息收集-倒卖-营销”的黑色产业链；支付层面，部分支付机构没严格审核合作方资质，导致用户支付记录被共享给金融诈骗团伙。

同时，平台把收集的消费者信息用于“大数据杀熟”，通过分析用户的消费能力、消费频次、价格敏感度，实行差异化定价——同一商品对老用户、高消费用户的定价比新用户高，价差最高达30%；此外，平台还会把信息共享给第三方广告商，导致消费者频繁收到定向广告，比如浏览某类商品后，多个APP同时推送同类广告，严重干扰正常生活。

此外，电商 APP 安装时，常要求获取和核心功能无关的权限，比如购物 APP 要访问通讯录、麦克风、位置信息，视频购物 APP 要访问相册；如果消费者拒绝授权，APP 就限制核心功能(像不能下单、不能看商品详情)，部分 APP 甚至把多个权限捆绑，消费者只能“全同意”或“全拒绝”，没有自主选择的空间。

2.3. 售后救济机制低效：维权成本高且责任推诿频繁

虽然“7天无理由退换货”已成行业惯例，但部分商家通过格式条款排除这项权利，比如在商品详情页标注“特殊商品不予退换”，但实际是普通服装、日用品；虚拟商品(像电子书籍、视频课程、游戏道具)的退换货没有明确规则，商家以“已获取内容”“虚拟商品不退不换”为由拒绝退款，消费者投诉无门。

电商交易涉及平台、商家、物流、支付机构等多方，出问题时往往相互推诿——商品质量有问题，平台说是“商家责任”，商家说是“平台审核不严”；物流导致商品损坏，平台说是“物流责任”，物流公司说是“商家包装不当”，消费者要反复跟多个主体沟通，维权周期平均长达 2~3 个月。与此同时，传统诉讼流程久、成本高，针对 1000 元以下的小额电商纠纷，消费者要付诉讼费、律师费，还要多次跑法院，时间和金钱成本远超纠纷金额；跨境诉讼更难，语言不通、不熟悉国外法律、司法协助流程复杂，就算消费者在国内胜诉，也面临判决执行难的问题。

2.4. 跨境电商维权障碍：法律和执行的跨国冲突

跨境电商打破了地域限制，但也带来了法律适用和司法执行的系统性冲突，消费者权益保护面临“跨国困境”。不同国家的消费者权益保护标准差异大，跨境电商平台多在用户协议中约定“纠纷适用商家所在地法律”，但商家所在地的法律往往对消费者保护力度较弱。比如，部分国家没有“7天无理由退换货”规定，消费者因商品质量要求退款时，无法依据本国法律主张权利；此外，各国对商品认证标准(像欧盟 CE 认证、美国 FDA 认证)不同，消费者买的商品可能因不符合本国标准而无法使用[1]。

此外，就算消费者在国内法院胜诉，国外商家或平台不配合的话，判决也难以执行。一方面，部分国家没和我国签订司法协助条约，法院没法委托境外机构执行；另一方面，跨境执行成本高，消费者要承担境外律师费、翻译费等，成本远超赔偿金额，多数人会选择放弃。同时物流和关税风险也不可控，跨境电商物流周期长(平均 15~30 天)、环节多(国内仓储 - 国际运输 - 境外清关)，商品损坏或丢失的概率是国内物流的 3 倍，而物流公司常以“跨境运输免责”为由拒绝赔偿；另外部分商家隐瞒关税信息，消费者收到商品时要额外付高额关税，否则提不了货，有时关税金额甚至超过商品本身价值。

3. 电商消费者权益保护困境的成因分析

3.1. 信息不对称，电商虚拟性放大消费者弱势

信息不对称本是消费关系的固有特征，但在平台型电商语境下，这一问题呈现出明显的“结构性扩张”。传统民法以面对面交易为基本范式，假定信息不对称主要发生在单个经营者与单个消费者之间，可以通过缔约过失责任、欺诈撤销、格式条款规制等工具进行个案矫正。这种处理方式，是以“信息失衡为例外、事后纠偏为主线”的。

然而，在平台主导的电子商务环境中，信息不对称不仅来自个别商家对商品信息的选择性披露，更来自平台通过算法与数据对信息流向的系统性控制。平台既掌握商品端的质量、信誉等数据，又掌握消费者的偏好、支付能力等行为数据，通过搜索排序、个性化推荐与差异化定价等机制，对信息的呈现“再过滤、再加工”。消费者面对的已不再是“未经加工的商品信息”，而是平台 - 商家共同塑造的“二次加

工信息”。这意味着传统基于“单一交易关系”的弱者保护逻辑受到挑战：信息不对称不再是可以通过个案纠纷解决的偶发问题，而是嵌入平台技术架构和商业模式之中的结构性结果。如果仍然仅从个别商家的欺诈、隐瞒等行为着眼，就难以解释消费者为何在整体交易结构中持续处于不利地位，也难以合理构建平台在信息不对称中的责任地位。

3.2. 立法模式仍以单一交易为中心，难以涵盖多边平台关系

现行消费者法与电子商务立法虽然对平台责任和消费者权利有所回应，但其基本立法结构仍然建立在“经营者 - 消费者”这一双边交易模式之上。法律条文往往假定交易链条相对短、参与主体较为单一，平台要么被抽象为一般的信息服务提供者，要么被视作中立的技术载体，难以充分呈现平台作为“交易组织者”和“规则制定者”的现实地位[2]。

这种立法结构带来的直接后果，是权利与责任在体系上的“碎片化”：一方面，新型权利形态——例如个人信息控制权、算法知情权、公平推荐权等——只能被拆解到传统的知情权、公平交易权、隐私权之中，缺乏清晰的制度定位；另一方面，平台责任被分散在格式条款规制、安全保障义务、个人信息保护义务等不同法条之中，没有形成以平台控制力和风险分配为轴心的统一理论框架。

从理论角度看，这是传统“契约 - 侵权 - 行政监管”三元结构在面对平台型多边关系时的适用边界问题，即当交易不再是两个主体之间的线性关系，而是围绕平台展开的网络关系时，仅以单一交易为中心的立法模式难以完整承载权利配置和责任分担的复杂性，导致消费者权益保护在制度上出现“覆盖不全”“衔接不畅”的问题。

3.3. 监管模式停留在事后处罚，难以匹配平台的技术与数据能力

在监管层面，电商领域长期沿用以“事后处罚”为主的传统模式，即在消费者投诉或舆论关注之后，监管机关再进行调查、认定和处理。这种模式在工业化时代以产品质量监管为核心时仍有一定适应性，但在高度数字化、即时化的电商环境下，其局限性愈发明显。

一方面，平台掌握着交易全过程的动态数据与算法模型，具有天然的信息优势；而监管机关如果无法取得相应的数据接口和技术支持，就难以及时发现隐蔽性极强的侵权行为，例如大数据“杀熟”、算法歧视、隐形捆绑销售等。监管知识与技术能力明显滞后于平台，对违法行为多处于“事后确认”状态，很难真正实现风险的前端防控。另一方面，电商监管通常涉及多个部门，各部门依据自身职能分别进行管理，形成“条块分割”的格局。这种多头监管结构在本质上仍然依托传统的部门法思维，尚未形成以平台风险为对象的整体治理逻辑，导致信息难以共享、责任难以统筹。这揭示出传统“分散行政权—集中私法自治”的治理模式，在面对平台集中数据与规则支配力时的内在局限[3]。

3.4. 平台责任模糊且定位模糊不清

从平台责任的角度看，当前理论上的最大困境在于平台角色定位的摇摆：一方面，立法和司法实践已经部分承认平台在资质审核、信息管理、安全保障等方面负有积极义务；另一方面，平台又时常以“技术中立”“仅提供场所”为由，主张自身只承担极为有限的注意义务甚至免责。

这种摇摆带来三重理论不确定：第一，在责任基础上，尚未形成共识究竟应将平台责任定位为单纯的过错责任，还是在其控制力明显增强的前提下，引入风险责任乃至类似“监督者责任”的结构；第二，在义务范围上，现有理论更多强调平台的形式审核与被动配合义务，对其是否应负有算法治理、数据管理、公平竞争维护等“实质性组织义务”讨论不足；第三，在责任层级上，平台何时应承担直接责任、何时承担补充责任或协力责任，缺乏清晰的理论标准[4]。

此外，平台已经由传统的“中立中介”演变为在事实层面具有较高组织力和规则支配力的“制度性主体”。如果理论上仍固守中性中介模式，就难以以为实践中的责任配置提供稳定、可预期的判断依据，也难以通过责任规则引导平台将风险治理内化为经营逻辑的一部分。

4. 电商背景下消费者权益保护的路径

4.1. 强化个人信息与数据保护：以数据权利理论补充传统人格权保护

在权利结构上，电商环境对消费者权益的侵害已不再局限于传统意义上的财产损失或人格尊严受损，更重要的是消费者在长期、连续的数据采集和利用过程中处于“被画像”“被评估”的结构性裸露状态。要回应这一现实，必须在理论上引入数据权利与数字人格的视角，对传统人格权与隐私权理论进行扩展。

具体而言，一方面，可以在立法和理论上承认消费者对其个人数据享有一定的控制权，包括知情、同意、访问、更正和删除等具体权能，并将平台对数据的收集、处理和分享行为纳入“数据控制者责任”的分析框架；另一方面，应当将算法推荐、差异化定价等行为纳入公平交易权与反歧视原则的解释空间之内，把对大数据“杀熟”、算法歧视的规制上升为对市场秩序和人格平等的共同维护。

4.2. 完善立法体系：构建以控制力与风险为基础的分层平台责任

在立法路径上，关键在于完成从“交易类型分类立法”向“以平台控制力与风险暴露程度为基础的责任分层立法”的转变。具体而言，可以从两个层面推进：

第一，在责任基础的层面，以平台对交易过程的控制力、对信息与数据的支配力以及从中获得的收益为核心变量，重构平台责任的归责体系。对于自营或深度介入交易的平台，可将其视同直接经营者，适用与经营者相当的合同责任与产品责任规则；对于虽不直接销售但通过算法推荐、流量分配等方式深度影响交易结果的平台，可构建“强化注意义务 + 补充责任”的中间层；对于仅提供基础技术接口而不掌握关键数据、也不参与规则制定的平台，则可适用较为宽松的责任标准。

第二，在体系位置的层面，应通过专门条款和司法解释，明确平台责任在整个消费者法和民法体系中的理论坐标，使平台责任不再是零散分布于多个法律之间的“拼图式存在”，而是围绕风险控制力形成内在逻辑统一的制度板块。从理论上看，这一安排意味着以“控制力 - 风险 - 责任”匹配为核心，替代传统单一以过错为中心的归责模式，使责任分配与平台在交易结构中的实际地位相契合^[5]。

4.3. 构建风险治理导向的监管模式：从违法发现转向风险共治

在监管路径上，应当用“风险治理”的视角重新审视平台在行政法秩序中的位置。与其将平台理解为单纯的监管对象，不如将其视为行政监管体系中的关键治理节点：平台既是风险生成的场所，也是风险识别与预防的重要工具。

具体来说，一方面，可以通过数据接口开放、算法备案与审计等制度安排，使监管机关在技术与数据维度缩小与平台的能力差距，从“事后因果认定”转向“事前风险识别与分级管理”；另一方面，可以通过合规激励、信用约束、柔性规制等手段，引导平台将消费者保护与风险治理内嵌于自身的业务流程和算法设计之中。这种监管模式意味着从传统“违法发现型监管”走向“风险治理型监管”，同时也推动公法理论中关于“合作型行政”“协同治理”等概念在电商领域的具体化：平台不再只是被动接受监管的对象，而是行政权与市场自治之间的“枢纽角色”^[6]。

4.4. 完善纠纷解决机制：将程序性权利保障纳入平台责任结构

在救济路径上，在线纠纷解决机制、举证责任分配、小额纠纷简易程序等制度设计，既是降低维权

成本的技术安排，也是将程序性权利保障纳入平台责任理论的关键环节。

从平台责任的角度看，平台在技术和数据上处于明显优势，其掌握了订单记录、浏览轨迹、聊天记录、评价信息等大量关键证据。要求消费者在举证方面承担与平台同样的负担，显然与责任与能力相匹配的原则不符。因此，通过举证责任倒置、证据推定乃至证据保全义务等机制，将部分程序性负担转移给平台，是对平台控制力的一种制度性回应。同时，平台通过搭建内部纠纷处理机制、对接互联网法院等方式，可以在系统层面降低维权门槛，把“程序正义”内嵌到平台服务之中。从理论上讲，这实际上将是将平台的“协助救济义务”和“程序保障义务”具体化，平台不仅要避免自身侵权，也要通过完善的程序安排协助消费者实现权利。

4.5. 明确平台在法律体系中的定位：从技术中介走向秩序维护型主体

综合以上路径，电商消费者权益保护的制度重构，最终需要落实为对平台定位的理论调整：平台不再是传统意义上的技术中介，而应被理解为承担积极组织义务与风险管理职责的“秩序维护型主体”。

在此定位下：一是在责任基础上，应当承认平台责任具有风险责任与过错责任相结合的复合性，不能再简单以“是否直接与消费者缔约”作为责任划分的唯一标准[7]；二是在义务类型上，应当从形式审核义务出发，逐步扩展到实质审核、信息披露、数据治理、风险预警、协助救济等多元义务，将平台责任贯穿于交易前、中、后的各个环节；三是在责任层级上，应根据平台对交易行为的实质影响程度，构建直接责任、补充责任与协力责任的分层结构，使平台责任与其在交易网络中的功能角色相匹配[8]。

5. 结语

电子商务作为数字经济的核心形态，已成为推动我国经济增长的“新引擎”，但其虚拟性、跨地域性也给消费者权益保护带来了前所未有的挑战。当前，知情权被侵犯、个人信息泄露、售后维权效率低、跨境维权难等问题，不仅损害了消费者的合法权益，也制约了电子商务行业的可持续发展。这些困境背后，是信息不对称、法律滞后、监管不到位、平台责任不明确以及消费者维权能力弱等多重因素叠加，需要从立法、监管、权利、机制、平台五个维度共同解决。

本文在对电商消费者权益保护现实困境进行梳理的基础上，从信息不对称放大、立法结构滞后、监管模式单一以及平台责任模糊等方面揭示了问题的深层成因，并以平台责任理论为主线提出制度重构路径：在立法层面，以平台控制力与风险暴露程度为基准构建分层平台责任体系，使责任配置与平台在交易结构中的实际功能相契合；在监管层面，引入风险治理和协同治理理念，将平台视为行政监管与市场自治之间的枢纽节点，推动传统违法发现型监管向风险预防与合规共建转型；在权利结构层面，以数据权利和数字人格视角补充传统人格权与消费者权利理论，将个人信息控制、算法知情与公平交易纳入消费者保护体系；在救济层面，将在线纠纷解决、举证责任倒置等程序性保障纳入平台责任结构，回应消费者在证据控制和维权成本上的结构性弱势。未来，随着直播电商、社交电商、跨境电商乃至元宇宙消费等新业态的不断涌现，如何在鼓励技术创新与维护消费者权益之间实现更加精细的平衡，有待在本文提出的理论框架与制度构想基础上进一步深化与拓展。

参考文献

- [1] 王健, 吴佳旎. 我国电商平台不公平交易行为的法律治理[J]. 产业经济评论(山东大学), 2025, 24(1): 1-27.
- [2] 刘颖. 迈向数字时代的消费者法: 算法消费者的赋权理论及其体系建构[J]. 社会科学, 2024(7): 180-192.
- [3] 许多奇. 论监管科技的双层容错机制[J]. 政治与法律, 2024(1): 138-157.
- [4] 王承堂. 电子商务平台守门人责任研究[J]. 中国法学, 2025(5): 123-144.

-
- [5] 吴兵. 论互联网平台的信息无障碍环境建设义务[J]. 北京理工大学学报(社会科学版), 2024, 26(4): 129-140.
 - [6] 周辉. 双重秩序视角下的网络平台监管及其制度完善[J]. 法律科学(西北政法大学学报), 2024, 42(6): 49-62.
 - [7] 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]. 中国人大法学, 2019, 33(6): 88-101.
 - [8] 张钦昱. 电子商务平台治理的理念转型与制度调适[J]. 法学评论, 2025, 43(6): 145-156.