

电商平台消费者个人信息保护路径研究

谭若凡

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年12月2日; 录用日期: 2025年12月16日; 发布日期: 2025年12月31日

摘要

随着电子商务的迅猛发展, 电商平台已成为消费者日常生活不可或缺的一部分。消费者在享受电商平台提供便捷服务的同时, 也面临着个人信息侵权等一系列严峻挑战。目前, 我国虽然有《中华人民共和国网络安全法》(以下简称《网络安全法》)、《中华人民共和国电子商务法》《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》)以及新出台的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》等多部法律对电商平台消费者个人信息有所涉及, 但电子商务是依托互联网技术进行商品交易及相关服务的经营活动, 电子商务的发展改变了传统的线下购物方式。在此背景下产生的电商平台消费者个人信息保护存在以下问题: 一是电商平台收集处理消费者个人信息的界限模糊、二是电商平台消费者个人信息保护的法律滞后和执法效能双重制约、三是电商平台消费者自主维权困难。本文针对以上问题, 提出明确电商平台消费者个人信息收集保护标准、健全电商平台消费者权益保护立法和执法体系、完善电商平台消费者个人信息保护维权渠道等三个解决路径, 以便更有效地保护消费者合法权益, 激发市场活力, 促进经济的发展。

关键词

电商平台, 消费者, 个人信息

Research on Personal Information Protection Pathways for Consumers on E-Commerce Platforms

Ruofan Tan

Law School, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: December 2, 2025; accepted: December 16, 2025; published: December 31, 2025

Abstract

With the rapid development of e-commerce, online platforms have become an indispensable part

of consumers' daily lives. While enjoying the convenient services provided by e-commerce platforms, consumers also face a series of serious challenges, including personal information infringement. Currently, although China has several laws, such as the Cybersecurity Law of the People's Republic of China (hereinafter referred to as the Cybersecurity Law), the E-commerce Law of the People's Republic of China, the Personal Information Protection Law of the People's Republic of China (hereinafter referred to as the Personal Information Protection Law), and the newly introduced Regulations on the Implementation of the Consumer Rights and Interests Protection Law of the People's Republic of China, which address the protection of consumers' personal information on e-commerce platforms, e-commerce, as a business activity relying on internet technology for product transactions and related services, has transformed traditional offline shopping methods. Against this backdrop, the protection of consumers' personal information on e-commerce platforms faces the following issues: first, the boundaries for the collection and processing of consumers' personal information by e-commerce platforms are vague; second, there is a dual constraint of lagging legislation and ineffective enforcement in the protection of consumers' personal information on e-commerce platforms; and third, consumers face difficulties in independently safeguarding their rights on e-commerce platforms. To address these issues, this paper proposes three solutions: clarifying the standards for the collection and protection of consumers' personal information on e-commerce platforms, improving the legislative and enforcement systems for the protection of consumers' rights and interests on e-commerce platforms, and enhancing the channels for consumers to protect their personal information on e-commerce platforms. These measures aim to more effectively safeguard the legitimate rights and interests of consumers, stimulate market vitality, and promote economic development.

Keywords

E-Commerce Platforms, Consumers, Personal Information

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. 问题的提出

随着电子商务的快速发展，电商平台已成为消费者日常生活不可或缺的一部分，其逐渐融入到我国的商品经济体系中，对我国原有的消费模式以及相关的市场运行机制进行冲击和重构[1]。消费者在享受电商平台提供便捷服务的同时，也面临着个人信息侵权等一系列严峻挑战。在此背景下，既要通过科学技术的手段来维护公民的合法权益，又需要通过制度化的手段，来防范技术异化所引发的社会风险，在个人信息开发利用的平衡以及安全防护的双重需求下，亟需构建科学系统的法律保障体系。

《个人信息保护法》的出台，标志着我国个人信息保护进入专门的立法阶段，通过对分散立法的整合以及对监察机制的强化等措施，对既往法律适用标准不统一的问题进行了有效地缓解[2]。但是，在相关法律实施的过程中，仍面临着具体规则可操作性不足以及原则性条款占比较高等问题，因此，本文在分析现有规范的基础上，研究电商平台消费者个人信息保护存在的问题，并针对相关问题提出完善建议。

2. 对电商平台消费者个人信息保护规制的必要性

首先，从消费者角度来说，电商平台运用的个人信息收集与处理技术较为先进，使得电商平台和消费者之间的地位极不平衡，消费者个人力量的薄弱使得消费者在有关电商平台个人信息侵权案件的司法实践中面临举证困难等问题。通过研究电商平台消费者个人信息法律保护体系，能够保护消费者个人信

息不被非法收集和利用[3],从而保障消费者人格尊严、维护消费者隐私、守护消费者的财产权。

其次,从电商平台来说,完善消费者个人信息保护路径有利于增强电商平台和消费者之间的信任,从而降低交易成本。电商平台通过检索消费者个人信息,分析消费者的购物倾向、购物喜好,从而调整自身的商品营销策略,更好地迎合消费者的购物需求,实现利润最大化。同时,电商平台在对消费者个人信息共享、转移和披露时,往往还容易出现对消费者个人信息的泄露行为,这不仅侵害消费者个人信息权益,还会为经济犯罪提供便利条件[4]。如果不对此种行为进行规制,将导致大型平台利用其数据垄断地位进行不正当竞争。因此,建立统一的数据规则能够所有市场参与者(尤其是中小商家)设定公平的起跑线。信任是电商交易的基石,完善强有力的个人信息保护机制能显著增强消费者对平台的信任感,从而促进消费、提升用户粘性和复购率。反之,信任崩塌将导致用户流失。

最后,从国家和社会角度来说,消费者个人信息承载着不同主体的利益,包括主体的人格权利和财产权利,消费者有权对自己的信息进行保护、使用和支配。个人信息天然具有社会公共属性,其不是一种具有固定边界的私人权利[5]。营造健康有序的数字经济环境有助于促进国家经济健康持续发展,维护社会秩序稳定。

3. 电商平台消费者个人信息保护的现实困境

当前,电商平台运用的个人信息收集与处理技术较为先进,使得电商平台和消费者之间的地位极不平衡,消费者个人力量的薄弱使得消费者在有关电商平台个人信息侵权案件的司法实践中面临维权困难等问题。我国消费者个人信息保护面临着诸多挑战:一方面,由于消费者未意识到自己被侵权或者已经意识到被侵权,但由于维权成本高和程序繁琐,也不愿主动维护自身的权益;另一方面,由于在网络交易过程中,平台或经营者与消费者所处的法律地位不平等,经营者或平台在消费者维权过程中可以提供更多有利于自身的证据,与此相反,消费者则会陷入“自证陷阱”。本文通过研究电商平台消费者个人信息保护规则,探索出一条更有利于保护消费者个人信息的路径。

(一) 电商平台收集处理消费者个人信息的界限模糊

《网络安全法》第四十一条规定了网络运营者收集、使用个人信息,应当明示收集、使用信息的目的、方式和范围,并经被收集者同意的要求。由此可看出,法律要求经营者在收集消费者个人信息的过程中需遵循“明示+同意”原则,但这项原则并没有得到很好地遵守。在日常生活中,非法利用消费者个人信息进行分析以致“大数据杀熟”现象比比皆是。“大数据杀熟”是指商家通过对顾客数据进行算法分析后,对不同消费群体的顾客收取不同的价格。算法定价具有“黑箱”效应,消费者无法获知算法内部运行细节,这种行为严重侵犯消费者知情权与公平交易权[6]。加之,我国现行相关法律在对“大数据杀熟”的规制上面临诸多困境,包括难以保护消费者个人信息、难以约束经营者差别定价、消费者举证难度大等[7]。在告知消费者方面,一方面,电商平台将告知内容设置过于冗长,使消费者缺乏耐心进行阅读,因此更多的情形是消费者并未完全阅读就直接勾选了同意选项,更极端情况下甚至未打开阅读就直接进行了同意选项的勾选。另一方面,还有部分电商平台将这种告知内容设置得极为简短,仅以寥寥几行字的形式将该电商平台要对登录平台的消费者个人信息进行收集这一要求告知消费者,并不对其展开论述,因此导致消费者对电商平台要获取的信息存在模糊理解,甚至不知道电商平台要对收集后的个人信息进行如何处理等内容[8]。这两种告知方式都使得告知要求的存在形同虚设。同意原则是我国个人信息保护的核心原则之一,同意原则的设置主要是为了保护消费者的知情权与公平交易权,消除个人信息处理者与消费者之间信息不对称的状态,实践中平台往往通过默认勾选、弹窗捆绑等方式实现形式合规,这使得告知同意机制沦为“控制的幻象”,未能真正保障消费者知情权与控制权。

(二) 电商平台消费者个人信息保护的法律滞后和执法效能双重制约

《中华人民共和国民法典》(以下简称《民法典》)将个人信息保护和隐私权纳入其中,对自然人个人信息的保护起到了一个原则纲领性作用,但对于规定“非法购买、非法收集、非法获取”概念过于模糊,导致司法实践中法官运用具体条款进行裁判说理存在差异。《个人信息保护法》作为我国第一部专门针对自然人个人信息保护的法典,在相关法律的基础上,进一步细化、完善个人信息保护应遵循的具体原则,包含了对大数据杀熟的规制,确立了一个全新的“告知-同意”规则,而互联网消费者个人信息权益往往被架空,没有自主选择权利,其条款的合理性和现实性欠缺。由此可见,目前我国关于消费者个人信息保护的立法多为框架性、原则性的规定,无法适用多样化的互联网环境。大型平台往往占据优势地位,消费者个人信息权被架空,难以起到真正规制的作用,即使规定了过错推定立场,在侵权行为和损害结果认定上,消费者较难通过取证直接证明因果关系,即使胜诉往往得到的经济赔偿很少,电商平台往往抓住立法所具有的滞后性、模糊性,由此来规避法律责任。在执法层面,对消费者个人信息执法监管不严格。一方面,由于缺乏明确、统一的法律规范,网信、市场监管、公安等部门之间的职能分工不明确,导致在实际监管中出现权责交叉与协作缺位并存等情形。另一方面,面对电商平台加密传输、分布式存储等技术手段,监管部门存在取证难、溯源难等问题,加上违法成本较低,难以形成有效震慑。

(三) 电商平台消费者自主维权困难

电商平台违规使用消费者个人信息侵害消费者知情权、公平交易权和求偿权[9]。目前,消费者可以通过“全国 12345 平台”、“消费保小程序”、采取诉讼等方式进行维权。尽管目前已有多种渠道帮助消费者维权,但消费者的自我救济仍然处于薄弱状态。在个人信息保护意识普遍薄弱的现状下,消费者不仅对自身信息权益表现出“漠视”的态度,更会在无意识中作出主动暴露敏感信息的行为。一方面,由于消费者的法律意识淡薄,当消费者的个人信息受到侵害时,消费者普遍不会选择积极主动地寻求救济,一般选择直接删除短信或挂断电话等方式,从而造成消费者维权困境。另一方面,在诉讼阶段,由于消费者和经营者的举证责任分配不对等,导致消费者在举证方面处于劣势。当部分消费者终于鼓起勇气寻求法律救济时,却发现难以举证,难以构建完整的证据链条,这进一步加剧了消费者的无力感,使得更多潜在维权者望而却步。现实生活中,电商平台凭借自身优势掌握更多的信息和资源,而消费者在维权时往往难以获得足够有利的证据,容易处于相对劣势的地位,造成维权困境。

4. 电商平台消费者个人信息保护的解决路径

(一) 明确电商平台消费者个人信息收集保护标准

知情同意原则被视为个人信息保护的首要原则,是个人人格尊严的体现,其目的在于维护个人对其自身信息的自主支配权,贯穿于个人信息收集、利用的整个过程[10]。在告知消费之方面,我国应当规定电商平台要采用分层告知的设计方式,将核心条款突出显示和次级条款折叠,同时规定电商平台设置核心条款强制停留的要求[11]。分层结构精准对应《个人信息保护法》第十七条“显著、清晰、易懂”的法定要求,既可以避免“全有或全无”式同意导致的告知内容无效风险,又能够满足监管机构对透明度的审查标准。电商平台应当告知消费者个人信息的收集和使用规则,并不违反法律、法规以及双方的约定收集和使用该信息。在消费者同意方面,细化消费者同意标准,可以根据不同年龄划分不同的信息主体类型,根据信息重要程度划分不同的信息类型,从而设立分级授权制度。这样既保障了数据主体的控制权,又为电商平台运营保持活力。

(二) 健全电商平台消费者权益保护立法和执法体系

我国在电商平台消费者个人信息立法保护方面,应进一步完善相关的立法,相关的司法解释和实施条例,使其更具有针对性,应要求电商平台在对消费者个人信息的采集、使用过程中,遵守合法、正当、必要的原则,对收集、使用信息的目的、模式和范围作出明确的规定,并征得消费者的同意。从域外立

法实践来看,各个国家也通过自身不同的价值取向制定出不同的探索路径。欧盟通过对数据可携权以及被遗忘权等相关制度的创新对个人控制权进行强化,但是极为严苛的合规框架不断提升了市场的准入门槛。而美国则是采取了“选择退出”的机制,在基础隐私保护框架内,为数据的商业化预留出足够的空间[12]。日本则是针对信息分级管理机制进行创新型的构建,通过全新的技术手段,对数据利用需求以及消费者隐私安全风险之间进行平衡,充分展现出制度设计的灵活性。通过上述实践不难看出,消费者个人信息保护不应只是单向的对权利进行宣示,而是要构建出同数据流通的实际需求所匹配的科学治理生态。在执法层面,其一,在职责划分方面,构建高效协同的监管体系,明确界定职责边界与执法权限,清晰划分网信办、工信部、市场监管总局等部门的监管范围,建立主管部门牵头、相关部门配合的联动机制,彻底消除职责模糊地带,杜绝执法不一致、相互推诿等现象[13]。其二,提升执法队伍的专业化水平,建立专业人才引进机制,重点吸纳精通法律、计算机技术、数据安全等领域的复合型人才;开展常态化培训,定期组织法律知识更新,为加强监管效能提供重要保障。

(三) 完善电商平台消费者个人信息保护维权渠道

在消费者自主维权方面,从实践可看出,单纯依靠消费者自身进行维权难以推动“被动维权”向“主动维权”转换。应采取消费者法保护与公法保护相结合的方式,有必要结合具体场景,将私法“消费者法化”,以真正发挥私法在保护公民隐私权益方面的作用[5]。公益诉讼所保护的法益可能直接指向个人信息所包含的公共利益,而不是集合意义上的个人信息的人格权益。从公众参与、公共生活与公民社会的角度观察,在大数据时代,每时每刻都有海量个人信息遭到巨型平台与公共部门的提取、识别与汇聚,该过程中的不法行为或违规行为所引发的个人信息大规模侵害行为,例如信息泄露、算法歧视与追踪监控等,都可能对公共利益造成不可逆的损害[14]。公益诉讼的诉权主体主要有检察机关、法律规定的消费者组织以及国家网信部门规定的有关组织。本文仅对检察机关和消费者组织进行分析。检察机关在民事检察公益诉讼中的定位,是公共利益的代表者、诉讼的协助者以及起诉的兜底者。消费者组织是确保消费者权益得到有效保护、市场秩序得以维护的关键主体,应加强对消费者组织资金、人力与技术上的保障,以确保其在保护消费者权益中发挥作用,提高消费者组织在电商平台消费者个人信息侵权纠纷公益诉讼中的积极性。在举证责任分配方面,应平衡电商平台消费者个人信息举证责任分配,如降低损害结果的证明,规定只要电商平台实施了对消费者个人信息侵权行为,即使未造成显著后果,也要视为消费者个人信息已处于危险状态。消费者只需提供足够的证据证明其个人信息因电商平台侵权行为面临更高的风险,存在更高的损害结果发生率即可,以便更好地保护消费者权益。

5. 结语

电商平台消费者个人信息法律保护研究是一个复杂而重要的课题,它不仅关乎消费者个体的知情权、公平交易权等相关合法权利,更涉及社会信用体系的构建与数字经济的可持续发展。通过明确电商平台消费者个人信息收集保护标准、健全电商平台消费者权益保护立法和执法体系、完善电商平台消费者个人信息保护维权渠道,我们可以有效遏制电商平台个人信息泄露和滥用的违法行为,切实保护消费者的合法权益,为电子商务行业的健康发展奠定坚实基础。未来,随着技术的不断进步和法律体系的日益完善,我相信,关于电商平台消费者个人信息的法律保护会更加健全,有关电商平台消费者个人信息的保护措施将更加有力!

参考文献

- [1] 范明志. 个人信息保护公益诉讼的制度展开[J]. 法律科学(西北政法大学学报), 2025, 43(1): 109-121.
- [2] 曾雄. 在数字时代以反垄断制度保护个人信息的路径与模式选择[J]. 国际经济评论, 2022(3): 156-176, 8.

-
- [3] 刘文添, 李佳. 经营者未经同意不得使用其掌握的消费者个人信息进行商业宣传——郑某某与某投资有限公司网络侵权责任纠纷案[J]. 法治论坛, 2023(1): 339-347.
 - [4] 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.
 - [5] 丁晓东. 个人信息私法保护的困境与出路[J]. 法学研究, 2018, 40(6): 194-206.
 - [6] 孟勤国. 治理算法歧视侵害消费者权益的关键问题——以大数据杀熟为视角[J]. 法律适用, 2023(3): 37-47.
 - [7] 谈萧, 潘佳宁. “大数据杀熟”的消费者法规制[J]. 法治论坛, 2022(4): 19-36.
 - [8] 刘颖, 王佳伟. 平台经济中个人信息“告知-同意”的性质认定与规范解释[J]. 同济大学学报(社会科学版), 2023, 34(3): 111-124.
 - [9] 郑翔, 魏书缘. 算法定价模式下的消费者权益保护[J]. 东北师大学报(哲学社会科学版), 2022(4): 83-90.
 - [10] 倪斐. 数据竞争下消费者隐私权保护的竞争法介入[J]. 北方法学, 2022, 16(1): 117-131.
 - [11] 杨惟钦. 敏感个人信息告知同意规则的制度逻辑、规范解释与补强[J]. 财经法学, 2024(1): 100-115.
 - [12] 冯恺. 个人信息“选择退出”机制的检视和反思[J]. 环球法律评论, 2020, 42(4): 148-165.
 - [13] 朱晓娟. 论跨境电商中个人信息保护的制度构建与完善[J]. 法学杂志, 2021, 42(2): 87-96.
 - [14] 丁晓东. 个人信息公私法融合保护的多维解读[J]. 法治研究, 2022(5): 14-25.