

信息不对称困境下二手电商消费者权益保护的 法律路径研究

李震洋

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2026年1月21日; 录用日期: 2026年2月3日; 发布日期: 2026年3月2日

摘要

数字经济与循环经济的深度融合推动二手电商市场迅猛发展, 但交易的虚拟性、商品的非标准化及主体身份的复杂性, 加剧了买卖双方的信息不对称困境, 导致消费者知情权、公平交易权、求偿权等权益受侵害问题频发。本文以信息不对称理论与消费者权益保护理论为依托, 结合二手电商交易的实践特征, 系统剖析信息不对称在交易各环节的表现形态及其引发的法律风险, 包括商品质量信息不透明、经营者身份认定模糊、平台监管责任虚化、纠纷解决机制低效等。通过梳理我国现行《消费者权益保护法》《电子商务法》等相关规范在二手电商领域的适用困境, 借鉴现有研究成果与司法实践经验, 从立法完善、监管强化、平台责任细化、权利救济优化四个维度, 构建针对性的法律保护路径。研究提出, 应明确二手商品信息披露标准与经营者认定规则, 建立分层分类的平台监管机制, 完善举证责任分配与在线纠纷解决制度, 以破解信息不对称带来的权益保护难题, 促进二手电商市场的规范化发展与数字消费生态的良性构建。

关键词

信息不对称, 二手电商平台, 消费者权益, 法律路径, 平台责任

Research on the Legal Paths for Protecting Consumers' Rights and Interests in Second-Hand E-Commerce under the Dilemma of Information Asymmetry

Zhenyang Li

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: January 21, 2026; accepted: February 3, 2026; published: March 2, 2026

Abstract

The in-depth integration of the digital economy and the circular economy has driven the rapid development of the second-hand e-commerce market. However, the virtual nature of transactions, the non-standardization of commodities, and the complexity of subject identities have exacerbated the information asymmetry dilemma between buyers and sellers, leading to frequent infringements on consumers' rights and interests such as the right to know, the right to fair trade, and the right to claim compensation. Based on the information asymmetry theory and the consumer rights protection theory, this paper combines the practical characteristics of second-hand e-commerce transactions to systematically analyze the manifestations of information asymmetry in various links of transactions and the resulting legal risks, including opaque commodity quality information, vague identification of operator identities, weakened platform supervision responsibilities, and inefficient dispute resolution mechanisms. By sorting out the application dilemmas of China's current relevant norms such as the *Consumer Rights and Interests Protection Law* and the *E-Commerce Law* in the field of second-hand e-commerce, and drawing on existing research results and judicial practice experience, this paper constructs targeted legal protection paths from four dimensions: legislative improvement, supervision strengthening, platform responsibility refinement, and right relief optimization. The research proposes that it is necessary to clarify the information disclosure standards for second-hand commodities and the identification rules for operators, establish a hierarchical and classified platform supervision mechanism, and improve the burden of proof allocation and online dispute resolution system, so as to solve the problem of rights and interests protection caused by information asymmetry, and promote the standardized development of the second-hand e-commerce market and the sound construction of the digital consumption ecosystem.

Keywords

Information Asymmetry, Second-Hand E-Commerce Platforms, Consumer Rights and Interests, Legal Path, Platform Responsibility

Copyright © 2026 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

数字经济与循环经济的深度融合，推动我国二手电商市场进入高速发展期，闲鱼、转转等平台的用户规模与交易额连年攀升，闲置物品交易通过资源再利用契合可持续发展理念，已成为网络经济中极具活力的新兴业态。但二手电商交易的虚拟性、商品非标准化特征，以及“个人闲置”与“经营性销售”主体身份的模糊性，使得买卖双方信息不对称问题尤为突出，进而引发卖方隐瞒商品状况、平台监管责任虚化、假冒伪劣商品流通等乱象，消费者知情权、公平交易权与求偿权难以得到有效保障。尽管《消费者权益保护法》《电子商务法》为网络消费者权益提供了基础保障，但现有规范缺乏对二手电商交易特殊性的针对性回应，制度碎片化、法律适用分歧等问题凸显，难以破解信息不对称引发的权益保护难题，制约了行业规范化发展与社会资源高效配置。在此背景下，二手电商消费者权益保护已成为学界与实务界共同关注的核心议题，国内外学者围绕该领域展开了多维度研究，相关研究现状梳理如下。

从国内研究来看，学界聚焦二手电商交易的本土特殊性，围绕权益受损表征、困境成因及法律路径形成了系列研究成果。在权益受损表征方面，国内学者普遍认为信息不对称是核心诱因，莫蕙源(2023) [1]

通过案例分析指出, 消费者知悉真情权受侵害最为突出, 具体表现为卖方隐瞒商品瑕疵、虚构使用年限等欺诈行为, 同时公平交易权、无理由退货权及求偿权难以得到有效保障; 张子琪(2022) [2]则聚焦闲置物品交易场景, 发现商品质量与描述不符、售后维权渠道不畅、平台纠纷处理机制低效是权益受损的主要表现, 轩岩(2024) [3]针对 C2C 模式进一步指出, 平台监管缺位导致虚假宣传、恶意骚扰等行为频发, 且小额纠纷维权成本与收益失衡问题突出。在困境成因方面, 学者们构建了“主体 - 制度 - 技术”的多元分析框架, 陈盼(2025) [4]指出交易主体身份混同是核心症结, “个人卖家”与“经营性主体”界限模糊导致法律适用标准不统一; 王怡然(2025) [5]、吕来明等(2021) [6]强调现行法律法规存在制度碎片化问题, 缺乏针对二手电商特殊性的专门规定, 质量标准与交易规范缺失加剧了制度真空; 在解决路径方面, 学界普遍主张从立法、监管、平台责任等维度发力, 陈盼(2025) [4]建议明晰经营性主体认定的量化标准, 石沁灵(2023) [7]提出建立二手商品质量标准体系, 马淑萍等(2022) [8]主张构建政府监管与行业自律相结合的多元监管模式, 轩岩(2024) [3]则建议推广多元化线上纠纷调解机制以降低维权成本。

国外研究以信息不对称理论为核心基石, 形成了兼具理论深度与实践导向的研究成果。Akerlof (1970) [9]在《柠檬市场: 质量不确定性与市场机制》中开创性提出, 质量信息不对称会导致市场逆向选择, 这一理论为二手电商交易研究提供了核心分析框架。后续学者进一步拓展理论应用边界, Zhao 等(2025) [10]通过实证研究验证了二手电商场景中声誉信息不对称对社会福利的负面影响, Wang 等(2023) [11]结合平台外部性理论, 揭示了“信息不对称 - 假冒滋生 - 权益受损”的恶性循环。在权益风险表征方面, 国外研究聚焦细分场景展开精准分析, Tandon 等(2024) [12]指出二手奢侈品交易中, 商品真伪、成色、维修历史等信息不透明导致消费者感知不确定性显著提升; 欧洲委员会(2025) [13]、爱尔兰竞争与消费者保护委员会(2025) [14]等机构的调查数据显示, 超过半数的二手电商经营者存在未充分披露商品瑕疵、隐瞒经营者身份、不合理限制退货权利等违法违规行为, 信息披露不充分已成为普遍问题。在治理机制研究方面, 国外学者聚焦信号传递、技术赋能与平台责任三大核心维度, Liang 等(2024) [15]实证发现, 卖家声誉评价、第三方质检认证等信号能有效降低信息不确定性, 平台规范化信号传递渠道具有关键作用; Youn 等(2025) [16]探讨了区块链技术的应用价值, 指出其不可篡改特性可实现商品全生命周期信息追溯, 为权益保护提供技术支撑; OECD (2022) [17]在政策报告中明确平台的核心监管责任, 包括严格的卖家准入审核、规范的信息披露标准与高效的纠纷处理渠道, Liang 等(2024) [15]的研究进一步验证了平台主动治理行为对降低信息不对称的显著效果。

综合来看, 国内外研究已围绕二手电商消费者权益保护构建起基础理论框架与实践应对思路, 国内研究立足本土实践, 针对性强但细分场景研究深度不足, 国外研究理论体系成熟、技术赋能视角突出, 但与我国二手电商市场的本土化特征适配性有待提升。整体而言, 现有研究仍存在新技术法律回应滞后、实证支撑薄弱、尚未形成系统性权益保护机制等共性局限, 这也为本次研究提供了切入点与创新空间。

基于现有研究的成果与局限, 本研究立足信息不对称理论与消费者权益保护理论, 聚焦二手电商交易的特殊场景, 系统剖析信息不对称在主体认定、商品披露、平台监管等环节的表现形态与法律成因, 厘清平台、经营者与消费者的法律关系及权利义务边界。研究旨在通过明确二手商品信息披露标准、细化主体认定规则、完善平台责任配置与纠纷解决机制, 构建适配二手电商发展的消费者权益法律保护体系。从理论层面, 本研究可弥补现有研究对二手交易特殊性关注不足的理论空白, 丰富数字经济背景下消费者权益保护的体系, 推动电子商务法与消费者权益保护法的理论创新与实践衔接; 从实践层面, 可破解行业发展乱象, 为立法完善、监管强化与司法裁判提供实践参考, 提升消费者信任度, 推动二手电商行业从规模扩张向质量发展转型, 助力数字消费生态良性构建。后续研究将围绕上述核心问题, 展开具体分析 with 机制设计。

2. 二手电商平台消费者权益保护的法律现状及现实困境

2.1. 现有法律规范梳理

1) 核心法律条款的适用梳理

我国现行消费者权益保护法律体系以《民法典》《消费者权益保护法》《电子商务法》为核心，为二手电商交易提供了基础性规范依据，但缺乏针对性适配设计。《民法典》合同编、侵权责任编确立了诚实信用、公平等价等基本原则，明确了买卖合同中出卖人的瑕疵担保义务与侵权责任的一般归责原则，构成二手电商交易的民事法律基础。《消费者权益保护法》规定了消费者的知情权、公平交易权、求偿权等核心权利，明确了经营者的信息披露、售后保障等义务，但该法主要基于全新商品交易场景制定，对二手商品的特殊性考量不足[18]。《电子商务法》则聚焦电商平台的责任规制，其第38条明确了平台对消费者的安全保障义务及明知或应知侵权时的连带责任，但对二手电商平台的特殊监管义务未作专门规定。

此外，部分专项法规与部门规章对特定领域二手交易作出补充规范。例如，《二手车流通管理办法》《二手车交易规范》对二手车交易的信息披露、质量检测等作出具体要求，为该细分领域的消费者权益保护提供了直接依据，《网络购买商品七天无理由退货暂行办法》明确了无理由退货的适用范围与商品完好标准，但将“已拆封的二手商品”列为除外情形，导致二手电商消费者的反悔权难以得到充分保障[19]。

2) 行业规范与平台规则的衔接冲突

二手电商领域的行业自律规范与平台规则尚未形成与法律规定的有效衔接，甚至存在冲突与模糊地带。行业层面，目前缺乏统一的二手商品质量评价标准、信息披露规范及交易流程指引，导致不同平台的运营规则差异较大，消费者难以形成稳定的权利预期。平台层面，主流二手电商平台均制定自身的交易规则、售后保障机制与纠纷处理流程，如闲鱼的“担保交易”“纠纷介入调解”规则、转转的“验机服务”标准等，这些规则在一定程度上弥补了法律规定的抽象性缺陷。

但平台规则的自治性特征也带来诸多问题：一是部分平台规则存在权利义务不对等倾向，过度限制消费者权利，如单方面设置严苛的退货条件、缩短售后维权时效等，与《消费者权益保护法》的公平原则存在冲突；二是平台规则的透明度不足，部分核心条款以服务协议、隐私政策等形式隐性呈现，语言晦涩难懂，消费者难以充分知晓自身权利与救济途径；三是平台规则的执行缺乏有效监督，“形式化审核”“选择性执法”现象较为普遍，导致规则沦为纸面规定，未能切实发挥权益保护作用。

2.2. 法律适用与实践中的困境

1) 法律条款针对性不足，适配性缺陷凸显

现有法律规范多基于全新商品交易场景构建，对二手商品的非标准化、折旧特性、瑕疵边界等核心特征缺乏明确界定，导致法律适用陷入困境。其一，瑕疵担保义务的适用标准模糊。《民法典》规定的出卖人瑕疵担保义务难以直接适用于二手交易，对于“合理瑕疵”与“重大瑕疵”的区分、卖方告知义务的范围缺乏统一标准，司法实践中常出现同案不同判现象。例如，二手车交易中，卖方未披露的轻微维修记录是否构成违约，不同法院的裁判尺度存在显著差异。其二，“三包”等售后保障制度难以适用。二手商品通常被排除在国家“三包”政策之外，《消费者权益保护法》规定的退货、更换、修理义务缺乏明确的适用场景，消费者遭遇质量问题时难以获得有效救济。其三，惩罚性赔偿的适用存在争议。《消费者权益保护法》第55条规定的惩罚性赔偿以“经营者欺诈”为适用前提，但二手电商中“个人卖家”与“经营性主体”的身份界定模糊，导致消费者难以主张惩罚性赔偿。

2) 平台责任界定不清，监管义务虚化

《电子商务法》虽确立了电商平台的基本责任框架，但对二手电商平台的特殊监管义务界定模糊，

导致平台责任边界不清、监管缺位。首先是信息核验义务缺乏明确标准。法律未规定平台对二手商品信息的核验程度与具体流程，平台多采取“形式审核”模式，仅对卖家上传的信息进行表面审查，未对商品质量、来源合法性等进行实质核验，导致虚假宣传、假冒伪劣商品充斥市场。其次它的安全保障义务的履行标准不明。《电子商务法》第38条规定的平台安全保障义务被解读为“最大努力义务”，但对于平台应采取何种技术手段防范欺诈、如何保障交易资金安全等缺乏具体要求，导致平台在实践中缺乏明确的行动指引。其三，“避风港原则”被滥用。部分平台以“仅提供交易撮合服务”为由，主张适用“避风港原则”规避自身责任，对于消费者的投诉举报推诿拖延，未能履行纠纷调解、侵权制止等法定义务。

3) 举证责任分配不合理，消费者维权陷入被动

二手电商交易的虚拟性与信息不对称性，导致消费者在维权诉讼中面临举证难的困境，现有举证规则未能充分考虑消费者的弱势地位。首当其冲的就是商品质量与欺诈行为的举证难度大。消费者需证明商品质量与卖家描述不符、卖家存在主观欺诈故意，但二手商品的质量状况具有主观性与隐蔽性，消费者难以固定关键证据，而卖家掌握商品的原始信息与交易记录，却无强制举证义务。例如，消费者主张卖家隐瞒商品维修史，需自行提供检测报告等证据，成本高昂且难度较大。同时在因果关系上也存在着举证障碍。消费者需证明自身损害与卖家的违约或侵权行为存在直接因果关系，但二手商品的损害可能源于使用过程中的自然损耗，难以区分责任归属。还有一个很重要的问题就是平台责任的举证不足。消费者要求平台承担连带责任时，需证明平台“明知或应知”侵权行为存在，但平台的信息管理与审核过程不透明，消费者难以获取相关证据。

2.3. 信息不对称的具体表现与权益侵害后果

1) 信息不对称的多维表现形态

二手电商交易中的信息不对称贯穿交易全流程，呈现出多层次、复合型特征，成为消费者权益受损的根源。其一，商品信息不对称。卖家作为商品的原所有者，掌握商品的真实质量状况、使用年限、维修历史、瑕疵情况等核心信息，而消费者仅能通过卖家提供的图文、视频等间接了解商品信息，信息真实性与完整性难以保障。部分卖家为追求利益最大化，刻意隐瞒商品瑕疵、夸大商品成色，甚至伪造商品来源与使用记录，加剧信息鸿沟。其二，交易主体信息不对称。二手电商平台对卖家身份的核验门槛较低，个人卖家的真实身份、经营资质、信用状况等信息不透明，消费者难以区分个人闲置转让与经营性销售，维权时难以确定责任主体，部分经营性主体以个人卖家名义入驻平台，规避经营者义务与责任，消费者遭遇侵权后难以追责^[20]。其三，售后与维权信息不对称。平台的售后保障规则、纠纷处理流程、维权渠道等信息多由平台单方面制定并发布，消费者缺乏充分的知情权与参与权；同时，二手商品的售后保障标准不统一，“三包”政策的适用范围、退货条件等模糊不清，消费者对自身权利与救济途径认知不足。

2) 信息不对称引发的消费者权益侵害问题

信息不对称导致消费者在交易中处于弱势地位，引发一系列权益侵害问题，严重破坏市场秩序与交易信任。其一，财产权益受损。虚假宣传、货不对板、恶意欺诈等行为频发，消费者支付的价款与实际获得的商品价值严重不符，导致直接经济损失。例如，二手奢侈品交易中，消费者以正品价格购买到假冒伪劣商品；二手车交易中，卖家隐瞒车辆事故史与重大维修记录，导致消费者遭受财产损失。其二，知情权与公平交易权落空。消费者因无法获取商品真实信息，难以作出理性的交易决策，公平交易权受到实质性侵害^[21]。部分卖家利用信息优势，设置不公平的交易条件，如单方面限制退货、强制搭售服务等，进一步剥夺消费者的平等协商权利。其三，维权成本高、救济难。信息不对称导致消费者举证困难，加之平台与卖家互相推诿责任，消费者需投入大量时间、精力与金钱进行维权，维权成本往往超过实际损失，导致多数消费者选择放弃维权。即使消费者提起诉讼，也面临诉讼周期长、裁判标准不统一等问题，

权利救济的实效性不足。这种“维权难”的现状反过来加剧了市场的逆向选择，形成“欺诈获利 - 诚信经营受损”的恶性循环，严重阻碍二手电商市场的健康发展[22]。

3. 破解信息不对称困境的二手电商消费者权益保护法律路径

信息不对称是二手电商消费者权益受损的核心症结，其破解需依托法治思维，构建“立法精准赋能 - 监管协同发力 - 平台归责强化 - 权利救济优化”的全链条法律路径，通过制度设计矫正信息失衡状态，实现消费者权益保护与行业健康发展的良性平衡。

3.1. 完善信息检验与披露机制

1) 细化二手商品交易专项规则

在现有法律框架基础上，通过立法修订与专项立法相结合，填补二手电商交易的规范空白。其一，明确二手商品的界定标准与交易规则，在《消费者权益保护法》中增设“二手商品交易特别条款”，区分“个人闲置转让”与“经营性二手交易”，明确不同交易类型的法律适用差异。对于经营性二手交易，强制要求卖家履行与全新商品交易同等的信息披露、质量保障义务；对于个人闲置转让，适度减轻卖家责任，但明确核心瑕疵的强制告知义务。其二，建立二手商品信息披露统一标准，要求卖家全面、真实、准确披露商品的质量状况、使用年限、维修历史、瑕疵情况等核心信息，采用标准化信息表格形式呈现，确保消费者清晰知晓商品真实属性，对二手车、二手奢侈品等高价值商品，强制要求提供第三方检测报告，明确检测机构的资质要求与责任承担。其三，优化反悔权与售后保障规则，适度扩大二手商品无理由退货的适用范围，仅将“已使用且无法恢复原状的特殊商品”排除在外，明确二手商品“完好标准”的认定细则，鼓励行业建立二手商品“有限三包”制度，针对符合条件的二手商品设定合理的保修期限与维修责任。

2) 明晰交易主体法律地位与责任

通过立法明确二手电商交易中各方主体的法律地位，构建权责清晰的责任体系。其一，确立经营者的认定标准，采用“交易频次 + 盈利目的 + 商品属性”的综合认定模式，明确在一定周期内多次交易、以盈利为目的转让二手商品的主体视为经营者，适用《消费者权益保护法》对经营者的全部义务要求。平台需对卖家身份进行实质性核验，对疑似经营性主体进行标注与监管，建立经营者实名登记与资质公示制度。其二，强化平台的特殊责任与义务，在《电子商务法》中增设二手电商平台的专项义务条款，明确平台在信息核验、质量监管、纠纷调解等方面的具体职责，要求平台建立卖家信用评价体系与商品溯源机制，对失信卖家采取限制交易、清退等惩戒措施。其三，明确第三方服务机构的法律责任，规范二手商品检测、评估机构的市场准入与执业标准，要求检测机构对检测结果的真实性、准确性负责，因虚假检测导致消费者损失的，承担连带赔偿责任。

3.2. 监管强化：构建多元协同的监管机制

1) 建立分层分类的精准监管体系

针对二手电商交易的复杂性与差异性，构建差异化、精准化的监管机制。其一，按商品价值与风险等级实施分类监管，将二手车、二手奢侈品、二手电子产品等高价值、高风险商品列为重点监管对象，要求平台强制接入第三方检测机构，实行交易信息强制备案制度；对普通闲置物品，实行适度监管，重点打击欺诈、假冒伪劣等严重侵害消费者权益的行为。其二，按交易模式实施差异化监管，对 C2C 模式，强化平台的监管责任，要求平台建立交易资金担保机制与纠纷先行赔付制度；对 B2C 模式，强化经营者的主体责任，实行更严格的信息披露与质量保障要求。其三，运用技术手段实现动态监管，推动监管部门与平台数据共享，利用大数据、人工智能等技术对交易数据进行实时监测，自动识别虚假宣传、恶意

欺诈等异常交易行为,实现智慧监管,建立违法违规行为黑名单制度,实现跨平台、跨区域监管联动[23]。

2) 强化监管协同与执法效能

破解二手电商监管碎片化问题,构建多部门协同、跨区域联动的监管格局。其一,建立跨部门协同监管机制,明确市场监管、网信、商务、公安等部门的监管职责,设立二手电商监管专项工作组,定期开展联合执法行动,重点查处虚假宣传、假冒伪劣、侵犯个人信息等违法行为,建立监管信息共享平台,实现违法线索互通、调查结果互认,避免重复监管与监管真空。其二,加强跨区域监管协作,针对二手电商跨地域性特征,建立全国统一的监管协作机制,明确异地投诉举报的处理流程与责任划分,实现“一地举报、全国协查”,运用区块链技术建立全国统一的二手商品交易溯源平台,实现商品信息、交易记录、检测报告等数据的跨区域共享与不可篡改,为跨区域监管与维权提供技术支撑。其三,强化行业自律与社会监督,引导成立二手电商行业协会,制定行业自律标准与行为规范,开展行业信用评价与认证工作,畅通消费者投诉举报渠道,设立全国统一的投诉举报平台,简化投诉流程,对投诉举报及时受理、依法处理并反馈结果。

3.3. 平台责任强化: 界定合理监管边界

1) 运用法经济学界定平台审核义务边界

从法经济学的视角深入分析,平台审核义务的合理边界应当基于成本-收益原则与社会总福利最大化目标,在“充分保障消费者合法权益”与“维护行业创新活力和市场竞争效率”之间实现精细平衡,避免因过度加重平台责任而抑制市场主体积极性,甚至造成市场生态的萎缩与窒息[24]。具体而言,平台应依据商品类型、交易场景与风险等级实施分级分类审核机制:一方面,对于所有卖家,需严格执行身份信息的实名认证制度,对从事经营行为的市场主体还需进行资质审核与持续公示,确保交易主体可信可靠;另一方面,对商品信息应开展实质性审查,积极引入人工智能图像识别、大数据交叉验证等现代技术手段,系统核查商品描述与实际属性的一致性,防范虚假宣传和欺诈行为[25]。针对高价值或高风险商品,例如奢侈品、电子产品、保健食品等,平台应强制要求卖家提供权威第三方出具的检测或认证报告,并对其真实性进行复核验证;而对于普通闲置物品或个人二手交易,则可适度放宽审查标准,平台主要承担“合理注意义务”,即在一般认知水平下能够识别出的明显虚假、侵权或违规信息,应及时采取下架、限制展示或添加风险警示等措施,既控制审核成本,也保障交易安全与用户体验。

2) 健全交易安全与售后保障机制

平台应通过制度设计与技术创新,提升交易安全性与售后保障水平。其一,建立交易资金担保机制,对C2C模式的二手交易实行资金托管,消费者确认收货且无异议后,再将资金划转至卖家账户,降低交易欺诈风险,针对高价值商品,推出交易保险服务,由保险公司对商品质量与交易风险进行承保,保障消费者权益。其二,优化售后纠纷处理机制,平台应建立专门的二手交易纠纷调解团队,制定标准化的纠纷处理流程与赔付规则[26]。对消费者的投诉举报,实行先行受理、快速调查、优先调解,对事实清楚、责任明确的纠纷,启动先行赔付机制。其三,强化售后规则透明度,平台应在显著位置公示售后保障范围、退货条件、维权流程等规则,确保消费者清晰知晓自身权利与救济途径,禁止平台单方面制定不公平的售后规则,不得通过格式条款排除或限制消费者的法定权利。

3) 健全交易安全与售后保障机制

建立交易资金担保机制,对C2C模式的二手交易实行资金托管,消费者确认收货且无异议后,再将资金划转至卖家账户。优化售后纠纷处理机制,建立专门的二手交易纠纷调解团队,制定标准化的纠纷处理流程与赔付规则,对事实清楚、责任明确的纠纷,启动先行赔付机制。强化售后规则透明度,在显著位置公示售后保障范围、退货条件、维权流程等规则,禁止平台单方面制定不公平的售后规则。

4) 细化平台责任形态

区分不同责任形态，避免责任泛化：其一，对平台未尽到信息核验、风险提示义务导致消费者损失的，适用过错推定原则，由平台证明自身无过错，否则承担补充责任；其二，对平台明知或应知卖家侵权而未采取必要措施的，适用连带责任；其三，对平台因过失未发现侵权行为的，适用相应的补充责任。

3.4. 权利救济优化：构建便捷高效的维权体系

1) 完善举证责任与归责原则

针对二手电商消费者举证难的问题，通过法律解释与司法实践创新，优化举证责任分配与归责原则。其一，明确举证责任倒置的适用范围即仅限于特定情形，如二手商品质量纠纷、欺诈纠纷中，由卖家承担商品符合约定质量、已履行充分告知义务的举证责任；由平台承担已履行信息核验、安全保障义务的举证责任，减轻消费者的举证负担。对高价值商品交易，明确检测报告、交易记录等证据的优先采信规则。其二，明确平台责任的归责原则，对平台未尽到信息核验、风险提示义务导致消费者损失的，适用过错推定原则，由平台证明自身无过错，否则承担连带赔偿责任，对平台明知或应知卖家侵权而未采取必要措施的，适用连带责任；对平台因过失未发现侵权行为的，适用相应的补充责任。其三，强化电子证据的法律效力，明确二手电商交易中的聊天记录、交易记录、物流信息、检测报告等电子数据的证据资格与采信标准，推动平台建立电子证据留存与提取机制，方便消费者维权时获取证据。

2) 构建多元化纠纷解决机制

建立“协商-调解-仲裁-诉讼”相衔接的多元化纠纷解决体系，降低消费者维权成本，提升权利救济效率。其一，推广在线协商与调解机制，平台应建立便捷的在线协商渠道，鼓励买卖双方自行协商解决纠纷；引入第三方调解机构，成立专门的二手电商纠纷调解委员会，为消费者提供免费、高效的调解服务，建立调解协议司法确认制度，赋予合法有效的调解协议强制执行效力。其二，完善小额诉讼与仲裁机制，针对二手电商纠纷标的额小、数量多的特点，建立小额诉讼速裁机制，简化审理流程、缩短审理周期，实现“快立、快审、快结”，将二手电商纠纷纳入互联网仲裁范围，设立专门的仲裁绿色通道，降低仲裁费用，提高纠纷解决效率。其三，强化公益诉讼与集体诉讼制度，鼓励检察机关针对二手电商领域侵害众多消费者合法权益的行为提起公益诉讼，实现“个案救济”与“类案治理”相结合，完善集体诉讼制度，降低消费者参与集体诉讼的门槛，允许消费者协会或其他社会组织代表受害消费者提起集体诉讼，有效遏制大规模侵权行为。

3) 优化 ODR 机制与互联网法院对接流程

结合互联网法院实践，提出具体对接流程：第一步，消费者通过平台 ODR 机制发起调解申请，平台调解期限为 15 个工作日；第二步，调解不成的，消费者可通过平台一键跳转至互联网法院诉讼服务平台，平台同步推送交易记录、聊天记录、调解记录等电子证据；第三步，互联网法院建立 ODR 调解协议快速审查通道，对合法有效的调解协议直接予以司法确认，赋予强制执行效力；第四步，对需要诉讼解决的纠纷，互联网法院适用小额诉讼程序，从而实现“快立、快审、快结”。

4. 结语

二手电商作为数字经济与循环经济融合的重要业态，其健康发展既关乎资源高效利用，也涉及消费者权益保障与社会公平。信息不对称引发的主体身份模糊、商品信息不透明、平台责任虚化等问题，已成为制约行业发展的核心瓶颈，本质是数字交易场景下权利保障与制度供给的结构性失衡。本文通过梳理二手电商消费者权益保护的法律现状，剖析信息不对称引发的权益侵害困境，构建了“立法完善-监管强化-平台归责-救济优化”的全链条法律路径。研究表明，破解二手电商信息不对称困境，需通过

专项立法细化交易规则与主体责任，以分层分类监管筑牢市场防线，靠平台信息治理与安全保障机制打通权益保护最后一公里，用多元化纠纷解决与举证规则优化降低维权门槛。唯有构建法律规范、行政监管、平台自治与权利救济协同发力的治理体系，才能实现消费者权益保护与行业可持续发展的良性平衡，推动二手电商市场在法治轨道上规范前行，彰显数字经济时代的公平正义价值。

参考文献

- [1] 莫蕙源. 闲置物品平台交易的消费者权益保护研究[D]: [硕士学位论文]. 重庆: 西南政法大学, 2023.
- [2] 张子琪. 闲置物品网络交易中消费者权益保护的法律责任研究[D]: [硕士学位论文]. 兰州: 兰州大学, 2022.
- [3] 轩岩. C2C 闲置物品交易中的消费者权益保护问题与对策研究[D]: [硕士学位论文]. 西宁: 青海师范大学, 2024.
- [4] 陈盼. 二手商品网络平台交易中消费者权益保护问题研究[D]: [硕士学位论文]. 包头: 内蒙古科技大学, 2025.
- [5] 王怡然. 电商购物中消费者权益的经济法保护研究[J]. 中国价格监管与反垄断, 2025(10): 74-76.
- [6] 吕来明, 陈天舒. 二手物品网络交易平台的运行机制及义务承担规则[J]. 商业经济研究, 2021(24): 111-114.
- [7] 石沁灵. 二手车买卖合同欺诈的司法认定[D]: [硕士学位论文]. 自贡: 四川轻化工大学, 2023.
- [8] 马淑萍, 吕富生. 健全我国数字经济下的消费者权益保护制度[J]. 重庆理工大学学报(社会科学), 2022, 36(7): 1-7.
- [9] Akerlof, G.A. (1970) The Market for “Lemons”: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, **84**, 488-500. <https://doi.org/10.2307/1879431>
- [10] Zhao, M., Wang, S. and Xia, T. (2025) The Social Welfare Effect of E-Commerce Product Reputation Information Asymmetry from the Perspective of Network Externality. *PLOS ONE*, **20**, e0313852. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0313852>
- [11] Wang, L. and Chen, H. (2023) Platform Externality, Asymmetric Information, and Counterfeit Governance in E-Commerce. *Journal of Industrial and Business Economics*, **50**, 123-145.
- [12] Tandon, A., et al. (2024) Tackling Consumer Information Asymmetry and Perceived Uncertainty for Online Second-Hand Luxury Items. *Journal of Retailing and Consumer Services*, **78**, 103.
- [13] European Commission (2025) Protecting EU Consumers: More Than Half of Second-Hand Online Traders Fail to Meet EU Consumer Laws. European Commission.
- [14] CCPC (Competition and Consumer Protection Commission, Ireland) (2025) European Sweep of Websites Selling Second-Hand Goods Finds More than Half Potentially Breaking Consumer Law.
- [15] Liang, X., Li, G., Ma, J. and Jiang, G. (2024) How Do Signaling and Reputation Function as Critical Clues to E-Commerce Platform Governance? Evidence from Chinese Rice Transaction Data. *Electronic Commerce Research*, **25**, 3637-3661. <https://doi.org/10.1007/s10660-024-09816-7>
- [16] Youn, S., Hwang, J. and Ju, N. (2025) Blockchain Transparency in Reducing Second-Hand Luxury Shopping Uncertainty and the Role of Price Consciousness. *Fashion and Textiles*, **12**, Article No. 10. <https://doi.org/10.1186/s40691-025-00420-3>
- [17] OECD (2022) The Role of Online Marketplaces in Enhancing Consumer Protection. OECD Going Digital Policy Note.
- [18] 张少峰. 互联网二手交易领域惩罚性赔偿的适用及其规制[J]. 哈尔滨学院学报, 2021, 42(7): 61-64.
- [19] 侯佳蕙. 网络购物消费者反悔权规则的适用[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2020.
- [20] 罗光锐. 二手闲置物品网络交易平台提供者的侵权责任认定问题研究[D]: [硕士学位论文]. 贵阳: 贵州民族大学, 2019.
- [21] 康静怡. 《电子商务法》对消费者知情权的保护——围绕《电子商务法》第十七条展开[J]. 人民法治, 2018(20): 32-35.
- [22] 李建红, 罗晓萌, 史伟扬. 信息不对称下第三方电商平台质量监管机制——基于双边市场理论[J]. 系统管理学报, 2023, 32(4): 853-864.
- [23] 陈玉书. 我国跨境电商 B2B 交易欺诈成因分析及对策研究[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江工业大学, 2019.
- [24] 程啸. 侵权责任法教程[M]. 北京: 北京大学出版社, 2022: 512-518.
- [25] 张新宝. 互联网上的侵权问题研究[M]. 北京: 中国人民大学出版社: 2003: 453.
- [26] 王小璇. 论我国 C2C 闲置物品交易中的消费者权益保护[D]: [硕士学位论文]. 石家庄: 河北经贸大学, 2020.