

消费者权益保护法在网络购物中的应用

柯 娟

南京邮电大学马克思主义学院, 江苏 南京

收稿日期: 2024年10月31日; 录用日期: 2024年11月27日; 发布日期: 2024年12月25日

摘 要

随着信息技术的飞速发展,网络购物已成为一种流行的消费方式。然而,网络购物的虚拟性和跨地域性等特点,给消费者权益保护带来了诸多挑战。本文探讨了消费者权益保护法在网络购物中的应用,分析了网络购物中消费者权益保护所面临的问题,如虚假宣传、商品质量不达标、延迟履行和消费者隐私权侵害等。针对这些问题,本文提出了完善消费者权益保护法律体系、建立健全网上交易信用体系等对策。同时,本文也强调了加强执法队伍建设和提高消费者自我保护意识的重要性。通过这些措施,可以更好地保障网络购物中消费者的合法权益,促进电子商务的健康发展。本文的研究对于推动网络购物消费者权益保护具有重要的理论和实践意义。

关键词

网络购物, 消费者权益, 互联网

Application of Consumer Rights Protection Law in Online Shopping

Juan Ke

School of Marxism, Nanjing University of Posts and Telecommunications, Nanjing Jiangsu

Received: Oct. 31st, 2024; accepted: Nov. 27th, 2024; published: Dec. 25th, 2024

Abstract

With the rapid development of information technology, online shopping has become a popular consumption mode. However, the virtual and cross-regional characteristics of online shopping bring many challenges to the protection of consumers' rights and interests. This paper discusses the application of the protection law of consumer rights and interests in online shopping, and analyzes the problems faced by the protection of consumer rights and interests in online shopping, such as false publicity, substandard product quality, delayed implementation and infringement of consumer privacy. In view of these problems, this paper puts forward countermeasures such as

文章引用: 柯娟. 消费者权益保护法在网络购物中的应用[J]. 法学, 2024, 12(12): 7192-7197.

DOI: 10.12677/ojls.2024.12121021

perfecting the legal system of consumer rights protection and establishing and perfecting the credit system of online transactions. At the same time, this paper also emphasizes the importance of strengthening the construction of law enforcement teams and improving consumers' self-protection awareness. Through these measures, the legitimate rights and interests of consumers in online shopping can be better protected and the healthy development of e-commerce can be promoted. The research of this paper has important theoretical and practical significance for promoting the protection of consumers' rights and interests in online shopping.

Keywords

Online Shopping, Consumer Rights and Interests, Internet

Copyright © 2024 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

在数字经济时代背景下,网络购物已成为现代消费者日常生活中不可或缺的一部分,其便捷性、高效性和广泛的选择性极大地丰富了人们的消费体验。然而,随着网络购物市场的快速发展,消费者权益保护问题也日益凸显,成为社会各界关注的焦点。电商带来诸多便利的同时,也暴露出消费维权尤其突出的一系列法律问题。长期以来,产品质量良莠不齐、权益保障机制不健全、个人信息泄露频繁等问题严重威胁消费者合法权益,进而对电子商务的可持续发展造成不利影响,消费者在电子商务环境中往往处于较为弱势的地位[1]。消费者权益保护法,作为保护消费者合法权益、维护市场公平秩序的重要法律武器,在网络购物领域的应用显得尤为关键。因此,本文将从法律角度出发,结合网络购物的特点,分析消费者权益保护法在网络购物中的具体应用情况,本文还将探讨当前消费者权益保护法在网络购物领域面临的挑战,并据此提出完善消费者权益保护法的实践路径。通过本文的研究,我们期望能够为消费者权益保护法的进一步完善提供有益的参考,推动网络购物市场的健康发展,为消费者提供更加安全、便捷、公平的购物环境。

2. 网络购物环境下消费者权益概述

2.1. 消费者权益内涵

消费者权益是指消费者在有偿获得商品或接受服务时,以及在以后的一定时期内依法享有的权益。这些权益是一定社会经济关系下适应经济运行的客观需要赋给商品最终使用者享有的权利,具体包括以下内容:第一,安全保障权,在网络购物中,消费者享有在购买、使用商品或接受服务时人身、财产安全不受损害的权利。这要求电子商务平台及经营者提供符合安全标准的商品和服务,并建立健全的安全保障机制。第二,知情权,消费者有权知悉其购买、使用的商品或接受的服务的真实情况。在网络购物环境中,由于消费者无法直接接触到商品,因此经营者应提供详尽、真实的商品信息,包括质量、性能、用途、价格、产地等。第三,自主选择权,消费者在网络购物中享有自主选择商品或服务的权利,不受任何不合理限制或干扰。电子商务平台应提供丰富的商品选择,并保障消费者的自主选择权。第四,公平交易权,消费者在网络购物中享有质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件。电子商务平台应确保交易的公平性和透明度,防止欺诈行为的发生。第五,依法求偿权,当消费者在网络购物中因商品或服务

务受到损害时,享有依法获得赔偿的权利。电子商务平台应建立完善的投诉和纠纷解决机制,以便消费者能够及时、有效地维护自己的合法权益。第六,个人信息保护权,消费者在网络购物过程中提供的个人信息应得到严格保护。电子商务平台应采取必要的技术手段和管理措施,确保消费者个人信息的安全性和保密性,防止信息泄露和滥用。

2.2. 网络购物特点

网络购物作为电子商务的重要组成部分,以其独特的模式深刻地改变了消费者的购物习惯与商业运作格局。其特点可归结为以下几点:首先,网络购物具有显著的时空超越性。消费者不再受限于地理位置或营业时间的束缚,可以随时随地通过互联网浏览商品信息、进行比较并选择购买,极大地拓宽了消费市场和购物体验的边界。其次,信息丰富性与透明度高。电商平台通常提供详尽的商品描述、用户评价及多维度的筛选功能,使得消费者能够全面了解商品信息,降低了信息不对称带来的风险,促进了市场公平竞争。再者,交易便捷性与成本节约。从下单到支付,再到物流配送,网络购物流程高度自动化,大大缩短了交易周期,减少了传统购物中的人力与时间成本。同时,由于减少了中间环节,部分商品的价格更为亲民。最后,网络购物促进了社会互动与社群营销。社交媒体与电商平台的融合,使得消费者不仅是购买者,也是信息分享者与意见领袖,这种社群效应进一步推动了商品流通与品牌传播。

3. 网络购物中消费者权益受损的原因分析

3.1. 法规不全

在立法层面,第一,法律滞后。尽管《消费者权益保护法》和《合同法》在保障消费者权益方面发挥着重要作用,但相较于网络购物实践的发展,这些法律具有一定的滞后性。虚拟平台的购物消费让消费者过程建立在虚拟信息之上,经营者对销售内容进行编辑,消费者通过网络购物平台阅读相关信息,购物环境的复杂性和过程的简易性都让消费者在购物过程中忽略了较多问题[2]。网络购物中的新型问题,如个人信息泄露、格式合同中的不公平条款等,现有法律往往难以覆盖。第二,法律不完善。在网络交易中,消费者的隐私权保护尤为关键。然而,现行《消费者权益保护法》对隐私权保护的规定不够具体和全面,缺乏严格的隐私权保护制度。此外,关于网络交易中知情权、选择权、公平交易权等的保护也存在法律空白或模糊地带。

3.2. 司法效率不高

最高人民法院发布的《关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定(一)》对网络消费纠纷案件的审理提供了法律依据。然而,网络购物的司法管辖权难以确定,虚拟的网络空间使得判断网上活动发生的具体地点和确切范围变得困难。尽管最高人民法院已经出台了关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定,但在实际操作中,仍有许多细节问题缺乏明确的司法解释。例如,关于格式条款的无效认定、无理由退货的适用范围等,都存在争议。此外,审判实践存在差异,不同地区、不同级别的法院在审理网络消费纠纷案件时,可能存在审判实践上的差异。这种差异可能导致同案不同判的情况,损害司法公正和消费者权益。消费者在网络购物中往往处于弱势地位,举证能力有限,应进一步扩大举证责任倒置的范围,鼓励消费者通过诉讼途径维护权益。

3.3. 执法不力

市场监管部门在网络购物中的执法力度有待加强。一些不法商家利用法律漏洞和监管空白,进行虚假宣传、销售假冒伪劣商品等行为,严重侵害了消费者的合法权益。执法部门应加大对网络购物市场的

监管力度，建立健全网络购物投诉举报机制，及时查处违法行为，维护市场秩序和消费者权益，而且执法难度较大，由于网络购物的证据链复杂且易篡改，执法部门在调查取证时面临较大困难。此外，一些商家在面临执法时采取逃避、拖延等策略，进一步加大了执法难度。

3.4. 平台规则不严

电子商务平台作为网络购物的主要载体，应承担起相应的责任。然而，一些平台在自营业务中混淆视听，误导消费者，或者在商家入驻、商品审核等方面把关不严，导致假冒伪劣商品流入市场。在网络交易中，平台往往扮演着多重角色，既是交易中介，又是商品或服务的提供者或推广者。这种多重角色使得平台的责任难以界定，容易引发争议。此外，平台为了追求自身利益最大化，可能会忽视消费者权益保护。例如，一些平台在退换货政策上设置障碍，限制消费者的无理由退货权利；或者与商家勾结，进行虚假宣传、欺诈消费者等行为，消费者的个人信息在网络购物过程中可能被商家不当收集、使用或泄露，侵犯了消费者的隐私权，消费者基本信息和个人数据的倒卖行为不是个例[3]。

3.5. 消费者自身因素

消费者理性是个体理性和集体理性的统一[4]。消费者在网络购物中应提高自我保护意识，了解相关法律法规和购物流程，避免因盲目消费而遭受损失。然而，一些消费者在网络购物中缺乏必要的警惕性和维权意识，容易上当受骗或遭受不公平待遇。当遇到侵权行为时，往往选择忍气吞声或放弃维权。同时，网络购物的虚拟性和跨地域性使得消费者在维权时面临诸多困难。例如，证据收集难、维权成本高、维权周期长等问题都限制了消费者的维权能力。消费者应学会利用法律武器维护自己的合法权益，如要求商家出具发票等购物凭证、保存好订单信息和聊天记录等证据。同时，消费者应选择正规有售后服务保障的平台和商家进行购物，避免陷入消费陷阱。

4. 完善消费者权益保护法的实践路径

4.1. 加强立法

加强立法是构建坚实法律保障体系的基石，从《消费者权益保护法》中对消费者权益保护的规范以及实践案例中的问题分析，该项法律仍存在一些漏洞亟待完善。消费者权益保护法虽然兼顾了消费者利益和经营者利益，但侧重于保护消费者的合法权益[5]。首先，应持续关注和深入研究消费者权益保护领域的新情况、新问题，及时修订和完善相关法律法规，确保法律体系的时效性和适应性。针对网络购物、金融科技等新兴领域，需制定更具针对性和前瞻性的法律规定，以有效应对消费者在这些领域可能遭遇的权益侵害。其次，要明确和细化消费者权益保护法的法律概念，扩大消费行为的范围，确保法律条款的准确性和可操作性。这包括明确消费者的法律地位、消费行为的界定以及消费者权益的具体内容等，为法律执行提供清晰的指引。最后，要加强法律的执行力和威慑力，明确违法行为的法律责任和处罚措施，确保消费者权益保护法得到有效实施。通过提高违法成本，形成有效的法律约束，从而维护市场秩序和消费者权益。

4.2. 司法强化

强化司法层面的对策在保障消费者权益方面发挥着至关重要的作用。在网络购物中，消费者往往面临着举证难、维权成本高等问题。

第一，完善网络购物电子证据的认定规则。网络购物中，电子证据是消费者维权的重要依据。然而，由于电子证据具有易篡改、易灭失等特点，其认定一直是一个难题。因此，应完善网络购物电子证据的

认定规则,明确电子证据的收集、保存、审查等程序,确保电子证据的真实性和合法性。同时,还应实行举证责任倒置,减轻消费者的举证负担。

第二,建立网络购物纠纷的在线调解和仲裁机制网络购物纠纷具有跨地域、小额等特点,传统的诉讼方式往往难以满足消费者的维权需求。因此,应建立网络购物纠纷的在线调解和仲裁机制,为消费者提供便捷、高效的纠纷解决途径。在线调解和仲裁机制应具备专业的法律知识和调解能力,能够公正、高效地处理纠纷。

第三,加强对网络购物欺诈行为的打击力度网络购物中,欺诈行为是消费者面临的主要风险之一。因此,应加强对网络购物欺诈行为的打击力度,提高违法成本。一方面,就我国而言消费者维权应逐步进行,构建一个统一的权益保护机制[6]。应建立健全网络购物欺诈行为的举报和查处机制,鼓励消费者积极举报欺诈行为;另一方面,应加大对欺诈行为的处罚力度,形成有效的震慑效应。

4.3. 严格执法

在执法层面的对策是保障消费者权益的关键环节。在网络购物中,执法部门需要加强对经营者的监管和处罚力度,确保法律法规得到有效执行。

第一,加强对电子商务平台的监管电子商务平台是网络购物的主要载体,其监管力度直接影响到消费者的权益保障。因此,执法部门应加强对电子商务平台的监管力度,确保其履行好平台责任。一方面,应建立健全电子商务平台的审核和监管机制,确保其入驻商家的合法性和合规性;另一方面,应加强对电子商务平台经营行为的监督和管理,防止其利用平台优势进行不正当竞争或侵害消费者权益。

第二,加大对网络购物违法行为的查处力度网络购物中存在着诸多违法行为,如虚假宣传、销售假冒伪劣商品等。执法部门应加大对这些违法行为的查处力度,提高违法成本。一方面,应建立健全网络购物违法行为的举报和查处机制,鼓励消费者和媒体积极举报违法行为;另一方面,应加大对违法行为的处罚力度,形成有效的震慑效应。同时,还应加强对违法行为的曝光和警示力度,提高消费者的防范意识和维权能力。

第三,建立网络购物消费维权协作机制网络购物消费维权涉及多个部门和机构,需要建立协作机制来共同维护消费者的合法权益。一方面,应建立跨部门的消费维权协作机制,加强信息共享和沟通协调;另一方面,应建立消费者协会、电商平台、监管部门等多方参与的消费维权协作机制,共同解决网络购物中的消费纠纷和问题。

4.4. 平台加强监管

作为网络购物的主要载体,电子商务平台在保障消费者权益方面发挥着重要作用。

第一,当侵害发生时,许多消费者本着“大事化小,小事化了”的原则,不会与商家进行商讨维权[7]。因此,建立健全平台规则和管理制度电子商务平台应建立健全平台规则和管理制度,明确入驻商家的资质要求、经营行为规范等。同时,还应建立对入驻商家的监管和处罚机制,确保其合法合规经营。此外,平台还应加强对入驻商家的培训和指导力度,提高其服务质量和法律意识。

第二,加强平台技术建设和安全保障电子商务平台应加强技术建设和安全保障力度,确保平台系统的稳定性和安全性。一方面,应加强对平台系统的维护和升级力度,防止因系统故障或漏洞导致消费者信息泄露或财产损失;另一方面,应建立健全平台安全保障机制,如加密技术、防火墙等,确保消费者信息的安全传输和存储。

第三,建立消费者投诉和维权机制电子商务平台应建立消费者投诉和维权机制,为消费者提供便捷、高效的维权途径。一方面,应设立专门的客服团队和投诉渠道,及时受理消费者的投诉和维权请求;另

一方面，应建立投诉处理和赔偿机制，确保消费者在受到侵害时能够获得相应的赔偿和补偿。

4.5. 提升消费者教育

在完善消费者权益保护法的实践路径中，提升消费者教育是增强消费者自我保护能力、促进法律有效实施的重要途径。当侵害发生时，许多消费者本着“大事化小，小事化了”的原则，不会与商家进行商讨维权。因此，首先应该强调教育内容需全面且深入，不仅涵盖消费者权益保护法律法规的基本知识，还应包括识别虚假广告、防范欺诈行为等实用技能，以及如何通过投诉、协商、仲裁等方式维护自身权益的具体方法。其次，教育方式应多样化，充分利用新媒体、网络平台等现代技术手段，提高教育的趣味性和互动性，以吸引更多消费者的关注和参与。同时，通过组织讲座、培训班等线下活动，为消费者提供更为系统和深入的学习机会。最后，教育应面向全社会，特别关注农村、老年等消费群体，确保消费者权益保护知识普及到每一个角落，提升整体消费者的权益保护意识和能力。

5. 结语

本文通过深入分析消费者权益保护法在网络购物中的具体应用，包括个人信息保护、支付安全与消费者权益、纠纷解决机制等方面，揭示了法律在应对网络购物新问题、新挑战中的重要作用。同时，我们也提出了完善消费者权益保护法的实践路径，如加强立法、强化监管、提升消费者教育以及完善纠纷解决机制等，以期为消费者权益保护法的进一步完善提供有益的参考。

展望未来，消费者权益保护法的应用与发展将更加注重与新兴技术的融合，如利用大数据、人工智能等技术手段提升监管效能，为消费者提供更加便捷、高效的维权服务。同时，我们也期待社会各界能够共同努力，形成合力，共同推动消费者权益保护工作的深入开展，为构建更加公平、公正、和谐的网络购物环境贡献力量。

参考文献

- [1] 李志国. 电子商务纠纷案例精解大全[M]. 北京: 人民邮电出版社, 2016: 208.
- [2] 周存泽, 李雪. 有关消费者移动网购的市场调查[J]. 时代金融, 2015(14): 247.
- [3] 张玉雪. 浅析针对女性网友群体网购的营销策略[J]. 江苏商论, 2017(2): 30-33.
- [4] 朱鸣雄. 整体利益论——关于国家为主体的利益关系研究[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2006: 60.
- [5] Rutsaert, P. and Pieniak, Z. (2013) Consumer Interest in Receiving Information through Social Media about the Risks of Pesticide Residues. *Food Control*, **34**, 386-392. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2013.04.030>
- [6] 王学辉, 赵昕. 隐私权之公私法整合保护探索——以“大数据时代”个人信息隐私为分析视点[J]. 河北法学, 2015, 33(5): 63-71.
- [7] 王利明. 论个人信息权的法律保护——以个人信息权与隐私权的界分为中心[J]. 现代法学, 2013, 35(4): 62-72.