

# 论网络购物消费者反悔权的适用

梁家强

长春理工大学法学院, 吉林 长春

收稿日期: 2026年8月26日; 录用日期: 2026年9月9日; 发布日期: 2026年10月12日

## 摘要

随着互联网的快速发展, 网络购物已经成为人们日常生活重要的一部分, 并且越来越重要。同时, 网购交易方式出现, 也带来了各种各样的问题, 网络购物消费者在购物过程获取来自商家的信息出现偏差, 导致商品到手以后并非自己通过商家描述得出的商品, 为了保护消费者在这种消费模式下的合法权益, 让消费者能买到自己心仪的商品, 平衡信息偏差造成的消费者的弱势地位, 我国立法者将消费者反悔权纳入《中华人民共和国消费者权益保护法》之中, 让消费者在法律规定的一定期限内能够有无理由退货的权利, 通过法律规定, 解决了一些问题, 但是, 我国反悔权制度还不够完善, 比如经营者的界定问题、反悔权商品的范围问题、反悔权起算时间点的问题和反悔权滥用的问题, 这些问题争议不断, 甚至引发刑事犯罪, 消费者和经营者之间矛盾不断, 影响市场秩序, 总而言之, 针对上述问题, 在充分考虑消费者和经营者利益平衡的基础上, 结合我国历来立法经验和相关司法案例, 借鉴其他国家成功做法, 立足于我国实际国情, 提出完善网购消费者反悔权制度的建议。

## 关键词

网络购物, 起算期间, 反悔权, 权利滥用

# On the Application of Consumer's Right of Regret in Online Shopping

Jiaqiang Liang

School of Law, Changchun University of Science and Technology, Changchun Jilin

Received: August 26, 2026; accepted: September 9, 2026; published: October 12, 2026

## Abstract

With the rapid development of the Internet, online shopping has become an important part of people's daily lives—and its significance is growing ever greater. Meanwhile, online shopping transactions appear, and its emergence has also brought about a wide variety of problems. Online shopping

consumers obtain the information from the merchants of the deviation in the shopping process. As a result, the goods are not described through the merchants. In order to protect the legitimate rights and interests of consumers in this consumption model, let consumers can buy their favorite products, balance the weak position of consumers caused by information bias, Chinese legislators have incorporated the right to go back into The Law of the People's Republic of China on the Protection of Consumers Rights and Interests, the right to allow consumers to return goods without reason within a certain period of time prescribed by law. Although legal provisions have solved some problems, China's system of the right of withdrawal remains imperfect. For example, the definition of the operator, the scope of the right of regret goods, the timing of the right of regret and the abuse of the right of regret. These issues are constantly controversial, and even trigger a criminal offence. The contradictions between consumers and business operators affect the market order. To make a long story short, in view of the above problems, on the basis of fully considering the balance of the interests of consumers and operators, combined with China's historical legislative experience and relevant judicial cases, learning from the successful practices of other countries, based on China's actual national conditions, put forward suggestions to improve the system of online shopping consumers.

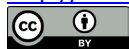
## Keywords

Online Shopping, Period of Calculation, Reverse Power, Abuse of Right

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. 网络购物消费者反悔权概述

### (一) 网络购物消费者反悔权的定义

消费者反悔权的定义, 消费者购买商品后, 对于自己购买的商品不满意, 可以在法律规定的期限内, 退还商品, 无需提供任何理由。在学术界不同学者有不同看法, [1]有的学者认为, 消费者反悔权的适用是在商品交易合同订立后, 还没有履行前, [2]有的学者认为, 如果在法定期限内提出反悔, 不需要承担任何违约责任, 是一种这样的权利。

网购消费者反悔权特指针对网络购物, 互联网发展的现在, 新的购物形式才适用, 我国确认反悔权制度是在 2014 年《中华人民共和国消费者权益保护法》<sup>1</sup>(后文简称《消费者权益保护法》)的颁布, 通过法条确立了这一制度, 这一制度在国外最早是出现在二战以后, 成为法定的权利。

对于反悔权的命名各有不同, 英美法系中, 美国将反悔权制度命名为冷静期或冷却期制度, 欧盟则将反悔权制度称为消费者撤回权, 总而言之, 无论将这一制度如何命名, 不管是反悔权、冷静期或犹豫权等, 这个制度的核心都在表达这是消费者在网络购物这一消费方式里, 可以在法定期限内, 不需要任何理由退货的制度, 本篇将围绕反悔权这个概念对网络购物的消费者反悔权制度展开深入分析。

### (二) 网络购物消费者反悔权的特点

首先, 网络购物消费者反悔权由法律规定, 具有法定性的特点, 反悔权的适用要根据法律, 不能通过消费者和经营者双方之间的任意约定, 有法律规定, 就需要根据法律规定, 并且受到法律的规制和保护, 法律规定的颁布之前, 不管当事人如何约定, 双方意思表示一致就可以, 但是法律规定颁布之后, 不得与法律规定相抵触, 自由约定的与法律规定的有着本质差别, 这说明, 我国十分重视反悔权制度,

<sup>1</sup>详见 [https://www.samr.gov.cn/zfjcj/tzgg/art/2023/art\\_615af9ed6bcd4974bf853dd2e02bc663.html](https://www.samr.gov.cn/zfjcj/tzgg/art/2023/art_615af9ed6bcd4974bf853dd2e02bc663.html)。

重视消费者的权益保护，为了实现立法者的初衷，[3]平衡消费者的弱势地位，促进网络市场秩序的稳定。

其次，网络购物消费者反悔权的权利的使用的主体只能是消费者，因此具有权利主体单方的特点，法律规定的权利使用主体为消费者一方，经营者不能使用，十分明确的表明了立法者的意图，平衡长久以来消费者和经营者之间，消费者处于不利的地位，这一权利的设立旨在保护我国消费者合法权益，在网络购物当中，由于经营者提供给消费者商品描述，消费者根据商品描述购买商品，消费者只能根据少量的描述，或者有些经营者刻意的隐瞒一些情况，因为网络购物的特性，消费者不可能线下的实际感受商品性能，如果没有反悔权制度，消费者购买商品之后，发现商品问题，也无法退还，损害了自身的合法权益，引起了消费者和经营者之间的矛盾，对于我国网络市场秩序的稳定造成极大危害，因此，确立的反悔权制度给与消费者反悔的权利，也只给消费者一方，经营者不拥有此权利，学者张素伦和赵思源提出随着互联网经济的不断发展，网络购物所占据比例在人们的日常生活越来越大，逐渐的发展成一种主流的购物模式，并且网络购物会越来越重要，在科技发展的未来，成为消费者购买商品的一种主要途径不可避免，但是由于互联网经济的特点使得消费者在购买时对于商品信息掌握不足导致自身权益受到损害，因此，法律规定网购消费者反悔权，使得消费者可以在在收到商品并全面了解其性能后的七日内退还商品，不需要理由，从而实现从形式平等到实质平等的转变，彰显对网购消费者权益的保护宗旨[4]。

然后，网络购物消费者反悔权的客体由法律明文规定，具有权利客体限定的特点，《消费者权益保护法》里面的第 25 条法条，包含消费者的几种购物形式，同时规定了不适用反悔权的商品，一共四类不适用反悔权的商品，包括消费者定制的商品、鲜活易腐商品、已拆封的音像制品和计算机软件等电子产品以及报纸、期刊等，最后是兜底性规定，法律虽然规定四类不适用，但是这里面出现了许多问题。

最后，网络购物消费者反悔权的使用，可以在法定期限内无理由使用，具有权利行使的无因的特点，这一法律规定给与消费者极大缓解的余地，很好的改善了消费者以往的弱势地位，这项意味着消费者在行使反悔权这一权利时，不需要提供给经营者理由，不需要说明原因，在网络发达的现在，网络购物如此高效便捷的现在，作为远程交易方式的网购，如果要求消费者行使反悔权的时候，说明退货的原因，无疑会增加权利的行使成本和难度，与网络购物高效便捷的特点不符，消费者享受网购的便利，同时承担着风险，这项法律规定改善了消费者的弱势地位，有利于网络交易的发展，设定网购消费者反悔权的无因性有助于增强消费者网购的安全感，平衡消费者的交易双方的关系。

### (三) 反悔权适用法律规制的必要性

首先，网购消费者反悔权是民法实质正义原则的重要体现，反悔权立法旨在实现实质正义，在网购交易中，消费者往往受限于经营者对商品的单方面描述，难以全面了解商品的真实特性，导致处于弱势地位，赋予网购消费者反悔权，有助于推动合同从形式正义向实质正义的转变。

其次，网购消费者反悔权充分体现了合同实质自由的理念，合同实质自由要求合同主体能够真实、自由地表达意愿，消费者反悔权的规定为消费者提供了在特定情况下重新考虑并调整决策的机会，是保障消费者决策自由的有效途径，有助于实现合同实质自由。

最后，网购消费者反悔权有助于实现消费合同双方的平等，根据德国法学界的观点，反悔权制度旨在克服意思形成过程中的障碍，如受商家宣传影响产生的购买决策偏差，可能导致消费者意思形成偏差，影响合同公平性和有效性。然而通过消费者反悔权制度，可以在一定程度上纠正这些偏差，保障合同双方平等。

## 2. 我国网络购物消费者反悔权适用现状

### (一) 网络购物消费者反悔权立法现状

在法律规定方面,2014年《消费者权益保护法》的颁布,反悔权成为法定的权利。我国在反悔权确立的研究起步较晚,首先,1993年《消费者权益保护法》是我国对于消费者保护的专门法律的确立,表明了立法者对于消费者权益的保护的重视。在这个阶段,我国还没有确立反悔权制度,当时互联网普及程度不高,经济发展不足。到2010年,有《消费者权益保护法》的征求意见稿,在意见稿中提出过非现场购物引起的退货,这里提到的退货权利,是反悔权的雏形,但是在当时并未引起立法者的重视,受限于经济和网络的发展,最后不了了之,没有在法条中确立。直到2013年,网络基本已经得到普及,同时《消费者权益保护法》进行了修订,正式在法条中确立了反悔权制度,给与广大消费者反悔权这项权利,这项法律规定改善了消费者的弱势地位,有利于网络交易的发展,一直到现在,我国越来越重视反悔权制度,也在不断地对这一制度进行完善,促进我国网络购物市场秩序的稳定和发展,相信我国互联网事业会越来越好。

在行政法规方面,在2005年,国务院颁布的《直销管理条例》<sup>2</sup>,在这一行政法规中明确了退换货权利,法条明确规定直销企业的退换货制度,体现了反悔权制度,这也是反悔权制度在行政法方面的体现,该条例的颁布,充分的体现了立法者对消费者权益的重视和保护,为以后网络购物消费者反悔权制度的建立奠定了坚实基础,我国反悔权制度的重要一步。

在部门规章层面,2011年,随着互联网的急速发展,网络购物市场继续相关规定进行规范,我国商务部颁布了《第三方电子商务交易平台服务规范》<sup>3</sup>,该规章倡导设立冷静期制度,为电商平台和经营者提供了运营规范。网络购物消费者在购买商品后,法律规定的冷静期内允许无条件终止消费合同,体现了我国对消费者权益保护工作的日益重视,预示着网购消费者反悔权制度的建立已是大势所趋。

最近几年,行政部门颁布的《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》<sup>4</sup>部门规章经历了重要修订,修改后的规章,主要是要求各大网络平台建立和完善关于七日无理由退货的规则,切实的保障消费者权益不受侵害,以及消费者权益保护制度正常执行,促进我国网络购物市场秩序的稳定和发展。

纵观地方立法,发现我国早已在地方立法中涉及消费者反悔权,例如,辽宁省颁布实施的《辽宁省实施〈中华人民共和国消费者权益保护法〉规定》<sup>5</sup>,该地方性法规,明确了退货权利,即消费者在购买商品后,可以退货的权利。当然在我国的其他地区也有关于消费者反悔权方面的政策和地方性法规,有助于网络交易的成长。至今,我国对反悔权制度愈发重视,并持续对其进行优化与完善,以推动我国网络购物市场秩序的稳定与发展,深信我国互联网产业将愈发繁荣,这些地方性法规和政策为后来网购消费者反悔权制度纳入立法层面提供了有力支撑。

### (二) 网络购物消费者反悔权适用现状

经过对北大法宝网站中“7天无理由退货”及“网络购物合同”等关键词的深入检索,获得了从2019年至2024年11月期间共计200余宗与之紧密相关的司法案例,从审理法院的层级结构来看,基层法院承担了最主要的审理任务,案件占二分之一,中级法院审理案件的紧随其后,为十分之三,专门法院占十分之二,而最高法院审理的案件比例相对较低,仅为百分之一,从案件审结年份的趋势来看,自2019年至2024年,涉及网购消费者反悔权的纠纷案件数量呈现稳步增长的态势。

这一系列数据深刻反映了我国网购消费者司法保护的现状与特点,自《消费者权益保护法》实施以

<sup>2</sup>详见 [https://www.gov.cn/gongbao/content/2005/content\\_80553.htm](https://www.gov.cn/gongbao/content/2005/content_80553.htm)。

<sup>3</sup>详见 [https://www.mofcom.gov.cn/zfxgk/gkml/art/2011/art\\_0f2dd6f1d17b42949dac2af888b04eef.html](https://www.mofcom.gov.cn/zfxgk/gkml/art/2011/art_0f2dd6f1d17b42949dac2af888b04eef.html)。

<sup>4</sup>详见 [https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2020-11/03/content\\_5557118.htm](https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2020-11/03/content_5557118.htm)。

<sup>5</sup>详见 <https://www.faxin.cn/lib/dfil/DfifSimple.aspx?gid=B636645&libid=all>。

来, 基层法院在维护网购消费者合法权益方面发挥了重要作用, 审理了大量涉及网购消费者反悔权的纠纷案件。

随着网络购物的蓬勃发展, 纠纷案件数量逐年攀升, 这一现象不仅体现了消费者维权意识的提高, 也暴露出网购市场存在的诸多问题。例如, 消费者与电商经营者在反悔权适用方面存在诸多争议, 商品是否适用 7 天无理由退货规则以及商家是否存在欺诈行为等问题成为案件审理的焦点, 部分消费者滥用退货规则, 利用退货规则的漏洞, 恶意退货或超期退货, 给电商经营者带来了不必要的损失。针对这些情况, 部分法院已明确超期退货举证责任的分配原则, 以规范市场秩序, 维护公平交易。

综上所述, 我国网购消费者司法保护在取得显著成效的同时, 仍面临诸多挑战。未来需要进一步完善相关法律法规, 加强消费者教育和引导, 提高电商经营者的自律意识, 共同营造公平、诚信、和谐的网购环境。

### 3. 网络购物消费者反悔权适用存在的问题

#### (一) 经营者确定标准模糊问题

在立法层面, 关于经营者范围界定的缺失问题已凸显。在网购消费环境中, 反悔权的主体涵盖消费者与经营者, 学界对于消费者的概念已有较为统一的看法, 然而, 在界定经营者范围时却呈现出显著的差异。

在网络购物领域, 存在多种商业模式, 如 B2B、B2C、C2C、C2B 以及 O2O 等。这些模式在买方与卖方的范畴上各有不同, 其目的在于辨识出所有卖方是否均属于经营者范畴, 以及是否应承担“7 天无理由退货”的义务。

在实践层面, C2C 模式以其独特的交易方式成为网络购物的典型代表, 其中微商和二手交易平台尤为突出, 这些平台不仅交易量大, 而且纠纷频发, 尤其在经营者范围界定方面争议较大, [5]作为电子商务领域的新兴商业模式, 越来越多的出现在人们的视野, 这取决于他们的特点, 可以通过社交平台, 建立庞大的人际关系网, 在网络上, 进行交易, 微商的特点操作简便、行业准入门槛低决定了他们会在网络购物中占据越来越重要的地位, 因此, 对于微商在网络中进行销售的行为是否构成经营者行为, 需要引起重视, 在学界存在不同观点, 有的观点认为微商不能认定为经营者, 有的认为可以。[6]认为不可以的学者观点是, 微商未办理营业执照、未进行工商登记, 且经营规模较小, 不具有明显的营利性, 所以, 不能认定为经营者, [7]认为可以的观点是, 消费者与经营者双方是相反的概念, 不存在同时两种都是的情况, 在 C2C 模式中, 购买商品的一方为消费者, 那么销售的一方就是经营者。

在司法实践中, 经营者范围的明确重要不言而喻, 相关案例也可以看出来, 例如, <sup>6</sup>在胡某与青岛某珠宝店的网络购物合同纠纷案中, 法院支持了原告胡某在收到商品后 7 日内行使反悔权的诉求, 认为原被告间的交易属于网络购物买卖, 原告有权行使反悔权, 这一判决体现了对消费者权益的保护, 同时也对经营者范围进行了隐性的界定。

此外, 以“闲鱼”为代表的二手交易平台在年轻人中广受欢迎, 然而, 这些平台在经营者范围界定方面却存在明显的差异, 部分平台认为二手商品交易的卖方不属于经营者范畴, 因此不支持消费者行使反悔权, 而另一些平台则承认卖方的经营者地位, 支持消费者在一定期限内无理由退货, 这种差异不仅导致消费者在购物时面临不确定性, 也增加了交易纠纷的风险。

在全国各地的法院中, 认定销售方是否为经营者, 也存在不同的观点和做法, 有些法院认为未办理个体户营业执照、未进行工商登记不能成为判定经营者的依据, <sup>7</sup>在张某与宋某买卖合同纠纷一案中, 法

<sup>6</sup>安徽省合肥市蜀山区人民法院(2019)皖 0104 民初 7989 号。

<sup>7</sup>上海市第一中级人民法院(2018)沪 01 民终 823 号。

院对被告销售商品的目的进行了分析,并结合其在闲鱼上的销售内容和交易数量等事实,认为被告的行为属于经营者行为,认定被告为经营者,而有些法院则通过对卖家销售目的、销售内容和交易数量等因素的分析来认定其经营者地位,<sup>8</sup>在张某和陈某的网络购物合同纠纷一案中,法院认为闲鱼为二手交易平台,原告证据不能证明被告为经营者,支持了原告诉求,这种司法实践中的差异进一步凸显了经营者范围界定不够明确的问题。

综上所述,针对经营者范围界定问题,亟待通过立法手段加以解决,在立法过程中,应充分考虑网络购物的特点和发展趋势,明确经营者的定义和范围,为网络购物市场的健康发展提供有力的法律保障,同时,加强司法实践中的统一性和规范性,确保类似案件能够得到公正、一致的处理结果。

## (二) 不可适用反悔权商品范围不合理扩大问题

不可适用反悔权商品问题主要就是商品退货问题,关于商品退货的相关规定,需明确条文涉及四类商品的适用情形,关于法律特别规定的“不宜退货”的兜底性条款,立法者的初衷在于简化消费者与经营者之间就商品退货问题的协商流程,从而确保反悔权制度具有最大的灵活性及适用性,然而,在实际生活中,这一兜底性条款往往被某些抱有不良动机的经营者所滥用,由于法律对于“根据商品性质”这一表述并未给出具体的阐释,导致不可适用反悔权商品范围的确定双方各有各的说法,不能达成一致,本身消费者在网络购物中就处于弱势地位,最后在消费者行使反悔权的时候往往会受到很多问题。

《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》第7条已经对不可适用反悔权商品的范围进行了细化,但是,在具体的实施执行中容易引起问题,《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》经历了重要修订,修改后的规章,[8]主要是要求各大网络平台建立和完善关于七日无理由退货的规则,但平台和经营者根据自己的方式指定,出现对法条各种各样的理解,究其根本是为了自身的利益,损害了消费者合法权益。

在《消费者权益保护法》第25条的指引下,各大电商平台相继列出了各自的不宜退货的商品范围,通过对比,可以发现,各个平台在那些不宜退货商品范围存在显著差异,造成在这个电商平台可以适用反悔权的商品。比如,在电商平台不适用的问题,但消费者在某平台可以无理由退货,会默认在其他平台也适用无理由退货的规定,下单购买之后发现不支持无理由退货,从而引发纠纷。不同类别的商品可能出现问题,甚至同一类也可能出现问题。

各大电商平台应当遵守法律,不能自行增加或者缩小不宜退货的商品范围,不能按照自己的理解自行决定,要以诚实信用原则为中心,既不增加自己权利,也不缩小消费者的权利,长此以往,不仅不利于长期经营,而且会损害消费者对网络消费的信心。从长远看,不利于我国网络市场发展,一个健康的交易关系,应当双方共同努力。

因此,对于出现的这些关于不可适用反悔权商品范围的问题,还有一些电商平台不合理扩大不适用反悔权七天无理由退货商品范围,法律要对此类行为进行法律规制,避免影响我国网络市场秩序稳定。

## (三) 反悔权法定期间起算点模糊问题

关于反悔权行使期间的起算点问题,实践中存在诸多争议,<sup>9</sup>以2021年国庆节期间的一则案例为例,上海的周女士在网购平台购买了一条连衣裙,但因快递延误等原因,她实际收到商品的时间与快递系统显示的签收时间存在偏差,当周女士在收到商品后提出退货申请时,商家却以超过七日无理由退货期限为由拒绝退款,这一案例引发了关于七日无理由退货时间起算点的讨论,我国《消费者权益保护法》第25条虽规定了以“收到商品之日起”作为反悔权行使期间的起算点,但并未对“收到”的具体含义进行明确界定。

<sup>8</sup>广东省英德市人民法院(2020)粤1881民初4324号。

<sup>9</sup>详见中国消费网:《收货时间还是投递时间七日无理由退货期怎么算》, <https://www.ccn.com.cn/Content/2021/11-22/2255422396.html>。

在生活中,反悔权法定期限的起算点是消费者实际签收快递的时候,应当也是快递系统显示的签收时间,但是往往出现各种各样的情形导致这两者时间不相同,本应该实际签收时开始起算反悔权法定期限,结果根据快递软件或者快递系统提前计算了日期。比如,快递代收点因为不在派送范围签收了,快递员将快递放入快递柜,还有快递员因为收件人无法及时接收,委托人代签收的等等情形,此类情况都属于消费者没有实际签收,而是快递点或者快递系统默认签收,导致难以确定起算点的情形,法律对于签收时间规定不够清晰引发的问题,消费者和经营者根据对自己有利的时间进行解释。

综上所述,对于反悔权行使期间的起算点的争议,需要从多个角度进行深入分析和探讨,在设定反悔权期限时,应充分考虑商品特性和消费者的实际需求,同时,对于反悔权行使期间的起算点问题,明确相关定义和规定,以减少纠纷的发生并保障消费者的合法权益。

#### (四) 反悔权滥用问题

我国高度重视反悔权制度,注重维护消费者权益,为实现立法初衷,弥补消费者弱势地位,以及推动网络市场秩序稳定,我国通过立法确立反悔权制度,但是,在实践中,有些消费者打着维护自身权益的口号,滥用反悔权,不顾网络市场秩序,按照自己心意随意退货,滥用七天无理由退货,对一些经营者的正常盈利造成巨大影响。

有些消费者在网上购物,拿到实物后使用过,却以不喜欢或者其他理由申请七天无理由退货,造成恶劣的影响,给经营者带来各种各样的损失,有些消费者在短时间内,频繁网购、退货,明显是对反悔权的滥用,应当加以规制。以及部分消费者甚至触及刑法规范,在网上购买各种贵重物品后申请退货,将假商品退还回去,影响十分恶劣,必须通过法律给与惩罚。

以上各种滥用反悔权的行为无法包含实际所有情况,还有其他滥用反悔权的行为在接连不断地出现,这种行为加深了经营者和消费者的矛盾,影响社会和谐,影响网络市场正常交易,给双方都带来困扰。最终可能导致,因为少部分消费者的行为,让一些经营者对所有消费者不信任,损害所有消费者利益。

因此,为了正常的网络交易秩序,消费者和经营者之间的信任,必须要对滥用反悔权的消费者的行为进行规制,必要时对这些行为进行法律上的惩罚,确保我国反悔权制度的正确实施和有效运行。

### 4. 网络购物消费者反悔权适用的完善

#### (一) 明确经营者确定标准

随着互联网的发展,各种各样的经营者不断出现,造成了发生问题之后,人们对于自己购买的商家主张自己不是经营者,经营者认定出现问题,经营者的认定会随着网络的不断发展,变得越来越重要,也越来越困难,网络购物销售者一方是否能认定为反悔权适用的经营者,最核心的认定标准是其是否以营利为目的,这就有效的避免了一些因为没有进行市场主体登记和取得营业执照的销售方是否认定经营者的难题,可以直接看其是否具有营利性,经营者核心就是以营利为目的,所以将之作为认定经营者的标准十分精准和方便。

在网络普及的现在,出现了各种各样的网络销售方,微商和二手交易销售方异军突起,越来越多的微商和二手交易销售方的出现,但是是否应该认定为经营者存在许多争议,需要法律确立发布统一且方便的认定标准,因为是认定经营者,所以以是否以营利为目的作为认定标准,同样十分精准和方便,有效的避免了一些因为没有进行市场主体登记和取得营业执照的微商和二手交易销售方是否认定经营者的难题,总而言之,明确经营者的范围变得越来越重要,通过这样的认定标准认定十分方便,有助于建立完善的反悔权制度和稳定的网络交易市场。

#### (二) 细化不可适用反悔权商品范围

对于细化不可适用反悔权商品的范围,我国法律已经规定了四类不适用商品以及兜底条款。但是,

随着网络的发展,法律规定的四类明显过于宽泛,加之有兜底条款,这就造成有些经营者找到一些法律漏洞,进而损害消费者合法权益,因此,为了有效的避免有些经营者滥用法律漏洞,要细化不可适用反悔权商品范围,可以借鉴早已建立反悔权制度的国家的法律,结合本国网络购物商品种类现状,制定符合本国实际情况的商品范围,比如,可以借鉴欧盟《消费者权益指令》<sup>10</sup>中列举的十三类反悔权适用的例外情形,还有本国现行状况,给出不宜退货的商品范围。

由于网络迅速发展,关于商品范围的适用,可以收取社会广大相关群众的意见,定期对不宜退货商品范围进行完善,充分了解市场,才能确保反悔权制度的实际执行状况,充分使我国反悔权制度得到实施。

### (三) 完善反悔权起算时间点

关于反悔权的起算时间点的完善,反悔权法定期限的起算点是消费者实际签收快递的时间,也应当以消费者实际取件的时间为准,可以根据不同类别的商品对取件时间设置一个合理的期限。对于实际生活中经常出现的几种情形,应通过法律给与不同的规定。首先,应依据不同情况予以区分处理,首先,对于网络购物商品送货上门,然后消费者本人亲自签收,自签收的时候起算;送货上门且由消费者本人亲自签收的商品,反悔权应自消费者签收之日起计算。其次,对于未经允许快递代收点因为不在派送范围签收了和快递员将快递放入快递柜这种情形,应当在消费者本人实际去亲自签收的时候起算时间。最后,对于快递员因为收件人无法及时接收,委托他人代签收的情形,从委托人代为签收的时候起算。

通过对我国《消费者权益保护法》第25条“收到商品之日起”作为反悔权行使期间的起算点,但并未对“收到”的具体含义进行明确界定,对收到经常出现的几种情形进行规定,极大的完善反悔权起算点问题,防止出现由于不当缩短起算时间,引起的消费者权益的损害,已经法律规定,避免一些消费者和经营者矛盾的产生,完善反悔权起算点这一举措,能有效的保护网络购物消费者的合法权益,促进我国网络交易市场的发展和稳定。

### (四) 规制消费者反悔权滥用

在现在社会网络蓬勃发展的背景下,反悔权制度基本已经被广大网络消费者熟知,不可避免地带来反悔权滥用的问题,对此,必须要对这些滥用问题进行法律规制,否则会严重影响我国反悔权制度的完善和成熟。

对于反悔权滥用的规制,要从源头解决问题,在于消费者的自觉不滥用。如何让消费者自觉不滥用:第一,建立信用评价机制,消费者在各大网络购物平台肯定都是实名注册,让各大网络购物平台建立对于消费者的信用评价机制,仅收集消费者的购物、退货、投诉和被投诉等反映信用的因素来评价消费者的信用,不能过度收集,以免侵犯隐私权。通过这些信息,对消费者信用等级进行客观合理评价,对信用等级低被认定为滥用反悔权的客户进行相应的网络购物条件限制。第二,确立相应的法律责任,滥用反悔权的责任,责任承担的方式,对滥用反悔权的消费者追究责任,并采取一定的惩罚措施。第三,为进一步完善网购消费者反悔权制度,可以借鉴国外先进立法经验,完善相关法律法规体系,以《消费者权益保护法》为基础,完善《中华人民共和国产品质量法》<sup>11</sup>《中华人民共和国反不正当竞争法》<sup>12</sup>等相关法律的规定,形成协调一致、相互补充的多层级法律体系,对于法律规定不明确引发的适用争议,应出台相关司法解释明确适用标准,为消费者反悔权的行使提供更为全面、具体的法律依据。

## 参考文献

[1] 于小渊. 网络服务合同反悔权问题研究[D]: [硕士学位论文]. 呼和浩特: 内蒙古大学, 2023.

<sup>10</sup>详见 <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2011/83/oj/eng>。

<sup>11</sup>详见 [https://www.samr.gov.cn/zfjcj/tzgg/art/2023/art\\_579118cd202a45fba28b7edfd9f6fd72.html](https://www.samr.gov.cn/zfjcj/tzgg/art/2023/art_579118cd202a45fba28b7edfd9f6fd72.html)。

<sup>12</sup>详见 [https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgknr/fgs/art/2023/art\\_3737890d856a4e44a8ea07c50c90c116.html](https://www.samr.gov.cn/zw/zfxxgk/fdzdgknr/fgs/art/2023/art_3737890d856a4e44a8ea07c50c90c116.html)。

- 
- [2] 范庆荣, 何兆军. 消费者反悔权视角下保险冷静期规则的完善[J]. 邵阳学院学报(社会科学版), 2022, 21(3): 51-56.
  - [3] 张守文. 新发展理念与经济法制度完善[M]. 北京: 北京大学出版社, 2022.
  - [4] 张素伦, 赵思源. 网购消费者后悔权探析[J]. 四川文理学院学报, 2022, 33(1): 47-51.
  - [5] 彭舒月. 论电子商务领域中消费者权益保护——以谦抑干预理念为视角[J]. 黑龙江省政法管理干部学院学报, 2020(6): 84-88.
  - [6] 张佳丽, 施茵茵, 沈杨, 张昊. C2C 微商模式下消费者权益保护法律分析[J]. 商业经济, 2018(7): 87-89.
  - [7] 郭子瑜. 试论微商法律主体地位的确认[J]. 公民与法(法学版), 2016(10): 10-13.
  - [8] 王蕊. 网络购物中消费者反悔权制度的完善[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林财经大学, 2021.