

电商平台欺诈消费者的法律规制

●王珂



[摘要] 随着互联网的快速发展,各种电商平台不断出现,开始进入人们的生活工作当中。但在巨大利益的驱动下,电商平台无序经营导致的欺诈消费者的行为时有发生,因为网络存在隐蔽、复杂的特点。某平台凭借“社交+电商”的模式迅速崛起,其中“助力免费拿”的活动引起了大众广泛的关注,从法律的角度来看,会存在信息不对称的情况,进而侵害消费者的知情权,这符合欺诈的构成要件。本文主要探讨了某平台“助力免费拿活动”的行为性质,从而建议相关法律对电商平台欺诈消费者的行为进行规制,以建立公平和谐的网络市场秩序。

[关键词] 电商平台;信息不对称;知情权

简而言之,欺诈行为的构成要素包括主观上的故意和客观上运用虚构事实或隐瞒真相的手段。在某平台的“助力免费拿”活动中,这些要素都得到了体现,因此,可以认定该活动构成了欺诈。该平台通过社交渠道吸引新用户参与,然后利用具有诱惑力的页面诱导他们参与活动,最终实现病毒式传播,以达到吸引电商流量的目的。该电商平台自2015年成立以来,其营销策略和手段一直备受争议,尤其是备受瞩目的“助力免费拿”活动,通过人际传播迅速为大众所知,并吸引了大量用户使用这个以低价团购和社交购物为主打的平台。以下对某平台“助力免费拿”活动的这个营销策略,是否欺诈消费者问题进行了深入探讨。

Q 某平台“助力免费拿”活动的营销策略

营销手段与特点: 在“助力免费拿”的活动中,参与者主动投入,逐步缩小了与“提现”的距离。在努力的过程中,系统会提示“距离成功仅差一步之遥”,进而激发参与者的兴趣。当他们想要退出活动时,系统还会提示“忍痛,你已超过99%的人”等弹窗,使其难以割舍已投入的沉没成本。这种情况下,参与者往往会放弃止损,进而陷入与商家的心理博弈中,受到沉没成本陷阱的束缚。

在用户和平台之间,用户往往难以抵制诱惑,舍不得放弃已投入的沉没成本。双方都希望实现自身利益的最大化,因而最终会陷入决策的困境。为追求更多利益,主动参与者会选择不断向其他人传播求助“砍一刀”的求助信息。最终,这种传播手段使商家实现了病毒式营销的目标,也助力某平台凭借裂变式营销在市场竞争中脱颖而出。

电商平台利用人性弱点,短期内迅速吸引了大量流量。通过一系列让人感觉自己将占到便宜,且身边朋友都已受益的诱导行为,用户主动宣传该电商平台,最终实现以最低成本获取最大收益的目标。研究发现,近七成受访者难以抵挡“现金提现”的诱惑,主动参与到该平台的“砍一刀”活动中。

在很短的时间内这种病毒式营销策略之所以能吸引大量用户,在面对已形成垄断的电商企业时,这家公司仍能与之抗衡,这得益于其营销策略紧紧抓住了用户的心理,以及目标人群经过了精心筛选。企业巧妙地利用了法律“真空”地带,从事一些擦边活动,表面上看似合法,实则公然侵犯他人权益。因为该平台砍价机制的不透明、规则解释的模糊、广告推送的过于频繁、产品质量的不稳定以及售后服务的不完善,会让很多用户很难意识到自己的权益受到侵害。

Q 电商平台欺诈消费者的体现

(一)某平台“砍一刀”活动是否真实有效

在某博主的产品测评中,他发现一件商品只需邀请十位好友助力,便可免费获得。然而,当博主邀请满九个人后,游戏规则突然变更,要求再邀请十个人才能凑成一个金币,而这个金币可以满足最后一个空缺。当博主再次邀请九个人后,规则却又发生了变化。当用户准备离开页面时,醒目的提示语显示距离成功仅差0.01,并呈现好友助力成功的界面。然而,此时好友是否真正拼团成功并不确定。如果好友并未成功拼团,但页面却显示了他们的个人信息,这就构成了欺诈。即使好友成功拼团,若他们的信

息被随意公开，也将导致个人信息泄露。该平台在未经授权的情况下获取用户个人信息，用以吸引流量并实现商业盈利，这无疑侵犯了用户的个人隐私。

2022年7月5日上午，上海市长宁区人民法院对刘某某诉某平台网络侵权责任纠纷案进行了公开宣判。针对平台“砍一刀”活动永远差一刀的现象，刘某某认为平台数据不真实，涉嫌违背诚实信用原则，使用虚假数据和隐瞒活动规则构成欺诈，因此他向法院提交了起诉材料和证据。诉讼材料中指出，平台涉嫌违反诚实信用原则，通过使用虚假数据和隐瞒活动规则，诱导消费者完成软件设置的各种任务以及付费服务，以为自身获得利益，这完全符合欺诈行为。

法院最终认定被告侵害了消费者的知情权，一审判决被告在判决生效之日起十日内赔偿原告400元，并驳回原告其他诉讼请求。这一判决充分证明，“助力免费拿”活动存在侵害消费者知情权的违法行为。鉴于受损金额较小，法院并未给予过重处罚。根据“不告不理原则”，法院无法主动干预，但相关工商和行政部门应认识到此类活动涉及侵害消费者知情权和泄露用户个人信息的法律问题，需依法予以明确。

（二）活动利用消费者“占便宜”心理，涉嫌欺诈

中国社会科学院法学研究所研究员支振锋讲到，如果平台可以公开显示的获奖概率、砍价排名等相关的数据与实际不相符，则涉嫌欺诈消费者。众所周知，“砍价免费拿”活动是某平台吸引流量的一种营销策略，它的游戏规则是不透明的，用户没有办法查看游戏规则，从始至终都没有相关的游戏规则解释。

类似的电商诈骗行为屡见不鲜，越来越多的平台纷纷效仿，这使得部分辨别能力较弱的群体在未经深思熟虑的情况下处理自己的财产。由于平台隐瞒事实或虚构情况，使他们陷入骗局，这完全符合欺诈的构成要件。此时，实施欺诈的主体便是平台。由于法律存在滞后性，一些新兴事物无法得到规范。

平台之所以采取这种行为，是为了吸引更多流量。他们模糊处理事情的前因后果，仅告诉用户，完成指定的拉人任务即可免费获得商品或直接获得几百元现金。然而，平台上并无任何界面展示活动规则，后续也没有维权渠道，为了解决这个问题，有必要制定相关法律，以保障消费者的合法权益。

Q 电商平台对消费者的侵害

（一）侵犯了网络消费者的知情权

电商平台对于为了达到销售目的，增加流量的经营行为，尤其是对于砍价活动的游戏规则应该告知，这是消费者决定是否继续进行所依据的标准和考虑的因素，这些都会影

响到消费者之后的行为。但是电商平台有很明显的故意隐瞒行为，明显侵犯了消费者应该拥有的知情权。

（二）威胁用户个人数据的安全

当用户在电商平台上留下个人信息的时候，该平台会利用大数据把个人信息收集起来，再加上平时购物的喜好等特征来判断个人性质，从而实现精准投放的目的，这成为个人数据遭受威胁的主要原因。消费者的个人数据在之后的使用中有很大的商业价值，因此，当电商平台在获得消费用户的个人信息后，是不会容易删除的，就是想要从中能够得到更多有利信息，从而获得更多的商业利益。在电商平台上经常会要求勾选一些关于自己隐私的选项，比如地理位置、相册、通讯录等，由此来获得更多关于用户的个人信息。

Q 原因分析

（一）法律的局限性

当前，针对电商平台欺诈消费者的相关规定并不完善，立法难以有效应对新事物带来的挑战。尽管网络平台通常是运用大数据是根据当事人的自由选择，但由于网络常见的信息不对称，会导致消费者的知情权和公平交易权受到一定的侵害。法律没有很好地对该违法行为进行规制，原因包括：算法的不透明性使得消费者难以取证和证实；相较于消费者的损失，维权所需的成本相对较高。我国对于大数据欺诈消费者的规制条文，实际执行力度较弱，规定也相对模糊。在这种情况下，企业自我监督的权限较大，而有关部门并未实质性地发挥监督职能，我国当前法律的滞后性在应对新事物时表现得尤为明显。面对各种问题时，现行法律往往无法提供充分的规范，从而导致侵权行为屡见不鲜。此外，由于宏观调控的滞后性，人们无法及时应对不断出现的各种挑战，使得消费者的个人权益难以得到有效救济。

在市场经济体系下，为求市场与政府调控的平衡，并推动经济发展，我国有关部门赋予了企业较大的自我监督权限。事实证明，企业自我监督的效果并不理想。为了追求更多利润，一些企业会做出侵犯消费者合法权益的行为。然而，这些企业会利用各种合法手段将这些违法行为合理化。要确保法律法规得以有效执行，并维护消费者的合法权益，仅依赖经营者的自律是远远不够的，需要相关的法律能够落实执行。

（二）法律的滞后性

我国的传统法律体系尚未完全适应互联网的快速发展。为应对互联网带来的新挑战，我国不仅通过不断完善立法、补充司法解释，以及建立互联网法院来尽量适应，还需深入分析现行的法律困境，以制定有利于互联网持续发展的社会规范体系。对于出现的一些新的问题，可以创新监督机制，借助第三方资信公司，构建市场信用评估和公示制度，

以强化平台经营者的责任感,并规范其行为。保持中立态度的关键在于引入第三方,这样才能防止经营者为谋求自身利益而在各种设置中悄然偏向有利于自身的一方,从而避免消费者权益受到侵犯。引入第三方机构的过程必须公开透明,以确保公平公正。企业应开通用户投诉渠道,强化自我审查,以提升服务品质。为了确保消费者在购物过程中遇到问题时能找到解决途径,避免在网络上受骗,需要相应的法律进行规制。在电商平台上,误导性广告词常常导致用户在付款后才发现自己陷入骗局,却找不到救济途径,尤其是对于不熟悉互联网操作的老年或年幼用户,容易受到平台各种诱骗手段的影响,进而付出高昂代价。这些问题应引起广泛关注,相关部门应制定法律法规进行规范。显然,这种行为构成了欺诈,只是主体变成了电商平台。究竟这是程序员还是平台运营者的失误,也需要法律或司法解释来明确界定。

Q 应对措施

(一)明晰销售规则,加强客户信任

某平台基于社交电商信任关系,采用社交裂变模式来吸引顾客,通过几年来的积累,已经拥有了大量的用户群。眼下亟需处理的问题是:严把产品质量关,减少用虚假性质的营销方式来获取用户和流量的手段。针对营销策略一定要积极创新和改变,拓展垂直人群的多样化需求,倾听用户的诉求。强化游戏规则,使活动透明化,明确告知实际中奖概率,定期公布中奖名单,增强用户对平台的信任。

(二)建立电商平台消费者维权机制

为了使得电商快速、健康发展,必须建立一个完善的消费者维权的机制。当今世界,网上交易无处不在,大数据充斥在人们的身边,必须利用好大数据给人们带来的便捷,更加强调电商平台中消费者维权机制建立的重要性。我国致力于确保消费者能轻松找到有效的维权途径。具体来说,这一机制应覆盖消费投诉渠道、解决方案提供以及回访等环节。

(三)明确执法部门的执法权限

由于电商平台欺诈消费者的行为有跨区域特点,涉及的范围较广,而且在网络上的行为很难准确地划定发生违法行为的地点,这就让工商管理行政部门不太方便对其进行管理。因此,法律的制定者应该下达明确的文件,划分好每个执行机构的责任和义务所在,让执法者能够有明确的文件可以直接执行,做到完善执法细节,做到有法可依、有法必依、违法必究的良性循环。促进各方统一协作,实现各个

部门资源共享,加强对电商平台的法律监督,设立严格的监督体系,做到权责分明。

Q 结束语

电商平台已深入人们的生活,然而其中的欺诈行为却层出不穷。监督的缺失和法律的滞后性,使得侵权问题日益突出。为了维护公平交易和市场秩序,我国有必要实施有力的举措,打击和预防电商平台上的欺诈行为。而这需要电商平台、监督管理机构和消费者的共同努力。电商平台应加强内部监督,提高对欺诈行为的识别和防范能力;监督管理机构应加强对电商平台的监督和执法力度,保障消费者权益;消费者应提高警惕,了解自己的权益,积极维护自身利益。只有通过共同努力,我国才能建立一个公平、透明、可靠的电商环境,促进市场的健康发展。

参考文献

- [1]马欣宇.某平台盈利模式分析[J].合作经济与科技,2023(22):104-106.
- [2]贺自越,张庆.某平台的盈利模式及财务绩效分析[J].全国流通经济,2021(26):6-9.
- [3]姜依岑.博弈论视角下的某平台“砍一刀”活动分析[J].全国流通经济,2023(01):4-7.
- [4]赵成珠.社交电商某平台的品牌传播研究[J].新闻传播,2021(02):32-33.
- [5]谭惠琪.基于砍价活动的行为决策与博弈分析[J].商业文化,2021(13):134-135.
- [6]丁毓.某平台弯道超车的社交电商[J].上海信息化,2018(03):72-74.
- [7]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(04):853-864.
- [8]于洋.论电商平台的差异化定价行为[J].市场周刊,2021,34(11):176-178.
- [9]周世瑜,陈宁睿,张治国,等.电商刷单行为的法律问题研究[J].商展经济,2021(14):39-41.

基金项目:

2022 年信阳师范大学研究生科研创新基金项目,项目名称:电商平台欺诈消费者的法律规制,项目编号:2022KYJJ096。

作者简介:

王珂(2001—),女,汉族,河南驻马店人,硕士研究生,信阳师范大学,研究方向:民法。