

数字时代我国消费者权益保护研究

● 杨成芳



[摘要] 本文旨在探讨数字时代我国消费者权益保护问题,首先分析了数字时代我国消费者的行为特点,包括线上消费普及、个性化需求增加、社交媒体影响加强以及消费虚拟化等方面。其次,概述了我国消费者权益保护的现行规定,包括相关法律法规和政策措施。再次,分析了消费者权益保护面临的挑战,如网络购物欺诈、个人信息泄露等。最后,提出了加强消费者权益保护的建议,包括完善和修订法律法规、提高监管力度、增强消费者权益保护意识等。希望通过本文的探讨,能够为进一步完善我国消费者权益保护体系、促进数字经济健康发展提供参考和建议。

[关键词] 数字时代;消费者权益保护;研究

随着数字时代的到来,消费者的生活方式、购买习惯和消费行为产生了很大变化,给消费者带来了便利的同时,也带来了诸多挑战和风险。随着电子商务、社交媒体、数据分析等技术的普及和应用,消费者在进行线上购物、个人信息保护、虚拟服务交易等方面面临着诸多挑战。因此,对数字时代消费者权益保护进行深入研究,对于制定相应的政策法规、加大监管力度、增强消费者权益保护意识具有重要意义。

Q 数字时代我国消费者的行为特点

数字时代,我国消费者行为呈现出多方面的特点。线上消费已经普及,消费者可以通过电子商务平台轻松实现购物,改变了传统的线下购物方式,满足了消费者的个性化需求。现在的消费者更加注重个性化和定制化的消费体验,这对企业提出了挑战,也带来了商机。企业通过社交媒体增强对消费决策的影响,消费者更倾向于通过社交媒体获取产品信息和购物建议,从而影响购买决策。这些特点不仅改变了消费者的购物方式和行为习惯,也给企业和主管部门提出了新的挑战和机遇。

(一)消费的便捷化、小额化和碎片化

数字技术的融入使得消费活动变得更加便捷,消费者可以随时随地购物。这一变化导致消费者的购买模式从过去的一站式采购逐渐转变为现在的多次少量购买,消费行为的计划性逐渐被削弱。在这种趋势下,消费呈现出了小额化与碎片化的特点。消费者不再集中购买一次性大宗商品,而是更倾向于多次购买少量商品,这反映了消费行为分散化

和灵活性的增加。

(二)消费的社交化、场景化和无边界化

数字经济的崛起使得消费者的沟通成本降低,同时沟通的时效性也得到了提升。消费者的购买行为不再局限于产品本身,而是开始涉及整个消费活动中所蕴含的社交元素和场景元素。在这个过程中,打卡、晒照、分享等活动成了消费的重要组成部分,而数字技术的应用则进一步推动了新消费场景的涌现。与此同时,实物产品和服务消费之间的边界、地域边界等也变得愈发模糊。消费者不再受限于传统的购买方式和地域限制,他们可以通过网络平台实现全球范围内的购物和社交互动,拓展了消费行为的多样性和灵活性。

(三)消费的信息化、搜寻化和流量化

数字经济的蓬勃发展使得数据日益成为一种重要的生产要素,消费内容和消费活动也逐渐向信息化方向发展。在进行消费决策时,消费者乐于并且习惯于搜寻和使用各种信息化的消费数据。随着消费者越来越倾向于基于数字信息进行消费,制造和扩大流量也成了新型消费的一个重要组成部分。消费者不仅是被动地接受产品和服务,而是通过搜索、浏览和分析数据来指导自己的消费行为,这进一步推动了数字经济的发展,并且为企业和平台提供了更多的商业机会。

(四)消费的感观化、虚拟化和故事化

数字经济时代,消费者不仅越来越倾向于基于数据信息进行消费,同时也更加注重消费品的第一印象。这种趋势使得理性消费与感性消费相互交织。许多新的消费产品和

模式都致力于通过外观、颜值、规划和展示方式给消费者带来视听上的新体验。这些产品和模式不仅是简单的产品，它们融入了虚拟元素，通过构建故事情节等方式，为消费者创造了全新的消费体验。因此，消费者在进行购买时，不仅会考虑产品的实用性和性能，还会更加关注产品所传达的情感价值和美感体验。

Q 数字时代我国消费者权益保护的相关规定

数字经济时代，个人信息和数据成了商业活动中的重要资源，而这也使得消费者面临着更多与个人信息和数据相关的风险。因此，针对消费者在数字经济中的权益保护，相关法律和规定需要不断地进行完善和更新。

首先，关于个人信息的保护已经得到了法律的重视和规范。《个人信息保护法》的出台明确规定了个人信息的保护原则和相关义务，要求任何组织和个人不得侵犯自然人的个人信息权益。此外，《消费者权益保护法》也对经营者收集、使用消费者个人信息提出了具体的要求和限制。这些规定能够一定程度地保护消费者的个人信息，保障消费者在数字经济时代的隐私权益。其次，除了个人信息之外，消费者的数据权益也日益受到关注。在传统的消费行为中，消费者的数据往往作为商家和服务提供者的交易依据，但在数字经济时代，数据不仅是商品，更是一种权益。消费者在数字经济中生成的数据，可能被用于个性化推荐、定价策略，甚至是决策分析等方面，因此数据的合法收集、使用和保护变得尤为重要。尽管目前还没有专门针对消费者数据权益的法律规定，但《民法典》和《数据安全法》都认可了个人享有与数据有关的权益，为未来的立法提供了基础。

完善数字时代消费者权益保护的相关规定，不仅需要完善现有法律，还需要适应数字经济发展的变化对其不断进行更新。在立法层面，应考虑将消费者数据权益纳入《消费者权益保护法》中，明确规定消费者对个人数据的所有权、控制权以及数据使用方面的权利和义务。同时，加强对数据使用、共享、流通等方面的监管，防止数据滥用和侵权行为的发生。此外，还需要加强对于新兴科技和商业模式的监管，确保其在推动经济发展的同时不损害消费者权益。

Q 数字时代我国消费者权益保护面临的挑战

随着当代居民收入的提高，消费者的需求升级，为满足广大网络消费者多样化及宽泛化的需求，各大平台都不遗余力地开拓创新，发掘新的营销模式来增加消费者的购物欲望。与此同时在消费升级的今天，网购已然成为人们日常生活消费的主要途径，在网络购物过程中，常常会遭遇各种侵犯消费者合法权益的问题。比如，当前备受关注的大数据杀熟现象，严重侵害了消费者的个人隐私权，泄露了他们

的个人信息。在网络交易模式下，消费者的知情权、个人隐私权以及公平交易权往往无法得到妥善保护。此外，网络购物环境中频繁出现虚假信息、刷单、虚假好评和虚假宣传现象，消费者面临的挑战不容忽视。对于跨区域和跨国购物的海淘产品，消费者的售后维权难题也屡见不鲜，相关因素导致了这一问题的长期存在。此外，随着“网红直播带货”等新型销售模式的兴起，消费者权益保护面临新的挑战，如价格被抬高、商品以次充好等问题愈发突出。

（一）消费者权益保护格局的调整

数字经济的发展既削弱了消费者的分散性，在一定程度上又强化了其分散性。消费者的分散性常常使他们在与生产者进行交易时处于相对弱势的地位。然而，在数字经济背景下，消费者之间可以更加便捷地联系起来，形成了一种强大的影响力量。例如，通过全民点评的网络群体口碑和网红粉丝圈的流量效应，消费者可以迅速传播信息，影响其他消费者的购买决策。与此同时，数字经济也强化了消费者的分散性。商品和服务的消费者分布地域变得更加广泛，购买的金额和频次也变得更加分散。这种分散性进一步削弱了消费者的维权意识。因为消费者感知到自己只是众多分散消费者中的一个，他们可能更难意识到自己的权益受到侵犯，并采取行动来维护自己的权益。

（二）消费者权益损害的隐秘性增强

数字经济时代，随着产品与服务的技术门槛不断提高，内在的信息不对称现象进一步加剧。如果供给方利用其所掌握的信息优势，可能会导致消费者权益受损，并且这种损害可能更加隐蔽。举例来说，互联网企业可能会利用其优势地位，运用大数据杀熟，甚至采取变相的“看碟下菜”行为，这些都会损害消费者的权益。此外，一些软件可能会通过“捆绑安装”式的功能开通确认，这种做法也会损害消费者的权益。消费者往往面临着缺乏有效申诉和解决渠道的困境，导致他们难以维护自己的权益。

（三）信息和数据安全的负外部性更加凸显

数字经济时代，消费者越发成了数据生成端，而且消费者产生的数据，也越来越容易被产品供给方、平台或是移动数据服务机构所收集。消费者的个人信息被收集与使用，就不可避免地涉及消费者的个人信息隐私权、信息安全等可能的负外部性问题。包括非意愿的个人信息被收集与滥用、信息被售卖与泄露，以及在此基础上的过度营销、价格歧视，甚至是诈骗等，都是对消费者权益的损害。

（四）消费者的有限理性被进一步放大

数字经济时代的到来为对消费者实施准确画像与精准推送带来了便利，导致使用数据造假和数字隐瞒方式诱导消费的行为时有发生。同时，不少消费活动更加依托于虚拟网络平台加以实现，消费者的购买判断就容易不准确，加之若

有意或无意地信息披露不充分,可能导致消费者做出有损其权益的消费行为。有限理性的消费者在知情—同意常规模式中,虽然知道情况但并不具体了解情况,事后的理解差异也造成了大量消费纠纷。

Q 数字时代加强我国消费者权益保护的建议

我国电商产业的快速发展为经济增长注入了新动力。电商行业的崛起使得网络消费在人们的生活中扮演着日益重要的角色,网购已经成为消费者不可或缺的重要渠道。因此,随着消费模式的转变,相应的消费者权益保护问题也应适应发展趋势而不断演进。

(一)完善法律体系

当前,对于保护消费者权益,单靠《消费者权益保护法》已经不足以应对挑战,必须重视多部法律法规的适用。首先,需要完善相关法律框架,以确保其与数字经济的发展相适应。其次,需要明确定义相关概念,例如,对消费者的定义可以参考欧盟《电子商务指令》,将消费者定义为“从事某项行为,而该行为目的并非属于商业或者职业活动的自然人”。最后,需要明确各方的责任。例如,在消费者举证责任方面,尽管我国的实体法并未对此做出明确规定,但在程序上仍然应遵循“谁主张,谁举证”原则。通过这些措施可以更好地保护消费者的权益,促进数字经济的健康发展。

(二)创新监管路径,重视行业自律

数字经济与传统经营模式有着本质区别,因此市场监管需要超越传统监管思维,通过创新监管手段来提升监管效能。首先需要创新监管路径。一方面,建立专门的监管部门,并赋予其在侵害消费者公共利益时享有直接执法权。这样做可以解决因职责划分不清而导致的问题,避免不同部门之间相互推诿的情况发生,另一方面,由于在数字经济背景下,平台侵害消费者权益需要借助先进技术,因此赋予专门部门在侵害消费者公共利益时享有直接执法权,使其能够利用法定权限来精准锁定侵害消费者权益的行为。

(三)提升消费者维权便捷度,鼓励消费者积极维权

消费者运动是推动消费者权益保护法发展的直接动力。我国出台《消费者权益保护法》的主要目的之一是唤起消费者对自身权利的保护意识,让他们了解维权途径并降低维权成本。首先,应积极利用科技手段,提升消费维权水平。

其次,应重视对消费者的教育。相关部门应定期开展有关数字经济模式涉及的消费权益和相关法律法规的知识普及教育。通过法制宣传,提高消费者自我保护能力,增强维权意识,并了解自己所拥有的基本权益。这样一来,消费者将能够更好地掌握法律武器,减少自身权益受损事件的发生。

(四)加强消费者权益保护组织和社会组织的监督参与

主管部门可以积极鼓励和支持消费者组织和非营利性社会组织的发展,以充分发挥它们在监督和保护消费者权益方面的作用。首先,它们可以充当消费者利益的代表,代表消费者与企业 and 主管部门进行沟通和协商,推动解决消费者的合法权益问题。其次,这些组织还可以监督市场行为的合规性,对不良商业行为进行监督和曝光,促使企业提高服务质量和诚信水平。此外,它们还可以积极参与相关政策的制定和评估过程,为消费者权益的立法和政策提供建议和意见。另外,这些组织还可以通过举办各类消费者教育活动和提供咨询服务,帮助消费者了解和维护自己的权益。通过加强这些组织的作用,主管部门可以有效提高消费者权益保护水平,全面维护消费者权益,推动消费者市场的健康发展。

Q 结束语

综上所述,消费者权益保护是维护消费者合法权益、促进市场健康发展的重要保障,需要主管部门、企业和社会各界共同努力,共同推动消费者权益保护工作不断取得新的进展,为数字经济时代的可持续发展提供有力支撑。

参考文献

- [1]井潘檀.论我国网络消费者权益保护所面临的问题及完善[J].广西质量监督导报,2020(08):260-261.
- [2]俞孙婷.大学生电商平台上的消费行为研究[J].特区经济,2021(08):143-145.
- [3]魏巍,罗晨.低碳经济背景下丽江老君山的开发与保护模式研究[J].市场论坛,2011(11):76-77.

作者简介:

杨成芳(1999—),女,汉族,四川泸州人,硕士研究生,西南科技大学法学院,研究方向:市场规制法。