论网络消费者权益保护

●王雨涵

[摘要]网络购物是现代人日常生活中最为重要的购物途径之一，已经成为多数人购物方式的首要选择。网络购物为人们提供方便的同时，也引发了一些亟待解决的问题。网络购物的形式决定了网络购物的消费者在使用这种方式购物时，在一定程度上会遭遇知情权受到限制、公平交易权保障不充分、被经营者收集个人信息等问题。本文从网络消费的现状出发，分析网络消费者权益保护中存在的主要问题和突出问题，并针对这些问题提出了相关的解决措施，以供参考。

[关键词]网络消费；权益保护；法律救济

网络购物是近些年出现的新兴事物之一，其乘着互联网和时代发展的春风迅猛发展。电商和网络购物虽然是新兴产业，但是其规模大、发展态势猛、涉及的领域广、行业人数众多，不容小觑。随着消费者的消费方式从线下转移到线上，消费者的权益保护模式和方向也应有所调整和完善，应符合网络消费者的特殊性，更好地保护网络消费者的权益。

随着我国社会经济的发展，人们的收入水平和生活质量也有了相应的提高，这进一步提升了大众对网络消费的需求，使更多人成为电商经营者，纷纷加入网络购物平台。面对大众个性化的购物需求，经营者开始采取各式各样的手段来提高自己的竞争力和吸引力。由于网络消费存在其特殊性，商家在网络购物平台上展示和宣传自己的商品，而消费者只能通过经营者展示和传递的信息来判断商品是否符合自己的需求。在这种模式下，部分想要提高竞争力的经营者采取了虚假宣传的经营方式，企图从众多竞争者中脱颖而出，使其商品得到消费者和市场的青睐。

目前，网络购物平台中存在虚假宣传的行为，这种行为给商家带来了短暂的、一时的利益，但严重损害了网络消费者的权益。网络消费者作为网络购物的弱势一方，必须依靠强有力的法律和相关措施来保护他们的合法权益。这是更全面、更有效地维护市场规则、促进社会经济良好发展的重要环节。

Q 网络消费者权益保护现状

（一）侵犯网络消费者权益的表现形式

1.知情权受限

在线下购物时，消费者可以实地看到商品，能够先试穿、试用，可以通过自己对商品的真实感受来判断其是不是符合自己需求的商品。而在线上购物，即通过网络购物平台进行购物时，消费者无法真切地看到、摸到所选中的商品，只能通过商家展示的信息来判断商品的质量以及与自己需求的相符程度。在这样的选购过程中，消费者的知情权受到了相当大的限制，难以保证信息的对称性，使网络消费者的知情权被损害。这是目前网络购物普遍存在的问题，也是侵犯网络消费者权益中最为明显的问题之一。

2.隐私权被侵犯

随着大数据时代的到来，“数据”融入了人们生活的方方面面，充斥着人们日常生活的每一个角落。在网络购物中，购物平台对消费者数据的收集和分析显得尤为重要。各大购物平台都会收集消费者的搜索和浏览数据，刻画出“用户形象”，然后对消费者精准地投放商品广告和商品推送网络链接。消费者选择网络购物，就意味着其必须填写真实的个人信息。消费者个人的隐私信息尚未得到良好地保护，这是网络消费者权益保护所面临的挑战。

3.求偿权得不到保障

由于网络购物的特殊性，在商品出现问题时，消费者往往会陷入举证困难的尴尬境地。因此，网络消费者的求偿权也就无法得到有效地保障。通过网络进行的交易，商品会被多方主体经手，当产品出现问题时，难以确定到底是哪一环节出现了问题。此外，相比于网络平台中的经营者而言，消费者处于相对劣势的地位，他们中的绝大多数都只是普通民众。一些消费者不懂得在“看不见摸不着”的购物过程中收集和保留数据形式的电子证据，导致其在起诉时举

证困难，拿不到相应的赔偿，使其求偿权受到不同程度的损害。

4.商家滥用格式条款

免除协商是格式条款的突出特征之一。一些商家在制定格式条款时，没有与消费者进行商议。一些商家为了节约交易成本和缩短交易的时间，在网络购物过程中会使用大量的格式条款。但是网络消费者很少会在交易时认真阅读格式条款的内容。一些商家正是利用消费者忽视格式条款内容的状况滥用格式条款，在条款中大量地免除自己的义务，导致消费者权利与义务出现明显不对等。

5.直播带货中出现的问题比较多

当下，短视频平台兴起，主播在短视频平台进行直播带货，消费者进入直播间点击链接购买商品也成了网络购物的主要形式之一。做网络直播不需要门槛，一些经营者并不具有出售某类商品的资质，不能保证质量，很容易造成消费者权益损害。同时，直播带货具有很强的引诱性和煽动性，一些天花乱坠的宣传词过分夸大了商品的功能，存在虚假宣传的嫌疑，消费者的合法权益在这样的购物过程中可能会受到一定的损害。

（二）我国现行法律对网络消费者权益的保护

1.网络消费者权益保护可参照的法律原则

现行法律虽暂未规定在保护网络消费者合法权益时应明确遵循的原则，但还是有必须遵守的法律依据。首先，我国现行《消费者权益保护法》在总则中规定：“经营者与消费者进行交易，应当遵循自愿、平等、公平、诚实信用的原则。”网络消费者属于消费者大群体，因此，电商经营者也受此约束。电商经营者在网络平台进行交易时，不得做出虚假宣传、限制消费者知情权、不可退换等违背公平、诚实信用等原则的行为。在保护网络消费者合法权益时，《消费者权益保护法》原则的内容也可以被适当补充和扩张。

2.对经营者的法律限制

我国现行《电子商务法》对电子商务经营者做出了相关的规定，明确了电子商务经营者在进行交易前应具备的条件，也规定了他们要承担的义务。和其他经营者一样，电子商务经营者也需要依法完成主体登记。法律针对“大数据骚扰”做出了规定，允许经营者根据消费者的喜好、历史购买、习惯偏好等数据，适当合理地给消费者提供搜索结果和相对应的服务，但同时要坚持和贯彻公平、平等的原则，保护消费者的自主选择权。

3.消费者享有的后悔权

虽然我国消费者的后悔权制度引入和起步相对较晚，但是这一制度仍为网络消费者权益保护提供一定的保障。消费者后悔权并不是固定的、模式化的内容，而是根据各国实际情况的不同而有所差别，有所调整和丰富的。

Q 网络消费者权益受侵犯的原因

（一）消费者层面

1.消费者权益保护意识淡薄

在进行网络消费时，一些消费者较少关注经营者的资质问题，较少主动去关注经营者的营业执照、行政许可信息等。即便经营者是不具备经营资质或是缺少相关营业证明的经营者，消费者通常也难以察觉。同时，在消费过程中，消费者很少会去质疑经营者对商品的描述和解释，在整个交易过程中，也少有消费者会注意收集和保存交易证据。

2.消费者处于相对弱势的地位

在进行网络消费时，消费者处于相对弱势的地位。在选择商品时，消费者的知情权就已经受到了限制。消费者通过经营者给出的商品信息来选择商品。经营者会通过一些营销方式强调商品质量的可靠，引导消费者购买商品，这就导致了一些劣质商品流向消费者。这种信息不对等的地位差距是导致消费者权益受损的重要原因之一。

（二）网络经营者层面

1.经营门槛低

《电子商务法》虽然要求经营者在进行网络交易前必须办理营业执照，为了给消费者提供便利和保障，还应把营业执照的相关信息展示在网页首页的显著位置。但是在实际生活中少有经营者做到了这一点。网络消费平台往往也只追求软件的数据、利润等，网络经营的低门槛导致经营者素质良莠不齐，并不是所有经营者都遵守法律法规，从而加剧了消费者权益受到侵害的风险和可能性。

2.侵权成本小

消费者权益被侵害的一个重要原因在于，经营者实施侵权行为几乎不需要付出任何成本，承担的风险也相对较低。从经营者所承担的风险来看，虽然当前网络消费中仍然存在消费者被侵权的现象，但是由于一些经营者不合理的营销行为未到违法的程度，从而出现了缺少监督和惩罚的“灰色地带”。这使得经营者麻木大胆，敢于继续实施一些侵权行为。从经营者使用的侵权手段来看，经营者不需要投入大量的精力和财力，他们采用的侵权手段简单而快速，成本极低，导致经营者之间互相效仿，从而加剧了对网络消费者权益的侵害。

（三）网络购物模式本身的特性

选择网络购物意味着消费者必须在网络购物平台上填写自己真实的住址和联系方式，这使消费者的个人信息暴露给了经营者和物流公司，这也是导致网络消费者个人隐私权被侵犯的根源之一。这些隐私信息必须被提交给网络平台，但又得不到有效地保护，使经营者可以较为容易地收集、交换、买卖消费者的隐私信息。此外，在这样的网络购物模式下，商品必须交给物流公司运输，商品信息和消费者的个

人信息被打印成单条，具有较高的泄露风险。

完善网络消费者权益保护的对策

（一）加强立法保护

1.对网络经营者义务的规定

网络消费发展迅速，在激烈竞争的环境中，经营者只能用各种方法“争奇斗艳”。然而，法律存在一定的稳定性和滞后性，其面对快速发展的网络消费，更是存在一定的局限性和可以补充完善的空间。再加上网络消费者的弱势地位，法律对经营者义务做出详细规定更是至关重要。

《中华人民共和国广告法》《消费者权益保护法》中与经营者义务有关的内容并不是仅针对网络经营者来制定的，而是可以适用于所有经营者的义务性规范，这对网络消费的现状和电子商务经营者来说缺乏针对性。针对这些问题，相关部门可以从立法方面进行一定的完善。例如，进一步明确经营者公示信息的位置，并将这一点作为经营网络店铺的必要条件，未按要求完成公示的，暂不给予经营资格。经营者将经营许可、行政许可、商标信息等重要信息公示在规定之处，既方便相关部门的管理和监督，也方便消费者自行查阅。

在售后服务方面，相关部门应当防止经营者和物流公司相互推诿，在立法中应明确各自的义务，通过立法予以规定，形成相对完整的保护链条。而现行法律对网络经营者在售后方面的义务规定较少。相关部门可以参照《消费者权益保护法》，将其中的一般性规定与网络消费的特殊性结合起来，规范网络经营者的义务。

2.对网络消费平台运营的规范

网络消费平台在保护网络消费者权益的过程中扮演着重要角色，是不可或缺的一部分，起着相当大的作用。然而，现行法律中对电子商务平台运营者的规定却不够详细和明晰。笔者认为，对平台运营的规范主要可以从以下方面进行完善：第一，消费者将个人隐私信息登记保存在平台之后，平台应当针对这些信息做出完善的保护与保密措施。消费者将联系方式、住址等隐私信息提供给经营者时，也应该防止经营者轻易地收集、导出消费者的信息，防止经营者将消费者的个人信息形成随意买卖的黑名单；第二，诸多网络消费平台虽然都有“清除历史搜索记录”的功能，但大部分都是形同虚设，实际上并未从根本上清理掉与消费者自身喜好、隐私息息相关的搜索数据；第三，立法需要明确审核的力度、尺度、操作规范。作为网络平台一方，也需要在平台的运营规则和政策中进一步贯彻法律规定的对经营者营业资格审核的内容，严格执行法律规定。

（二）完善行政监督

关于规范网络平台和经营者的建议并不是单纯靠平台和经营者的力量就能做到的，行政监督在这一过程中充当着推手、监管者的重要角色。如果缺乏行政监督的对策，诸多措施就很难被切实保证，落不到实处。行政监督是网络消费者权益保护中关键的一环，有助于监督经营者将法律规定贯彻到实际行动中。行政监督应注意到网络消费发展的状况，最大可能地使监管跟上经营者的发展，覆盖经营者的违规行为，形成完整的监督机制，从而有效地保护消费者的权益。

（三）完善司法对策

在司法方面，主要是降低消费者维权难度。针对网络消费者举证困难、维权难度高、时间战线久的问题，笔者建议相关部门通过网络构建快速、便捷的投诉平台，将投诉平台的入口接入网络消费平台。例如，在网络消费平台的售后服务菜单栏中新增投诉入口，一目了然，提升消费者维权的便捷性。设立这种便利的维权平台，可以在售后方面更好地维护消费者的正当权益。当消费者遭遇不公平时，可以直接投诉，由平台读取网络消费记录，这能在一定程度上减少商家不愿意提供详细交易记录的现象出现。

（四）增强消费者的权益保护意识

一些网络消费者很少主动去了解保护消费者权益的知识，有时候即便是想了解，也苦于难以找到正规的了解途径。网络平台可以弹窗、公告等方式提醒消费者在交易过程中注意收集证据，注意异常状况，注意格式条款，增强消费者的权益保护意识。相关管理部门、社区也可以多开展保护消费者权益的宣传活动，用拉横幅、发宣传单的方式向消费者普及保护权益的知识和途径，从而增强消费者的权益保护意识。

参考文献

[1]卢元茹.网络消费者权益保护问题研究[J].中国集体经济，2021(19)：112-113.

[2]郭靖超.我国网络消费者权益保护法律问题研究[J].法制博览，2021(12)：19-20.

[3]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.

[4]佟义旭.论网络消费模式下消费者权益的法律保护[J].青春岁月，2018(11)：202-203.

作者简介：

王雨涵(2000—)，女，汉族，四川乐山人，硕士研究生，福建农林大学，研究方向：环境法。