

论平台经济下的消费者权益保护

●张睿潇 马云鹤



[摘要] 随着平台经济的发展,各平台企业之间的垄断行为引起了业界关注。创新作为平台经济的明显特征,在该领域下的反垄断监管相比于平台经济发展具有天然的滞后性。因此,平台企业损害消费者权益的违法行为在一定程度上存在缺乏司法救济的情况。《中华人民共和国反垄断法》应当在关注市场动态竞争的同时,也要明确法律适用范围、完善消费民事公益诉讼机制,切实保障消费者的合法权益。本文阐述了平台经济下消费者权益保护面临的主要挑战,提出了平台经济下强化消费者权利保护的建議,以供参考。

[关键词] 平台经济;消费者;权益保护

随着实体经济不断网络化、数字化,由大数据技术、人工智能等技术所组成的数字化消费平台正在不断改变传统的消费模式。平台经济背景下的消费者需求呈现出数字化、多元化等特征,在改变消费者行为的同时,也催生出了新消费场景,扩大了消费群体。但在平台经济优化消费模式的同时,引发了部分平台企业出现利用大数据、算法推荐技术影响消费者决策、侵害消费者利益的现象。由于平台企业本身的特殊定位,企业既是被监管的对象,同时也扮演着监管者的角色。平台企业能够制定、修改、废除平台相关规则,并且对违法用户实施处罚以及在线处理纠纷。以大数据“杀熟”这一现象为例,平台经营者能够通过大数据算法技术获取收集消费者信息,从而针对不同消费者实施价格歧视等行为,侵害了消费者的知情权。学者王先林列举出了以下数字平台领域较为典型的垄断行为:数字化卡特尔、数据滥用行为、掠夺性订价行为、拒绝交易行为、限定交易行为、搭售行为、自我优待行为、扼杀型并购行为等,并从理论与制度上作出回应。平台企业追求高收益是本性。在平台经济的背景下,各企业的逐利行为具有隐匿性的特点,不利于互联网经济市场的稳定、公平。因此,平台经济的发展将不可避免地影响消费者权益范围,需要在法律制度上予以回应。与此同时,规制平台企业行为、优化企业合规制度也是应有之举。

□ 平台经济下消费者权益保护面临的主要挑战

数字化技术加快了线上线下的融合,拓宽了消费渠道。消费的网络化、数字化使得传统的消费者权益保护难以适应新型消费模式。平台经济给消费者权益保护带来的挑战在

于更新传统的消费者权益和规制新产生的消费者权益。换言之,就是要解决平台经济下消费者权益制度供给不足的问题。同时,大型平台企业的影响力也逐渐形成扩大趋势。由于缺乏有效的监管机制,部分平台企业开始实施了更加灵活且隐蔽的手段侵犯消费者权益,对目前平台经济的发展具有较大的危害性。

(一)传统消费者权益保护相对于平台经济的局限性

消费模式和消费者概念是一种不断变化的社会现象。《中华人民共和国消费者权益保护法》(以下简称《消费者权益保护法》)对消费者及其权利的构造,能够基本适应传统工业经济条件下对消费者的保护。但在平台经济下,数字消费者的利益保护在立法方面就显得捉襟见肘。按照国际标准化组织消费者政策委员会于1978年对“消费者”的定义,所谓“消费者”,是指“为个人目的购买或使用商品和服务的个体社会成员。”随着消费者日益增长的生产生活消费需要,消费者的身份及其权利范围也应当随着社会经济发展而扩大。消费者的利益范围应当具有外延性,既包括目前《消费者权益保护法》规定的权利,也应当适应新型经济形态和交易模式的需求而变化。

《消费者权益保护法》中将保护消费者合法权益的目标置于维护经济秩序、实现经济发展等宏观目标之中,在一定程度上淡化了其对消费者的保护,形成了一种融合了消费者保护和社会治理目标的工具主义法律体系。立法目的的融合可能会导致目标之间引发冲突,进而造成解释与实施的不确定性。

(二)传统消费者权益保护应对平台企业行为中存在的问题

第一，算法技术存在问题。在平台经济下企业逐渐依靠大数据算法技术来输入开发者意志，导致大数据算法技术的输出结果具有了开发者意志的偏向。经营者本质上的逐利性，会通过算法体现出来。在平台经营的过程中看似为消费者提供便利条件，实则利用大数据算法技术收集消费者信息，达到企业利益最大化目的。以大数据“杀熟”为例，外卖平台面对不同购物次数或习惯的消费采取差异化对待，这样的算法结果并非由商品或服务本身的价值所决定的，而是外卖平台意志的体现。并且算法技术具有不透明的特点，在平台企业的运营过程中算法技术掌握在平台企业的手上，而消费者与平台企业存在着较大的信息差，使得消费者自身利益受到算法技术的侵害。随着算法技术的不断升级和完善，其所能体现的开发者意志也愈多，同时也具备更隐秘的方式将收集的消费者信息提供给平台企业，最终形成算法黑箱。

第二，消费者维权不够主动。消费者与平台企业往往处于不公平地位，商家得益于掌控算法技术等可以获取大量商品信息和消费者信息，并通过技术手段实现精准推送。消费者相较于平台企业能够获知的信息少之又少，在维权举证过程处于不利地位，举证难度加大产生了低胜诉率的不利后果。平台经营者可以利用与消费者的信息差、平台的优惠政策、购买时间不同等理由，对消费者进行辩驳，给消费者维权救济造成困难。平台经营者大多会以算法技术涉及商业秘密为由对其进行申辩，导致消费者也无法进行有效的维权举证。因此，消费者在面对自身权益被侵害时，不愿主动维权，使处于强势地位的平台企业频繁通过各种方式侵犯消费者合法权益。

第三，监管部门在监管机制方面同样存在不足之处。目前，监管部门对数字平台所实施的监管侧重于事后监管，即在平台企业实施侵害消费者权益之后监管部门才会介入。这种方式难以起到预防监管的作用，同时对平台企业无形中也是一种放任。我国对平台的监管体制为算法的分级分类管理体制。但从监管体制的规定来看，相关部门对算法的分级分类管理体制规定得过于笼统，即在何种情况下由哪一部门以何种方式进行监管缺乏具体规定。因此，相关部门应当对监管制度进行有效的细化和完善。尽管监管部门数量多，但监管部门分工不明确，在联合执法的过程中容易出现管理上的重复和失位。数字平台下的交易涉及算法技术、用户信息收集、消费者权益保护等诸多环节，监管主体分工的不协调，也是相关部门亟待解决的问题。

□ 平台经济下强化消费者权益保护的建议

（一）在制度上引入消费者的新型权利

平台经济的虚拟性、隐蔽性等特征促使传统消费者模式

与概念发生了转变。在新的社会情境中，消费者不能在传统的权利中找到保护的依据时，便只能引入新型权利。通过适应平台经济的新特征，消费者的新型权利也出现了新样态，包括消费者数据权、消费者评价权、消费者删除权等新类型。

1. 消费者的数据权

平台经济的特点就是消费者可以通过各大平台对商品进行在线咨询和购买。在数字化的消费背景下，产生了庞大的数据信息，消费者的个人数据是其中的重要组成部分。随着数据信息化在社会各领域的不断拓展，数据的资源化已成为必然趋势，数据已然成为一种新的生产要素。消费者在即时通信软件、购物平台、社交媒体上浏览、发布、评论等行为所产生的数据都应属于个人数据范畴。这些数据可以被看成对消费者的“侧写”，平台企业可以通过掌握这些数据对消费者进行个性化营销。目前，我国对消费者数字权并无明确定义，但可以结合我国实际情况借鉴其他国家的成熟经验。消费者数据同时包含人身属性和商业价值，相关部门要在确保数据产业良好发展的基础上，谨慎使用数据并给予其合理化保护，在规制数据使用与保护之间找到平衡点，避免在数据方面出现过度监管和自由滥用行为的出现。

2. 消费者评价权

消费者对商品或服务的评价所反映出的消费偏好被视为一种市场信号，这种信号既是对商品或服务提供者的一种监督，同时也成了一种衡量商品或服务的标准。在平台经济下，各个企业不能忽视消费者评价的商业价值。消费者在平台上的评价会影响其他消费者的购买决策，这既是消费者表达意见的一种方式，也是行使消费者权利的手段。在立法层面，虽然2013年修正的《消费者权益保护法》并未对消费者网络交易后的评价权利作出系统性规范。但2019年颁布的《中华人民共和国电子商务法》第29条规定：“电子商务平台经营者不得删除消费者对其平台内销售的商品或者提供的服务的评价。”同时，地方立法层面不仅规定了消费者评价问题，也对消费者评价权行使的边界进行了规定。例如，2023年5月1日生效的《杭州市网络餐饮外卖配送监督管理办法》（杭州市人民政府令第338号）规定，“平台经营者应当向消费者提供配送服务评价途径，无法律法规依据不得删除或者屏蔽消费者评价。”该文件还规定了消费者为索取不当利益实施虚假评价的，平台经营者可以采取必要的处置措施。

3. 消费者删除权

消费者删除权源于消费者的数据权，此权利意在消费者可以要求平台数据收集者删除其所收集的个人数据。删除权的行使与个人数据不可分离，删除权并非一项基础权利，而是属于个人信息权的一项权能。删除权的实现方式包括

两种：一是个人请求个人数据处理者删除；二是处理者主动删除。因此，删除权的行使依附于平台经营者履行删除义务。2016年《中华人民共和国网络安全法》规定了网络运营商的信息保护义务，个人信息主体在遭受侵权行为时可要求网络运营商采取删除、屏蔽等措施，维护自身合法权益。2020年《中华人民共和国民法典》在人格权编中也有个人信息主体可以要求行使删除等维权措施。在2021年颁布的《中华人民共和国数据安全法》不仅赋予权利主体查询、更正、删除等权利，同时也可以随时撤销收集个人信息的同意。该规定细化了个人信息删除规则，也同样适用于消费者数据的删除规则。

（二）完善平台治理规则

平台经营者相对于消费者在信息获取能力上并不对等，应当要求平台经营者承担信息披露义务，消费者可以在合理范围内能够获取相关信息。但平台经营者并非无限制地披露信息，对涉及平台企业的商业机密时，可以在相关监管部门公开获得该部门许可后对相关信息不予披露。此种监督方式不仅保障了消费者的知情权，同时也保护了平台企业的正常发展，消除了平台与消费者之间的信息壁垒。同时，明确惩罚性责任也是必要的，这可以使平台企业的违法行为在违反规则时应该承担何种的惩罚性责任有据可究，从而避免平台企业利用规定漏洞逃避法律责任。这对平台企业的经济处罚不仅能起到震慑作用，同时企业会考虑到更有经济价值的商业信誉，从而更好地监督企业行为。

针对平台企业，相关部门可以考虑提供或鼓励企业自身建立合规清单，实现企业自我监督与监管机构的联合治理，并通过判断企业合规情况实行不同程度的奖惩措施，使消费者权益得到有效、切实地保护。

（三）创新监管与诉讼模式

针对目前多部门监管的现状，建立统一的大数据监管部门可以解决同时监管或空白监管的情况，并建立大数据工作管理平台并实行公开。科技的创新不仅要实现一体化监管，同时也要求对监管方式不断优化更新。构建消费者权益保护体系不仅要做到有法可依，也要做到有法必依。与以往的监管方式有所不同，对平台的监管具有较强的专业性。提高监管人员专业素质并组建专业的技术监管部门，可以使平台监管得到有力地保障。

针对消费者维权意愿不高的问题，诉讼时间长与诉讼费

用高是主要原因。因此，相关部门需要建立一套专门的消费诉讼程序。该程序旨在为消费者提供便捷高效、节省成本的纠纷解决路径。相关部门可以通过建立线上小额诉讼法庭，采用简易程序以解决小额纠纷，增强消费者的维权意识。同时，相关部门可以考虑借鉴劳动仲裁模式，解决消费者权益纠纷。此外，相关部门可以设立消费者诉讼公益基金，主要用于帮助消费者实现维权活动，降低消费者在诉讼中所消耗的成本，提升消费者维权的积极性，更好地保障消费者的合法权益。

Q 结束语

综上所述，平台经济依旧在蓬勃发展阶段，在制度构建与监管模式等方面尚存在一些问题。在制度方面，传统的消费者权益的范围受到了冲击，而一些平台企业存在滥用用户信息、利用算法技术实行垄断等行为。同时，也存在监管模式的滞后、僵化等问题。这些问题必然会侵害到消费者的合法权益。因此，在追求科技发展的同时，相关部门仍应当维护市场的公平秩序，综合考虑各方利益平衡。相关部门要加强监管、监督企业诚信经营，在未来的立法工作和监督过程中不断地探索和实践，构建出能够切实保障消费者合法权益的制度。

参考文献

- [1]刘权.网络平台的公共性及其实现——以电商平台的法律规制为视角[J].法学研究,2020,42(02):42-56.
- [2]王先林,方翔.平台经济领域反垄断的趋势、挑战与应对[J].山东大学学报(哲学社会科学版),2021(02):87-97.
- [3]杨成越,罗先觉.算法歧视的综合治理初探[J].科学与社会,2018,8(04):1-12,64.
- [4]张泽键.权利无法新兴吗?——论既有权利具体化的有限性[J].法制与社会发展,2022,28(03):46-65.
- [5]王利明.论个人信息删除权[J].东方法学,2022(01):38-52.

作者简介:

张睿潇(1999—),男,汉族,辽宁鞍山人,硕士,辽宁科技大学,研究方向:经济法。

马云鹤(1980—),男,汉族,辽宁沈阳人,博士,辽宁科技大学,研究方向:经济法。