

论网络交易中消费者权益的法律保护

秦勇,徐溯

(中国石油大学(华东)法学系,山东青岛266555)

摘要:当前,网络交易的规模和数量成几何倍数增长。消费者与网络经营者之间的纠纷屡有发生,消费者安全权、隐私权、知情权、公平交易权和选择权屡遭侵犯。究其原因,与我国相关法律制度不完善、政府监管不到位、第三方交易平台没有尽到审查管理义务以及消费者维权困难、维权成本高等密切相关。因此,完善网络交易中消费者权益保护的相关立法;完善相关监管制度,加大政府监管力度;落实第三方交易平台的审查管理义务;构建在线纠纷解决机制等成为解决问题的路径。

关键词:网络;消费者权益;监管;纠纷解决

中图分类号:D923.8

文献标识码:A

文章编号:1008-7699(2018)02-0068-06

近年来,随着网络技术的高速发展、电子科技的不断革新,智能手机、平板电脑的普及,网络生活方式应运而生并成为人们日常生活方式的一部分。网络交易为人们提供了足不出户的便捷,这种效率高、成本低的交易模式让众多人从中受益。2016年《中国网络零售市场数据监测报告》显示:2016年我国网络零售市场规模达53288亿元,占到社会消费品零售总额的14.9%,较2015年的12.7%,增幅提高了2.2%;UPS研究证明,2016年,97%的网络购物者在网上购买过商品,比2015年上涨了12%。^[1]据第40次《中国互联网络发展状况统计报告》显示:截止到2017年6月,我国网民数量达到7.51亿。^[2]这些数据无不显示着网购在现实生活中的地位不断提高。网络消费在促进经济增长、共享经济发展、社会资源有效合理利用等方面正在逐步发挥其重要作用。但在网络交易的过程中,由于法律制度不完善、经营者自利人特性、市场监管制度的缺失、监管不到位等各种原因也不可避免的造成了一些侵犯消费者个人信息、隐私权、知情权、财产安全权等合法权益的问题。

一、网络交易中侵犯消费者权益的具体表现形式

众所周知,相对于欧美发达国家,我国网络商业起步较晚,但网络交易市场却表现出与之不相符的快速发展。中国民众的网络交易越来越普遍,网络交易市场也越来越庞大,但规范网络交易及网络交易市场的法律制度却相对滞后,致使消费者的合法权益得不到及时、有效的保护。在网络交易中,侵犯消费者合法权益的类型具体表现为以下形式。

(一)侵犯消费者安全权

消费者安全权是消费者基础的、固有的权利,同时也是《消费者权益保护法》规定的消费者最基本的权利之一。如果消费者的安全都得不到有效的保障,何谈维护消费者的其他合法权益。相对于传统交易方式中消费者安全权的保护,网络交易中因互联网主体虚拟的特征和交易方式非现实性的特性,其消费

收稿日期:2017-12-12

基金项目:中央高校基本科研业务经费项目“我国义务教育均等化的法治保障研究”(15CX04011B)

作者简介:秦勇(1972—),男,山东莱州人,中国石油大学(华东)法学系,教授,法学博士。

者的安全权在具体表现上不同于传统的表现形式。例如,传统交易结算方式普遍为现金支付,而网络交易中大都采用电子支付手段,少数采用货到付款方式,即使是货到付款也大多采取电子支付方式。网络交易中的电子支付不可避免地会面临诸如计算机病毒攻击、账号密码盗用、电子支付技术本身固有缺陷等问题,而这些问题使得消费者在交易过程中面临着潜在的安全风险,消费者的财产安全面临威胁,如果操作不当可能会给消费者带来较大的损失。

(二)侵犯消费者隐私权

在网络交易中消费者隐私受到侵犯是最容易也是最常见的。消费者个人信息泄露现象在网络交易中泛滥,侵犯消费者隐私权形势十分严峻。我国《消费者权益保护法》对消费者个人信息保护分别从消费者的权利和经营者的义务两个角度进行了规制。^[3]《民法总则》首次将自然人个人信息、隐私权纳入到法律保护范围,明确规定:不得非法公开、收集、买卖、使用他人信息;隐私权作为自然人的民事权利,属于具体人格权之一种,受到法律的保护。在传统交易中,消费者在购买商品时只需双方达成合意不需要消费者提供自己的信息、隐私,消费者个人信息不易泄露、隐私权不易受到侵犯。而在网络交易中,消费者为购买货物一般需要发展为网络成员,这就要求消费者不得不公布自己的姓名、身份证号、联系方式、银行卡号码、家庭详细地址等在内的基本信息,网络社会不确定性和非现实性使得消费者个人信息、隐私处于不安全的环境中。

在现实生活中,一方面由于部分经营者对消费者的个人信息、隐私的保护不够重视,没有采取合理有效的保护措施,使得消费者个人信息极容易被他人非法获取并利用,造成消费者个人信息泄露,侵犯消费者隐私权。另一方面,某些经营者或第三方交易平台为追求自身利益最大化,利用自身优势系统的收集整理消费者个人信息、建立消费者个人信息数据库为自己所用,向消费者定期发送商品信息,严重骚扰其生活安宁、影响消费者正常生活,给消费者带来不便;更有一些不良商家和交易平台为获取更多经济利益将消费者个人信息打包出卖给其他主体,牟取非法利益。再者,有些经营者为获得好评增加信用,常常在收到消费者差评后,采取电话恐吓、短信骚扰等方式让其删改差评,有时甚至还会威胁消费者生命健康安全,严重扰乱消费者正常的生活,侵犯消费者隐私权。^[4]同时,消费者自身也存在问题,虽然消费者对自己个人信息、隐私安全越来越重视,但由于消费者经常在网络上注册为多个应用程序的成员,在多家平台登记自己的个人信息,从而使得消费者的个人信息以及隐私的保护难度加大。

(三)侵犯消费者知情权

我国的《消费者权益保护法》明确将消费者的知情权确定为消费者的一项重要权利。在传统交易中,消费者需要知情的主要内容是商品信息;而在网络交易中消费者知情的主要内容大致包括三个方面:其一是经营者的相关信息情况。包括经营者的名称、所在地、其它与之有关能够影响消费者选择的信息。其二是经营者发布的有关商品信息。消费者在购买商品时,只有对商品有真实全面的了解后才会做出选择,传统交易中消费者可以面对面准确了解商品信息,而网络交易中消费者主要通过经营者发布的图片、视频、文字等信息来了解商品。因此,经营者发布的商品信息对消费者的选择有着举足轻重的地位。实践中,经营者常常利用其优势条件,对商品信息进行夸大宣传、虚假描述,对商品图片进行美化,不完全说明商品的信息,进而影响消费者判断,误导消费者的选择。其三是经营者的信用评价和消费者的消费评价。消费者基于对其他消费者的购买情况进而关注经营者信用与评价,网络交易中消费者一般选择好评率高、销售量大的商家进行购买,但消费者这种行为会被经营者所利用,经营者故意利用“网络刷单”炒作信用、虚假评价,利用好评返现等形式提高自己好评率和信用度,进而影响消费者的选择。^[5]总之,由于消费者处于信息劣势,其知情权很难有效实现。

(四)侵犯消费者公平交易权和选择权

消费者公平交易权和选择权也是《消费者权益保护法》规定的基本权利。网络交易中消费者公平交

易权和选择权被侵犯主要体现在两个方面:其一,商品质量存在问题。在网络交易中,消费者无法在购买时确认商品质量是否符合标准,只有在收到商品时才能判断商品质量,实践过程中经营者经常发送不符合描述、有质量问题的商品。消费者在收到商品时,如果认为商品存在质量问题,一般会通过协商等其他途径维护合法权益,但在大多数情况下,消费者基于商品鉴定成本、精力等各方面原因考量,大都选择“大事化小,小事化了”的处理方式。虽然《消费者权益保护法》规定了七天无理由退货权,但退回货物运费还需要由消费者来承担,对于一般质次价低、金额较小的商品,消费者一般选择自认倒霉。其二,第三方交易平台、经营者利用格式条款形式侵犯消费者公平交易权和选择权。首先,消费者想要在网上购买商品就要先在第三方交易平台上注册,成为其成员。消费者对于第三方交易平台提供的有些严重侵害消费者合法权益的格式条款,无法与之进行修改或协商,消费者的选择权在很大程度上受到限制、侵害。其次,经营者在经营过程中,为提高经营效率、方便管理、获取最大利益一般都制定单方面格式条款。而经营者单方面的格式条款经常会限制消费者选择的自由,忽略甚至损害消费者的利益。相对于传统交易来说,网络交易中消费者与经营者关于格式条款进行有效沟通、提出自己的意见很难。虽然诸多法律、法规都对格式条款作了相关规定,但作为弱势群体的消费者,想要购买自己需要的商品,就必须同意经营者的条件,消费者公平交易权、选择权就受到严重侵害。

二、网络交易中消费者权益受侵害的原因分析

(一) 相关法律制度不完善

我国关于消费者权益保护的法律法规主要集中在《消费者权益保护法》《电子签名法》中,在《反不正当竞争法》《民法总则》《侵权责任法》《合同法》中也有一些零散的规定。虽然这些法律、法规在不同方面以不同形式保护消费者权益,但这些法律规范仍然存在问题。

第一,立法相对滞后。2013年修订的《消费者权益保护法》在个人信息收集、网络经营者告知义务、七天无理由退货等方面对消费者合法权益进行了规定,但面对日新月异的互联网时代,相对于规模不断扩大的网络市场,其法律规定相对而言比较落后,存在诸多法律空白,消费者权益维护存在诸多问题。例如,隐私权仅在刚刚通过的《民法总则》中得以规定,消费者隐私权在《消费者权益保护法》并没有得到任何体现,从而使得消费者的隐私权无法得到真正的法律保护。再如,《消费者权益保护法》中对经营者告知信息的义务只是进行原则性的规定,可操作性不强。现实中因经营者不履行告知义务导致消费者被侵权的案件比比皆是。

第二,法律效力层级较低。国家为保护消费者的权益虽然出台了很多法规、部门规章,例如2014年出台《网络交易管理办法》、2015年出台《侵害消费者权益行为处罚办法》,但由于其文件效力较低,再加上有些规定和法律有交叉重合之处,在实践中不能发挥其应有的作用,无法满足保护消费者的需求。值得一提的是,2016年底《电子商务法(草案)》提交全国人大常委会审议,意味着这部面向网络交易市场的专门法律被正式提上议程,并有望在将来几年内制定实施。但《电子商务法(草案)》中的有些条款尚存争议,要形成正式文本尚待时日。而且,《电子商务法(草案)》关于网购消费者权益保护的内容总体上以原则性条款居多,甚至有许多条文与《消费者权益保护法》的条文重合;有些条文不够细化,缺乏有针对性的应对措施。^[6]

(二) 政府监管不到位

网络交易市场的特性——准入门槛低、成本少、简单方便——促进了我国网络交易市场的迅速发展、壮大。但网络交易市场的迅猛发展导致政府的监管不能够及时跟进,致使消费者权益受侵事件不断出现。政府监管不到位首先表现在政府对经营者进入网络交易市场缺乏必要的审查,网络交易市场存在多

个部门执法,没有一个统一管理机构,导致监管出现空白,出现问题时各政府部门相互推诿。其次,在《网络交易管理办法》中有对网络经营者资格认定的规定,但现实情况是,部分经营者无照经营,并没有遵守《网络交易管理办法》规定。再次,《网络交易管理办法》没有规定查处无照经营的方式,对无照经营的处罚,有关部门无法可依。

(三)第三方交易平台没有尽到审查管理义务

消费者在网上购买商品时,经营者的信用对消费者选择有着至关重要的作用。信用等级是第三方交易平台提供给消费者表达意见、提出建议的渠道,消费者可以根据自己购买经历对商品进行评价、对经营者信用进行打分。经营者商品评价越好、信用等级越高,在消费者眼中代表着商业信誉良好,商品就值得购买,消费者对其的认可度就会增加。但信用等级制度在网络交易中往往被不法经营者所利用,部分经营者为抢占经营市场、提高自己竞争优势通常采取炒单刷信、删除差评等不法方式提高自己信用等级,利用虚假宣传方式获得竞争优势,增加客户源。第三方交易平台在经营者信用等级中具有管理、审查的义务,但现实中第三方交易平台为开拓市场、抢占市场份额并没有对经营者履行监管义务,对经营者的行为常常采取不闻不问、任其发展的态度,甚至在第三方交易平台运营初期还支持、鼓励经营者的这种行为。

(四)消费者维权困难、维权成本高

传统的交易纠纷因健全的法律制度保障和完善的法律救济途径,使得消费者的权益能够得到应有的保障,而电子商务模式下,网络交易纠纷纷繁复杂,救济途径捉襟见肘。^[7]虽然《消费者权益保护法》规定了争议解决的途径,但在网络交易中很难发挥其应有的作用。

首先,与经营者协商和解途径不畅。在实践中发生权益纠纷,部分经营者往往利用网络虚拟性的特性,面对纠纷通常采取不受理、不承认、不解决的“三不”政策,使纠纷不了了之。尤其是消费者面对无良的经营者,即使后来采取其它渠道,但问题一般不会得到实质性解决。其次,通过行政投诉、消费者协会解决纠纷成本较高。这类方式虽然最终能够解决问题,但在这个过程中往往耗费消费者大量时间、精力和经济成本。因此,相对于金额较小的商品,消费者一般难以接受这样的方式。再次,消费者可以选择诉讼或仲裁的方式,但在此种方式下,消费者面临举证、经营者不确定等问题,虽然在网络交易中可以采取电子证据的方式,但因消费者证据保存意识缺乏、电子证据容易被篡改等缘由,根据谁主张谁举证的原则,消费者难以收集到有力证据,保障自己合法权益。

消费者在面对交易纠纷时,一般综合考量维权的经济成本、证据的举证难度等各方面因素后,大都做出以下两种选择:一是选择自己吃亏,放弃解决纠纷;二是将货物退回,但自己承担退回运费,退货成本相对较高。^[8]无论哪种选择对于经营者来说都是有利无害的,经营者都没有承担任何责任。与经营者相比,消费者在此过程中受到很大的损失。

三、完善网络交易中消费者权益法律保护的建

(一)加快完善网络交易中消费者权益保护的相关立法

首先,提高网络消费者权益保护的立法层级,通过将法律效力低的规定提升到高层次的法律规范上来,增强保护力度。其次,在相关立法方面,无论是采取制定专门的网络市场保护法,还是在《消费者权益保护法》中通过专门章节强化网络交易中消费者权益,都必须根据网络消费者的现状制定规则。具体来说:第一,明确网络消费者权益的保护范围。现行立法对网络消费者安全权、隐私权等权利保护范围规定不明确,因此实践中无法准确定义其具体范围从而很难在实践中保障网络消费者权益。所以,将网络消费者权益具体化、专门化对维护网络消费者的利益有举足轻重的作用。第二,建立网络经营者信用信息公示制度,完善惩罚性赔偿制度,加重网络经营者的义务和责任。^[9]通过建立网络经营者信用信息公示制

度,可以有效地规范和监督网络市场经营者的行为,维护网络市场秩序,为网络消费者提供良好的市场环境。就惩罚性赔偿制度而言,通过划分适用标准、细化赔偿标准来明确和增加网络经营者的义务,解决法律适用的不足和救济方式的匮乏,促使网络经营者恪守诚实守信原则,合法经营。再次,在法律条文制定过程中要避免条文重复制定,避免过多原则性规定,增强法律条文的实际可操作性,同时完善相关配套实施机制。

(二)完善相关监管制度,加大政府监管力度

前已述及,在我国网络交易中,网络经营者的市场准入门槛较低。因此,网络交易中的经营者鱼龙混杂,侵犯网络消费者权益随处可见。为维护网络消费者的权益,使网络消费者权益得到及时救济,我们应建立和完善网络经营者市场准入制度、不良信用名录制度、信用保证金制度。通常情况下,网络消费者在维权过程中会遇到网络经营者难以确定的难题,而网络经营者市场准入制度可以解决此问题。具体而言,经营者进入网络市场需要先取得资格,具体措施为国家相关部门制定入门标准,由有关行政部门对经营者资格进行审查并加以认定,颁发电子营业执照,定期检查监督网络经营者的状况。同时,建立网络经营者不良信用名录,对网络经营者适用信用保证金制度。根据网络经营者信用情况要求网络经营者缴纳一定数额的信用保证金,结合其信息信用公示制度对网络经营者进行管理。一旦出现网络经营者信用考察不合格或信用等级降低,政府可以采取提高信用保证金的数额措施加以处罚,必要时将网络经营者列入不良信用名录中进行管理,向社会公布。一旦发生网络交易纠纷,可用信用保证金优先进行赔偿。网络经营者市场准入标准的制定、经营者资格审查权力的归属、不良信用名录的记录与公布可以由工商行政管理部门行使,信用保证金可委托银行代为管理。

(三)落实第三方交易平台的审查管理义务

第三方交易平台是经营者和消费者之间的桥梁,在促进市场交易和维持市场秩序方面具有特殊作用。第三方交易平台对于交易平台内的网络经营者应进行适当的审查和管理,应当建立与网络经营者市场准入制度相匹配的审查方式和信用评价制度。根据有无营业执照的情形,第三方交易平台对平台内经营者的审查方式可以采取不同的审查方式。对有营业执照的网络经营者,建议一般采取形式审查,即可以只对其营业执照真实性进行审查,这样可以大大减少平台的审查工作提高监管效率。对没有营业执照的经营者,第三方交易平台应当对其采取实质性审查,定期对网络经营者的身份等真实信息进行检验、更新,加强对网络经营者的监督管理。第三方交易平台对网络经营者的信用评价体系应当采取全面监管与重点监管相结合的手段。借助自身技术优势,第三方交易平台可以对网络经营者交易数量、交易市场等数据相互结合分析,对其信用的真实性作出合理判断。第三方交易平台应对平台内所有经营者的信用体系进行普遍监管,对存在有信用评价畸高等有异常行为的网络经营者实行重点监管。对于某些违法的信用评价数据,第三方交易平台可以删除该数据或恢复其真实的信用评价数据,必要时还可以采取禁止经营等严厉的惩罚措施。

(四)构建在线纠纷解决机制,降低维权成本,提高维权效率

对于网络交易中消费者权益的保护,除了加强网络消费者权益相关立法、完善政府监管外,还可以通过完善网络消费者权利救济途径来维护。传统消费者争议解决途径在网络交易中无法得到有效适用,因此,应秉持“早提出、早调解、早解决”的理念,以保护网络消费者合法权益为出发点,建立适合网络交易的在线纠纷解决机制。在线纠纷解决机制具有成本低、耗时少、效率高等特点,符合互联网的特性。在线纠纷解决机制应当包括:第一,建立网络纠纷在线解决平台。在线解决平台应当由全国消费者协会创办建立,主要职能是为交易双方提供在线问题解决场所,提供纠纷化解调解员。网络交易当事人可以通过平台提供的在线视频聊天、聊天室等方式进行协商调解,从而化解纠纷。必要时当事人可向平台申请提供调解员,从而在调解员帮助下完成救济。在传统解决方式中,交易双方如果出现问题消费者一般很难及

时与经营者进行沟通,获得有效的救济,而在线纠纷解决平台设计可合理解决上述问题。第二,推行在线投诉、在线仲裁等服务。网络交易中的在线投诉、在线仲裁等服务具有简单方便快捷等特点,在节约消费者时间成本、经济成本等方面发挥主要作用。

参考文献:

- [1]中国电子商务研究中心. 2016年度中国网络零售市场数据监测报告[EB/OL]. [2017-12-21]. <http://b2b.toocle.com/detail-6397555.html>.
- [2]中国互联网络信息中心. 第40次《中国互联网络发展状况统计报告》发布[EB/OL]. [2017-12-21]. http://cnnic.cn/gywm/xwzx/rdxw/201708/t20170804_69449.htm.
- [3]孙国荣. 论电子商务中消费者权利的保护——以合同控制为视角[J]. 法律适用, 2015(5):14-20.
- [4]程建华. 困境与应对:电子商务模式创新中的消费者权益保护[J]. 国家行政学院学报, 2015(6):99.
- [5]卢代富,林慰曾. 网络刷单及其法律责任[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2017(9):26-33.
- [6]姜素红,张可. 论网络购物消费者权益保护的不足与完善[J]. 湖南财政经济学院学报, 2017(8):125.
- [7]温蕾. 电子商务中的消费者安全权保护[J]. 中国流通经济, 2016(2):122-127.
- [8]陈晓文,张欣怡. “一带一路”战略对跨境电商经营模式的推动——基于物流视角的探讨[J]. 山东科技大学学报(社会科学版), 2017(4):75-82.
- [9]李昌麒. 经济法学[M]. 北京:法律出版社, 2016:152-153.

Legal Protection of the Rights and Interests of Consumers in the Network Transaction

QIN Yong, XU Su

(Department of Law, China University of Petroleum (Hua Dong), Qingdao, Shandong 266555, China)

Abstract: At present, the size and number of network transactions have grown geometrically. The disputes between consumers and network operators have occurred frequently, and the rights of consumers' security, privacy, the right to know, the right to fair trade and the right of choice have been repeatedly infringed. The reason is closely related to the imperfect legal system in China, the lack of government regulation, the third party trading platform's failure to fulfill the duty of review and management, the difficulty of safeguarding consumers' rights and the high cost of safeguarding rights. Therefore, we should improve the relevant legislation on the protection of consumers' rights and interests in online transactions, improve relevant regulatory systems, increase government supervision, implement the third party trading platform's review and management obligations, and build online dispute resolution mechanisms, so as to solve the problem.

Key words: network; consumer rights; supervision; dispute resolution

(责任编辑:董兴佩)