

浅析电子商务中消费者权益之法律保护 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/479/2021\\_2022\\_\\_E6\\_B5\\_85\\_E6\\_9E\\_90\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_c122\\_479867.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/479/2021_2022__E6_B5_85_E6_9E_90_E7_94_B5_E5_c122_479867.htm)

引言：20世纪90年代以来，电子商务在全球范围内的兴起和迅猛发展，快速地改变着原有的交易模式。交易模式的变革推动交易规则的演进，这几乎是法律发展史上的永恒规律。[1]电子商务的兴起与繁荣，既给传统交易方式带来了冲击，也使传统法律制度面临着巨大的挑战。消费者作为商业活动的主体之一，在商业交易中扮演了非常重要的角色。如何去有效保护电子商务中消费者的合法权益，目前已成为一个热点问题。

一、电子商务对消费者权益法律保护的挑战

随着因特网的迅速普及，电子商务依托其发展，日益成为一个全球性的经济主体，亦是一种全新的交易模式。与此同时，基于电子商务的特殊性，网上侵权行为类型复杂、隐蔽性强、监管难度大，这就给消费者权益的法律保护带来了诸多前所未有的新问题。消费者作为电子商务的重要组成部分，其合法权益的保护显得极为重要。电子商务的快速发展对消费者的保护提出了更高的要求，经济合作与发展组织（简称“经合组织”，英文缩写为OECD）《关于电子商务中消费者保护指南的建议》称：

“全球性的网络环境对每一个国家或其法律制度解决电子商务中消费者保护问题的能力提出了挑战。”纵观我国现有的法律法规，对电子商务中消费者权益的法律保护散见于《民法通则》、《合同法》、《消费者权益保护法》、《产品质量法》、《计算机信息网络国际联网安全保护管理办法》等法律法规之中，而且内容简单、散乱，缺陷不少，可操作性

不强，难以适应电子商务发展的需要。

二、完善电子商务中消费者权益法律保护的对策

（一）完善立法，构建电子商务中消费者权益法律保护的体系

不强，远远不能适应电子商务迅速发展所要求的对消费者权益保护的迫切需要[2]。目前，网上消费者权益的法律保护在我国还是一个“盲点”。因此，加强对电子商务中消费者权益保护的法律研究和立法，已经迫在眉睫了。结合国内外的实践，电子商务对消费者的权益所构成的威胁或潜在威胁主要有以下几个方面：1.由于电子商务具有虚拟性和开放性，这就使得网上产品或广告信息的真实性、有效性难以得到保障，滋生了网上欺诈行为，同时消费者的信赖不实或无效信息也容易产生交易纠纷。特别是在我国商业信用不高的情况下，网上商品的品质良莠不齐，难以让消费者信赖，加之一旦出现了质量问题，修理、退货、索赔或其他方式的救济很困难，这些都成为困扰电子商务发展的问题。2.因特网具有强大的信息整理与分析能力，这就为人们获取、传递、复制信息提供了方便，在线消费者的个人信息随时都存在被非法收集或扩散的危险，从而对传统的隐私价值产生了潜在的威胁。其中引诱儿童提供个人信息就是一个比较突出的问题。为此，有些国家还制定了专门的法律，如美国国会制定的《网上儿童隐私保护法》规定，除非征得其父母的同意，否则网上搜集13岁以下儿童的个人信息的行为将被视为违法，违者将被处以上万美元的罚款。这是值得我们借鉴的。3.由于电子商务的跨国界性，一些在传统的交易活动中并不常见的问题，在电子商务条件下变得越来越突出。这里主要包括两个问题：（1）经营者在开展电子商务活动时，可能受到多个国家法律的管辖，而世界各国对经营活动的法律规定差别很大，当出现了这种情况时应如何解决。（2）消费者进行在线消费时，可能丧失本国消费者保护法的保护，同时由于消费

者一般并不熟悉销售方所在国的法律，所以当出现了交易纠纷时，其合法权益就可能得不到任何保障。当然，这些问题可以通过双边或多边协议甚至是国际公约等国际合作的方式来解决，但决非一蹴而就之事。电子商务中出现的以上问题在我国已经发生或将要发生，诸如网上诈骗、知情权受限、售后服务没有保障等问题已摆在广大消费者面前了，加之有的法律保护已显乏力，这就对消费者权益保护提出了新挑战，需要我们尽快寻求对策予以解决。

## 二、消费者网络隐私的法律保护问题

隐私，亦称个人生活秘密，是指公民个人生活中不愿公开或为他人知悉的秘密，如个人日记、个人私生活、财产状况等。隐私权是指自然人享有的对其与社会公共利益无关的个人信息、私人活动和私有领域进行支配的一种人格权。[3]一般认为隐私权产生于19世纪末，20世纪70年代以后，它才逐步成为一项法定的民事权利。目前我国关于个人隐私，只有学理解释，尚无明确的法律界定。我国的《宪法》、《民法通则》和《消费者权益保护法》等法律中都没有设立隐私权。而欧盟已于1998年10月通过了《隐私保护条令》，美国联邦贸易委员会也于2000年宣布将在本国制定全面保护数据的法律。因此，我们可以看到，现阶段我国网民的隐私权正处于危机之中，我国在此领域的立法工作还很落后，加之人们对隐私权问题的认识还有许多误区，以及社会上广泛存在着各类侵犯隐私权的行为和现象，所以在开展电子商务活动中，就必须充分认识在我国实施隐私权保护的重要性和紧迫性。在传统的消费关系中，商家一般很少询问消费者的姓名、年龄、地址和收入等，故而消费者隐私的保护不属于消费者权益保护的内容。由于电子商务的特殊性，网上

侵权行为类型复杂、隐蔽性强、监管难度大，这就给消费者权益的保护带来了诸多前所未有的新问题。其中，消费者隐私权的保护就是较为突出的一项。电子商务与传统商务不同，电子商务经营者在交易过程中往往要求交易对方提供很多个人信息，同时也可以利用技术方法获得更多他人的个人信息。[4]因此，对这些信息的再利用便成为了网络时代的一个普遍的现象。对于消费者所提供的这些个人信息，不少网站并没有象事先承诺的那样采取保密措施；有的网站为了扩大销售额，利用消费者的个人信息建立了数据库，并不停地“轰炸”消费者的邮箱；有的甚至将这些信息卖给其他网站以谋取经济利益。此外，有的网站还制订了专门的隐私权条款，并在其中以某些条款单方面免除了自己侵害消费者隐私权时所应承担的法律责任，或以格式条款的形式强制消费者授权其对个人信息的收集、使用的权利，以免除自己侵犯消费者隐私权时所应承担的法律责任，当然这些条款均构成了对消费者隐私权的侵犯，所以应当是无效的。由于网络隐私的滥用将给消费者带来难以想象的后果和网络秩序的混乱，因此消费者就需要增强保护自己隐私权的意识与技能。但我们也应看到消费者所能做到的也只是尽量减少自己隐私暴露的机会而已，而对网络隐私的有效保护只能靠法律法规的不断完善和规范。笔者认为，对于消费者网络隐私的法律保护，应主要包括两个方面：（1）对经营者合法取得的消费者隐私的保密责任，以及经营者对消费者个人信息的使用应仅限于取得消费者的许可或法定授权的范围之内。（2）对经营者非法获得消费者隐私的禁止性规定。当然，切实抓紧有关隐私权保护的立法工作，并修订相关的法律法规，使隐私权的保

护在我国有基本的法律保障，以消除消费者对泄露个人隐私以及重要个人信息的担忧，这才是最重要的。三、对我国电子商务中消费者权益保护的思考从上述内容我们可以看到，电子商务中消费者权益的保护还面临着诸多问题，这就需要多方面的共同努力。在我看来，所有保护消费者合法权益的相关措施中，尽快建立完备的消费者权益保护法律体系应属重中之重。只有将电子商务中出现的新的法律问题和法律关系及时纳入到我国消费者保护法律体系之中，并有效地规范电子商务活动，才能使广大网上消费者的合法权益得到法律保障，从而保证我国电子商务的长远发展。在这里，通过借鉴国外在电子商务立法特别是网上消费者权益保护方面的立法经验并结合我国的实际情况，笔者认为：1.由于网络广告具有流动性、形式多样性以及影响范围的广泛性等特征，而我国现行《广告法》对于网络广告又并未进行特别的规制，这就使得网络广告的法律规范处于真空地带。因此，针对网上的虚假广告、不正当引诱和非法传销等行为，应制定明确的规则，或对现行《广告法》进行修改或制定一部《网络广告法》，并不断完善网上反欺诈法律。2.在传统商业交易中，隐私权的保护一般不属于消费者保护的突出问题。但在网上交易中，消费者隐私的保护却变得非常突出，而现行《消费者权益保护法》也未作出特别规定。因此，我国应在借鉴国外先进立法经验的基础上加快有关网络隐私权保护的立法。3.在行政监管方面，政府相关职能部门应给予正确的引导、扶持，并加强监督管理。当然，鉴于网上侵权行为的复杂性、隐蔽性以及技术的先进性，就必然要求具备识别违法行为的高科技手段和高素质人才。4.就国际合作而言，由于网

络的无国界性，加之跨国消费、跨国欺诈的增多，导致由此涉及的各国立法的差异，司法管辖冲突等问题也日益突出。这就要求加强国际合作，通过签定双边、多边协议、国际条约等方式予以协调解决，以更好地保护国内消费者的合法权益。参考文献：[1] 陈炜恒. 电子商务与法律[J]. 世界知识, 1999(6). [2] 游植龙. 论电子商务消费者权益的法律保护[J]. 信息网络安全, 2002(1). [3] 郭明瑞. 民法学[M]. 北京: 北京大学出版社, 2001, 166. [4] 杨春宝. 电子商务网站建设中的法律问题[J]. 科技创业, 2004(3). 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)