



孙维佳 著

欧盟
电子商务消费者
权益保护制度

EU CONSUMER PROTECTION LAW IN E-COMMERCE

北京出版集团公司
北京出版社

孙维佳 著

欧盟 电子商务消费者 权益保护制度

U CONSUMER PROTECTION LAW IN E-COMMERCE

北京出版社出版集团
北京出版社

图书在版编目(CIP)数据

欧盟电子商务消费者权益保护制度 / 孙维佳著. —北京:
北京出版社, 2005

ISBN 7-200-06218-9

I. 欧… II. 孙… III. 欧洲联盟—电子商务—消费者权益
保护法—研究 IV. D950.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 120816 号

欧盟电子商务消费者权益保护制度
OUMENG DIANZI SHANGWU XIAOFEIZHE
QUANYI BAOHU ZHIDU

孙维佳 著

*

北京出版社出版集团 出版
北 京 出 版 社
(北京北三环中路 6 号)

邮政编码:100011

网 址: www.bph.com.cn

北京出版社出版集团总发行
新 华 书 店 经 销
北京北苑印刷有限责任公司印刷

*

880×1230 32 开本 13.25 印张 330 千字
2006 年 4 月第 1 版 2006 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 7-200-06218-9

D·449 定价:22.00 元

质量投诉电话: 010-58572393



序

电子商务概念本身是一个值得研究的课题，原因是它既是一个至关重要的概念，又是一个临时性的概念。说其具有临时性的特征，是因为这个在5年前尚鲜为人知的概念，将在未来的5至10年中彻底内化为人们日常生活的一部分，以至于届时人们将根本不会把电子商务和商务概念本身再做任何区分。说其至关重要，是因为在这一概念短暂的存续过程中，电子商务将对现存的经济活动和经济结构实现革命性的变革，从而使那些最早接受它并致力于开发其潜能的人们赢得市场上的战略性先机。

现实的快速发展对立法者提出了严峻的挑战。电子商务同其他市场领域一样同样需要基本的法律规范。众所周知，过多的规范管理，会削弱市场的活力；但是，规范不足也会导致同样的后果，因为缺少有效的竞争或缺乏消费者的信任，市场同样难于发展。在这方面，欧洲联盟的策略是迅速做出反应，将原有法律规范进行调整以适应电子商务的新需求，其中在某些领域的立法调整甚至对电子商务的发展做了超前性的规范。然而，幻想这方面的努力能够一劳永逸是不现实的，技术的不断进步必将带来更多更广的变革。

如果说电子商务具有某种突出特点的话，这便是其全球化的特征。在以光速运行的网络中，赫尔辛基至北京的时距仅比广东至北京的时距远0.03秒。电子商务的这种全球性的特点，使得原有地理概念中相距遥远的国度之间的相互了解

不仅成为一种必需，而且也成为一种可能。正因如此，我对这部著作表示祝贺和敬意。该书内容翔实，论述方法得当，有助于中国大学生、法律学者和企业界人士对欧洲电子商务法律制度进行初步的了解和研究。或许，欧盟所进行的这种严谨现实、目标明确且不失欧洲经济文化多样性的努力和尝试会产生某种借鉴意义。

欧盟委员会负责企业和信息社会事务委员

爱尔基·利卡奈 (Erkki Liikanen)



PREFACE

La notion même de commerce électronique invite à réflexion, car elle est à la fois éphémère et cruciale. Ephémère, car ce concept pratiquement inconnu il y a à peine cinq ans, fera partie intégrante de notre vie quotidienne d'ici cinq à dix ans, de telle manière que l'on ne le distinguera plus du commerce tout court. Cruciale, car dans sa brève existence, la notion de commerce électronique aura révolutionnée les pratiques et les structures économiques, et permis à ceux qui les premiers ont reconnu et exploité son potentiel, d'acquérir des positions stratégiques sur les marchés.

Pour les législateurs, cette vitesse de développement constitue un défi formidable. Le commerce électronique a besoin, comme tout marché, d'une réglementation minimale. Trop de réglementation, c'est bien connu, réduit la dynamique du marché. Mais une insuffisance de règles aurait le même effet, car sans concurrence effective ou sans confiance des consommateurs, le marché ne saurait se développer. L'Union européenne a réagi rapidement pour adapter le cadre réglementaire à la nouvelle donne du commerce électronique et même, dans une certaine mesure, en anticipation du développement de cette nouvelle forme de commerce. Toutefois, nous ne devons nous faire aucune illusion : la poursuite du progrès technologique nécessitera encore bien des

changements.

S'il est une caractéristique du commerce électronique qu'il convient particulièrement de souligner, c'est son caractère universel. Sur un réseau où les communications transitent à la vitesse de lumière, Helsinki est 0,03 seconde plus éloignée de Pékin que Guangdong. Cette universalité rend la connaissance des autres, même très éloignés sur les cartes traditionnelles, non seulement plus importante que jamais, mais également possible comme jamais auparavant. C'est pourquoi je salue le présent ouvrage, qui permet aux étudiants, juristes et entrepreneurs chinois, de s'initier de manière détaillée et méthodique au cadre juridique européen du commerce électronique. Peut-être aussi l'approche européenne, à la fois rigoureuse, ambitieuse et réaliste, et visant à épouser la diversité de l'Europe, pourra-t-elle constituer une source d'inspiration.

Commissaire européen

Chargé des Entreprises et de la Société de l'Information

Erkki LIIKANEN (*Erkki Liikanen*)

目 录

引 论 / 1

第一章 欧盟电子商务消费者权益保护法律制度评述 / 9

第一节 欧盟电子商务消费者权益保护法律制度的 界定 / 9

第二节 欧盟消费者保护法律制度 / 14

第三节 欧盟电子商务法律制度 / 29

第四节 欧盟电子商务消费者权益保护制度概述 / 45

第二章 欧盟电子商务消费者保护法的渊源和效力 原则 / 69

第一节 欧盟电子商务消费者保护法的渊源 / 69

第二节 欧盟电子商务消费者保护法的效力原则 / 96

第三章 欧盟电子商务消费者保护法的范围和对象 界定 / 111

第一节 欧盟电子商务消费者保护法的作用范围 界定 / 111

第二节 欧盟电子商务消费者保护法的对象界定 / 121

第四章 电子商务交易中的消费者保护 / 137

第一节 合同订立前的消费者保护 / 137

第二节 合同订立过程中的消费者权益保护 / 158

第三节 合同订立之后的消费者保护 / 187

第四节 贯穿合同订立各阶段的消费者隐私权
保护 / 196

第五章 消费者跨境电子商务合同的司法管辖和法律
适用 / 204

第一节 欧盟涉外民商事司法管辖和法律适用制度
概述 / 204

第二节 《罗马公约》和《布鲁塞尔公约》所确定
的跨境消费者合同法律适用和司法管辖
制度 / 208

第三节 电子商务环境下消费者合同的司法管辖与
法律适用 / 219

第六章 电子商务消费者合同争议的非诉讼解决 / 236

第一节 欧盟关于非诉讼争议解决机制的基本政策和
原则 / 236

第二节 电子商务非诉讼争议解决方式 / 248

第三节 非诉讼争议解决机制与欧盟消费者权益
保护 / 275

第七章 结 论 / 291

第一节 对欧盟电子商务消费者保护制度的基本
评价 / 291

第二节 欧盟电子商务消费者保护制度的欠缺 / 301

第三节 关于完善欧盟电子商务消费者保护制度的
思考 / 311

附录 1 / 313

附录 2 / 319

本书主要参考文献 / 404

后记 / 410

引 论

一、研究背景

当今时代，以电子商务为主体的信息社会的服务业不仅改变了服务提供与消费的形态，同时也使服务提供者与消费者之间的关系发生了重要的变化。

从消费者的角度看，电子商务对其消费所带来或能够带来的便利显而易见，简而言之，可以归纳为四个方面：更便捷的服务，更低廉的价格，更多样化的选择和更经济的消费。

然而，消费者这种角色的转变，在给其带来诸多便利的同时，也使其在交易活动中的权益保护面临着更多的不确定性，从而导致消费者面对充满诱惑的网上交易市场而表现出踌躇和缺乏热情。究其原因，是因为消费者在新的购物环境中，对涉及信息的真实准确性、合同的订立程序、合同条款的修改补正机制、争议的解决以及欺诈风险和个人隐私权保护等等问题不甚了了，因而对电子商务环境的安全性和运行机制的可靠性心存疑虑，故此对电子商务望而却步。欧盟理事会在1998年11月3日所做出的一项《关于信息社会中与消费者有关的若干问题的决议》^①（简称《决议》）中，将信息社会中消费者所关注的问题做了进一步阐释。该决议指出：“新的信息和通信技术的出现以及信息社会的诞生，在给予

^① “The Consumer dimension of the Information Society”, Council resolution adopted at the 2128th Council meeting “consumer affairs”, Brussels, 3 November 1998.

消费者诸多便利的同时，也造就了一种新的商业环境，对于这种新的商业环境，消费者知之甚少，且其利益有可能受到威胁。”《决议》进而对消费者关注的与信息社会有关的问题进行了归纳，并以此作为欧盟加强电子商务领域消费者保护立法的依据。

基于上述分析，欧盟立法者们认为，只有在信息社会所能提供的便利大于其所蕴含的风险时，消费者才有可能真正积极地参与到信息社会中来。同理，也只有在证明切实存在着一个安全可靠、有秩序、可预见的电子商务市场时，才能赢得消费者的信任。而这一切都有赖于一系列明确的法律规范来加以确认。有鉴于此，欧盟在考虑对电子商务进行立法规范的过程中，始终从电子商务的特点出发、从信息社会服务中消费者与服务商的关系特点出发，把建立消费者对电子商务的信心作为立法的重心和立足点，并以此为基础构建欧盟电子商务消费者权益法律保护制度。

二、研究对象

本书以欧盟电子商务消费者保护制度体系为研究对象。简而言之，欧盟电子商务消费者保护制度体系，是指欧盟在其电子商务战略框架下制定的、以建立消费者对电子商务乃至整个信息社会服务的信任为目的的一系列法律性、政策性的规范、措施、步骤及指导性意见的总和。它反映着欧盟法律和政策制定者对规范和完善电子商务时代消费者保护制度的综合性思考。它既包含有关电子商务消费者保护领域的立法规范，同时也包含了一系列准法律层而和非法律层面的措施安排，共同形成了一种包含多重规范内容的特色鲜明的制度体系。

本书的研究视角重点围绕欧盟电子商务立法中两方面的制度展开：第一，消费者合法、安全、规范化的电子交易环境制度；第二，消费者可以信赖的合同争议解决制度。具体的研究则按照电子商务消费者合同订立前、订立中和订立后三个阶段中的消费者权益保护制度展开分析和研究，内容涉及：（1）对消费者知悉权的保护制度；（2）对消费者经济利益的保护制度；（3）对产品及服务的质量和安全保障制度；（4）对消费者享有的司法救济手段的保护制度；（5）消费者合同争议的司法解决和非诉讼解决制度。

三、研究方法

本书采用综合分析结合案例分析的研究方法。其中综合分析是本书研究的主要方法。这是由于本书的研究对象即欧盟电子商务消费者保护制度，在欧盟法中并无单行的综合性法律法规予以集中规范，因此，为了理清立法的脉络，本书采取综合分析的方法，以消费者权益保护法和欧盟法的基本原理为纲，将零散见于欧盟不同法律文件中的规定，按照消费者保护法的内在逻辑顺序加以归纳研究，试图构建起欧盟电子商务消费者保护制度的框架，勾勒出欧盟电子商务消费者保护制度的内容全貌，并阐明其体系、范围、特点和不足，以利于为我国建立电子商务相关制度提供借鉴。这是本书的创新之处。

案例分析法在本书中将主要用于对具体法律规定和法律条文予以阐述和说明，力求通过典型案例深化对相关法理、立法特点和法律适用问题的解释，以增强本研究的学术价值和实际应用价值。

值得说明的是，作为欧盟未来的新的基本法，《欧洲联

盟宪法条约》(简称《宪法条约》)已于2004年6月18日为欧盟25个成员国的国家元首和政府首脑通过,并于同年10月29日由成员国正式签署。《宪法条约》在全面继承了《欧洲联盟条约》对消费者权益的保护性规定的基础上,对有关消费者保护的内容作了进一步系统的编纂和完善。尽管《宪法条约》尚需成员国议会或全民公决批准之后才能生效,但本书在论述中已经考虑到这一前景,在相关章节中对宪法条约的相关内容作了介绍和论述。然而,由于本书研究的重点是现行的欧盟电子商务消费者保护制度,且该制度体系亦为《宪法条约》所确认。因此,本研究仍以《欧洲联盟条约》及其建立的法律体系为基础来展开论述,以求对现行的欧盟电子商务消费者保护法律实践做深入的研究。

四、结论提要

经过分析,本书认为,欧盟电子商务消费者保护制度通过系统有效的立法规范和政策措施建设,达到并在实践中实现了该制度建设的预期目标,其表现如下:

第一,该制度的建立促进了欧盟关于信息社会政策的总的目标的实现,对建立消费者对信息社会的服务、尤其是电子商务的信心与信任起了推动作用。欧盟电子商务消费者保护制度的核心便是确立电子商务环境下的消费者权益保护法律体系,该制度的建立为消费者积极地参与并推动电子商务的发展创造了良好的制度环境和法律保障。

第二,从欧盟统一立法的内在要求方面看,实现了欧盟关于信息社会消费者权益保护立法的直接目的,即统一和协调成员国关于信息社会服务、尤其是电子商务方面的有关消费者权益保护的政策和制度,避免由于成员国在保护制度和

措施方面的差异，而形成妨碍欧洲电子商务内部市场运行的障碍。

第三，从欧盟信息社会消费者权益保护制度建设的直接目的性上看，该制度也达到了其建设的两项基本目标：首先，在欧盟范围内建立了有关信息社会服务中消费者权益保护的统一水平和标准规范；其次，保障了欧盟信息社会服务中消费者权益保护的水平和标准不低于原有的在传统商务领域对消费者权益保护的水平。

欧盟电子商务消费者保护制度在实现上述目标的同时，还体现出某些作为欧盟法而特有的特点：

第一，等水平保护原则。即强调信息社会服务领域的消费者权益保护水平不低于传统商务领域的保护水平。换句话说，在电子商务领域，消费者应受到与其在传统商务领域同等的保护水平。

第二，政策一致性原则。为确保等水平保护原则的实现，欧盟在信息社会服务领域明确沿用原已在传统商务领域久已确立的一体化的消费者保护政策，并以此作为制度建立的法律基础，即政策一致性原则。欧盟在电子商务领域关于消费者保护的法律制度并非无源之水，无本之木。围绕电子商务领域消费者保护所做的一系列规范化的努力，目的并非是要建立一整套新的独立的电子商务消费者保护法律体系，而只是要在与电子商务相关的必要领域，通过补充、修订和调整相关法律来完善消费者权益保护制度。

第三，注重实效原则。所谓注重实效原则，即明确法律制度的制定不仅要保障消费者在通过电子商务手段求购商品和服务过程中的权益，同时也要保障消费者在通过电子商务手段获取商品和服务过程中的权益，并且这种保障应落实到具体制度措施上。

第四，国际合作原则。欧盟认为，全球化电子商务市场所面临的法律问题不可能由各国单独有效地应对。各国立法者们必须采取国际统一的步骤，通过协调，共同解决包括消费者保护等法律问题。在这一背景下，欧盟积极倡导了由企业界发起的“全球企业界电子商务对话”论坛，论坛深入探讨了包括电子商务领域消费者权益保护制度在内的广泛问题，并形成了一系列有关的立法建议。欧盟有关电子商务的若干补充性立法中无疑都体现了欧盟在国际组织和国际条约中的承诺，在一些特殊方面还制定有高水平示范性的措施，以期在国际有关电子商务消费者保护立法方面做出促进性的努力。

第五，非法律辅助保护原则。欧盟电子商务消费者保护制度强调在电子商务消费者保护领域，应充分发挥消费者组织、公共利益团体的作用，同时鼓励企业界通过实行业务行为自律规范，促进对消费者的保护。欧盟《关于在远程合同订立中保护消费者权益的 97/7/EC 指令》^①（简称《远程销售指令》）中就包含有建议发展企业自律机制，以作为立法的补充，共同促进在远程销售活动中对消费者权益的保护等条款。

本书得出的结论是：欧盟关于信息社会消费者保护的法律制度是比较完备的。从本书所涉及的各个立法侧面来看，欧盟原有的、适用于传统商务中消费者保护的法律法规基本可以适用于电子商务活动中的消费者保护。加之近年来新补充制定的专门针对电子商务环境的消费者保护的法律法规，总体而言，欧盟现行的信息社会消费者保护法律制度是可以适应电子商务环境的，它基本覆盖了信息社会服务发展所产

^① Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council of 20 May 1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts. Official Journal L144, 04/06/1997, pp. 19-27, Official Journal L024, 30/01/1998, pp. 1-8.

生的新的问题，其总体保护水平不低于传统商务中消费者所享有的权益保护水准。但是由于欧盟在信息社会消费者保护方面的立法努力是通过对原有消费者保护制度进行补充完善的方式进行的，因此难免会存留有一些尚未规范或尚未完全规范的法律缝隙，致使欧盟信息社会消费者保护的法律体系还存在某些欠缺，进而存在着进一步完善的必要性。

通观欧盟相关立法，这方面的欠缺可以归纳为三类情形：

第一，现有法律体系中的规定虽然可以适用于信息社会服务中的消费者保护，但是需要进一步对其适用的具体细节进行澄清。

第二，现有法律体系中虽然有相关规定，但显然不（或无法）适用于信息社会服务中的消费者保护，因此需要补充调整完善。

第三，现有法律体系中尚无可针对信息社会服务中消费者保护的适用的规定，相关法律制度尚有漏洞和空白，需要补充和完善。

据此，本书试图针对完善欧盟电子商务消费者保护制度提出几点评价意见。

一是加强对电子商务支付领域的立法。其重点是规范信用卡发售商先行赔付制度（扣回制度），以及信用卡持有者（消费者）与信用卡发售商之间的法律关系。当务之急是针对在电子商务中通用的在线预先付款模式进行立法规范。

二是加强关于在线促销和广告的立法。其重点是建立一种广泛适用于在线和非在线促销活动的“公正广告”的概念，并在此基础上就所谓公正广告的条件进行界定，以求一方面有效地打击和杜绝网上误导性广告对消费者的侵害，另一方面针对网络技术条件下的新媒体、新广告促销活动的出现留有充分的法律规范空间。此外，在这方面的另一个立法