

数字消费者权益保护白皮书

(2023年)

中国信息通信研究院 中国互联网协会

2023.10.31

- 当前，数字技术全面渗透到经济社会各领域各环节，数字化浪潮下，居民消费领域的主体、客体和行为发生深刻变化。加强数字消费者权益保护，是新时代贯彻以人民为中心发展思想，深入实施扩大内需战略的重要要求。

数字消费者权益保护

数字消费者权益

数字消费者

数字消费

消费

着力扩大内需，增强消费对经济发展的基础性作用。
——党的二十大报告

培育新型消费，发展数字消费……
——国家“十四五”规划
壮大数字消费。打造数字消费业态。
——恢复和扩大消费措施

打造智慧共享的新型数字生活。培养全民数字消费意识和习惯。
——“十四五”数字经济发展规划

净化消费市场、维护广大消费者权益，才能实现让人民群众买得放心、吃得安心、用得舒心。
——习近平总书记第二十五次集体学习时讲话

加强消费者权益保护。建立健全适应消费新业态新模式发展特点的新型监管机制。
——扩大内需战略规划纲要（2022 - 2035年）

以逐层递进的逻辑线条为牵引，关注经济社会数字化转型背景下，消费者权益保护工作的发展变化

目录

Directory

01. 数字消费者权益保护的新内涵

02. 数字消费者权益图谱的新发展

03. 数字消费者权益保护的新形势

04. 数字消费者权益保护的新成效

05. 数字消费者权益保护趋势展望

- 数字消费是指借助数字技术促进传统消费升级和以数字产品或服务为消费对象的消费活动。随着数字技术在消费领域融合应用程度不断加深，“消费者”画像受到一定程度重塑，需关注消费者在数字空间中的利益诉求和保护进路。

消费行为和消费对象的数字化是数字消费主要表现

类型	表现	示例
消费行为的数字化 (提升消费可及性、便利性)	营销行为的数字化	个性化推荐算法、搜索引擎优化等
	订购行为的数字化	网络预约出租车、线上外卖订餐等
	支付行为的数字化	电子支付、数字人民币等
	其他环节的数字化	智能导购、智能客服等
消费对象的数字化 (提升消费丰富度、获得感)	线上数字服务的消费	互联网医疗服务、数字金融服务等
	数字内容产品的消费	数字音视频、数字图书等
	数字硬件产品的消费	智能穿戴设备、智能家居产品等

数字消费者需要被具象观察并合理界定其范畴

消费者



为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务的自然人



不含物质生产过程中消耗生产资料的法人或非法人组织

数字消费者



以数字化手段获取产品，以及使用和消耗数字化产品的主体



获取免费数字产品或服务的主体也是数字消费者

经营者已将用户数据信息、注意力、流量通过广告等形式变现，经营者与用户间的经济交换客观存在

- 消费者权益体系需要保持着对实践的吸纳和转化能力。消费环境的数字化演进，加剧了消费者的相对弱势地位，要求消费者权益体系向前发展。中国特色社会主义进入新时代，加强数字消费者权益保护的现实意义突显。

消费者权益需要更新以应对数字消费侵权新问题

消费者权益体系伴随社会需要不断充实发展



数字消费者权益包含法定权利和合理利益

法定权利

《消费者权益保护法》等
法律明确赋予的权利

+

合理利益

为弥补消费者在数字空间的
新缺陷而需要保护的其
他合理正当利益

加强数字消费者权益保护具有鲜明的时代价值



是新时代增强消费者获得感，
贯彻以人民为中心发展思想的生动实践

数字社会重要民生民心工程，解决当前阶段主要矛盾内容之一



是新时代引导企业诚信自律，
营造安全放心数字消费环境的有力举措

可以实现消费提质升级和企业优化经营之间的良性循环



是新时代实施扩大内需战略，
推动数字经济持续健康发展的基本保障

数字消费者成为新时代打开内需增长新空间的主力军

- 消费环境的变化要求消费者权益体系积极予以调试，一方面，传统消费者权利在数字消费场景下具有了新表现，产生了新的保护面向；另一方面，新的消费形态产生了新的保护盲区，需要拓展新的权益予以回应。

法律法规授权

《消费者权益保护法》《电子商务法》《反垄断法》等

自然人权利迁移

通过自然人主体民事权利和社会性权利予以补充和兜底保护

保护实践需要

通过法律解释和司法、执法实践的扩张保护实现利益实质平衡

权益发展的三个基础

农业社会发展阶段

自给自足为主，商品交换有限，消费纠纷较少

商品经济发展初期

经营者与消费者未明显分化，买卖双方平等，以意思自治、契约自由为主

垄断资本主义阶段

市场失灵和滥用出现，消费者弱势地位凸显，为促进实质平等需要倾斜保护

数字社会发展进程

数据、流量、算法等要素介入，平台崛起，损害消费者权益风险因素增加

权益变迁的四个阶段

传统权益升级

既有权益在数字消费环境下升级适用

权益内涵拓展
作用方式变化
适用阶段前移

新兴权益衍生

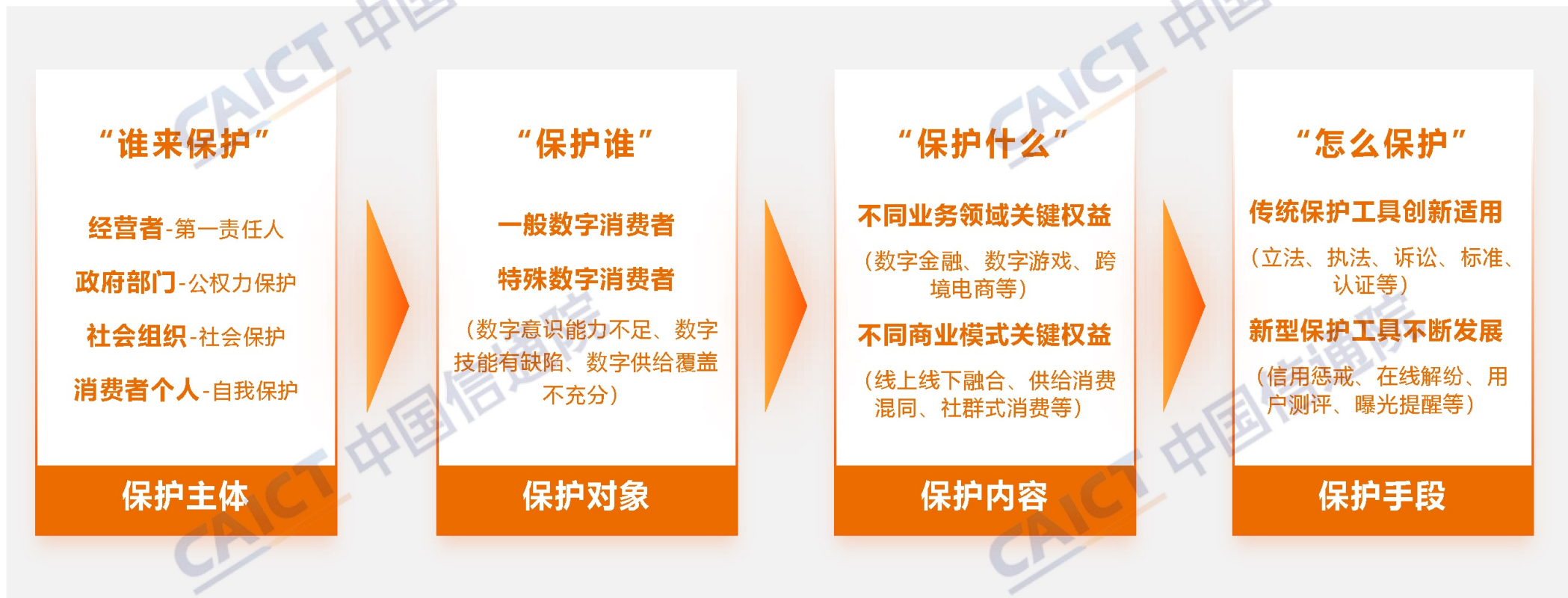
自然人的其他权益，在数字社会中拓展至消保领域专门强调的权益

人格性权益迁移
财产性权益扩张
社会性权益发展

权益演进的两个路径

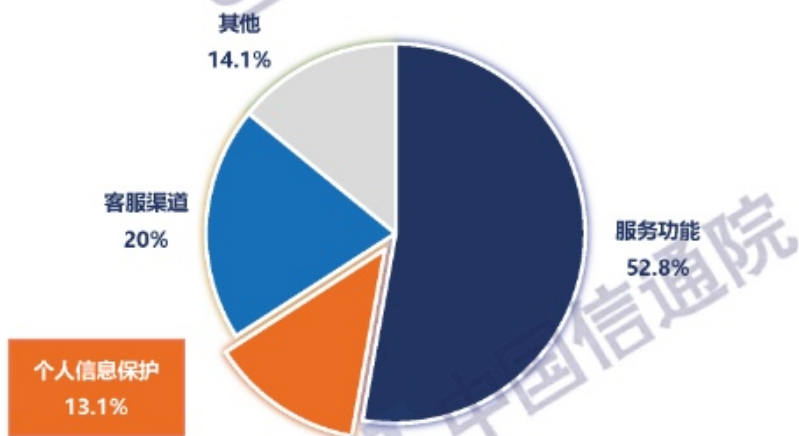


- “谁来保护” “保护谁” “保护什么” “怎么保护” 是搭建数字消费者权益的保护框架需要回应的四个基本问题，通过发展差异化的保护手段形成针对不同主体、不同情境、不同范围的多层次、可衔接的数字消费者保护格局。



- 结合消费者维权数据和感知调查数据，包括互联网信息服务投诉平台**383.8万条投诉**、互联网信息服务用户满意度测评约**1.2万条测评**、客服热线拨测近**2700次拨测**、数字消费者问卷调查**6200余份数据**，观察数字消费者权益保护新形势。

个人信息保护成为数字消费者关注重要问题



2023年上半年互联网信息服务投诉平台
数字消费各类投诉占比

数字消费者关心的除传统权利外的其他合理正当利益



6200余份数字消费者问卷调查结果显示

- 数字技术在消费领域应用使消费者权益保护的传统逻辑需要发生转变，要求通过规则、机制、维权支持和技术赋能的齐同发力，共同升级权益保护水平。43.5%的受访者希望相关政府部门或社会组织提供协同联动的维权服务。

数字消费形态四大变化

- **业务范围** 更加广泛
- **消费链条** 更加复杂
- **消费触点** 更加多样
- **侵权方式** 更加隐蔽

要求**保护规则**更前瞻、体系、可操作

- 需要增强保护规则的前瞻性和预见性
- 需要强调保护制度的体系性和协同性
- 需要加强保护规则的操作性和针对性

要求**保护机制**有效横向、纵向贯通

- 各方经营主体之间责权清晰的纵向分层保护十分必要
- 外部保护力量各施所长的横向联动保护尤其关键

要求**维权支持**更多样、便捷、有效

- 要求维权渠道更丰富
- 要求维权过程更便捷
- 要求维权结果更有效

要求**技术能力**与业态发展水平相适应

- 要求经营者技术应用更规范，强化技术合理、透明、安全要求
- 要求监管保护技术应用更深入，有效“以技治技”

- 数字消费环境下，个人信息价值驱动、资金交付的数字化、商品感知的非接触性、网络资讯的繁杂错乱，使得部分权益的保护尤受关注。

个人信息受保护权备受关注

【自我保护意识增强】2023年上半年，投诉平台个人信息保护类投诉占比**13.1%**

【期待新诉求可落地】**38.7%**受访者期望有效响应删除权、被遗忘权等新需求

知情权保障提出新要求

【要求提升真实透明】非面对面交付导致商品信息页描述、主播口述等直接影响知情权保障程度

【希望加强营销规范】**65.1%**希望互联网平台加强对平台内经营者宣传营销行为的规范力度

财产安全权重要性更加突出

【希望提升安全保障能力】**50.6%**受访者看重互联网平台的资金安全保障能力

【希望拓展虚拟财产保护】**63.6%**受访者希望网络账号、积分、网游装备等虚拟财产受保护

数字空间安宁权成新热点

【数字空间精神安宁需求】**61.2%**受访者认为需要保障不被弹窗、垃圾信息等恶意打扰的诉求

【希望提升信息获取自主权】避免未经同意的弹窗广告、嵌入广告、骚扰资讯等

- 数字技术推动数字产品或服务更加普惠共享、公平可及，未成年人、老年人、残障人士、边远地区群众等群体的消费属性亦得到增强。不同群体的利益诉求和维权能力有所差异，需要探索数字消费环境下特殊弱势消费群体的特别保护机制。消费者调查中，44.1%的受访者希望改善老年人、残疾人等特殊群体的服务。

数字意识和能力相对不足 的消费群体

【未成年消费者】

身心发育未成熟、正确消费观未形成、网络不良信息抵制能力不强

【老年消费者】

新兴产品认知不足、信息分辨和风险防范能力弱，安全性感知较低

数字技能获取存在缺陷 的消费群体

【残障消费者】

使用数字终端有障碍、获取信息和商品不便利

不能忽略其数字素养发展需要和数字消费需求，要求推进数字消费“硬环境”“软环境”的无障碍改造

数字供给未能有效覆盖 的消费群体

【边远地区消费者】

数字基建仍有薄弱环节、数字产品或服务相对不够丰富，巨大农村数字消费市场有望激活
要求进一步提升边远地区消费群体获取数字产品或服务的可及性、便利性

- 近年来，社会各方协同共治，稳步提升数字消费者权益保护水平。超过70%的受访者对有关政府部门和消协等组织开展的数字消费者权益保护工作持肯定态度。

01 政府部门织牢消费者保护网

行政部门推进全链条监管强化信息公示

62.7%认为政府对相关企业、平台进行了严格监管

司法部门等积极探索新兴权益保护路径

最高法“加强对数字货币、网络虚拟财产、数据等新型权益的保护”

03 经营者履行保护主体责任

企业主动披露消费者保护情况

京东金融公开《2022年度消费者权益保护报告》

平台积极履行“守门人”义务

抖音发起“护苗计划”，过滤高风险行业广告；
腾讯游戏设置家长专线



02 行业组织凝聚共识共护权益

推进标准研制

中国信通院等推动《互联网信息服务用户满意度测评规范》标准制定

引导行业自律

中国互联网协会发布《加强互联网平台规则透明度自律公约》等

04 消费者维权意识能力双提升

遇到侵权问题积极表达诉求

遇到侵权问题，53.6%受访者表示投诉过

维权后获得相对满意的结果

遭受人身或财产损害的，80.4%通过维权获得赔偿
未遭受人身或财产损害的，85.0%得以妥善解决

- 消费者维权途径有效拓展，企业、组织、社媒、政府均可倾听消费者呼声，人工、机器客服互补共同提升响应能力，多元、智能、高效的维权救济体系助力数字消费者权益保护能力升级。

兜底服务能力提升 整体数智水平提高

【客服渠道便捷多样】

拓展微信、微博等社媒渠道，通过视频客服提升自助水平

【人工客服能力提升】

向老年人提供人工直连客服，推动**100家**企业建立人工客服热线

【智能系统广泛应用】

在线聊天窗口、语音机器人、自助排障等，提供24小时服务

维权投诉渠道丰富 诉求呼声及时响应

【搭建解纷绿色通道】

中国互联网协会搭建“互联网信息服务投诉平台”接收投诉
383.8万件，近**180家**企业入驻

【互联网平台舆论监督】

新浪微博黑猫投诉平台，依靠微博企业账号信息对接企业，推进投诉公示和大V监督

救济方式不断创新 新型案件程序简化

【行政拓展听音新路径】

工信部12381热线“一号对外”
全国12315平台上线ODR机制，
在线解纷**309.48万件**

【司法创新救济新机制】

北互在线立案申请率达到100%
广互挂牌数据纠纷专业合议庭
杭互上线跨境贸易司法解纷平台

- 数字技术广泛应用，监管部门和消费维权的技术应用能力提升，技术规制成效明显，促进数字消费者权益保护提质增效。

技术提升治理保护能力

- 助力规范网络营销行为，营造公平透明消费环境 - 工信部组织排查电信业务网络营销问题线索**1.2万条**，清理违规产品近**3200个**
- 助力完善信息内容治理，营造风清气正网络空间 - 工信部组织拦截垃圾信息超**90亿次**，涉诈短信**15.1亿条**，推出“骚扰电话拒接”
- 助力打击电信网络诈骗，营造平安放心社会环境 - 工信联合公安启用涉诈预警劝阻短信系统，拦截涉诈电话，联合开展“断卡行动”

技术提高消费维权能力

- 网络维权已成为数字消费者常用维权方式 - 通过网站、小程序、公众号等“一键式”点击，缩短维权时间、人工、费用成本
- 通过系统对接协同处理提升投诉处理效能 - 2022年互联网信息服务投诉平台投诉处理及时率达到**99.6%**

技术规制迈出坚实步伐

- 引导技术向善，健全技术管理规范 - 《互联网信息服务算法推荐管理规定》单独设立了“用户权益保护”章节
- 推进良性互动，探索监管沙箱机制 - 在金融科技、直播和短视频购物等领域探索风险管控良性互动的路径
- 合理把控风险，完善评估备案管理 - 2023年8月，首批8家大模型产品通过《生成式人工智能服务管理暂行办法》备案

- 面向未来，数字消费各类业务场景将加速融合，消费行为数字化水平持续提升。不断交织的数字消费者权益、趋于细化裂变的新兴权益和不同群体的差异化诉求，将持续加深权益保护工作精细化要求。

01 数字消费内涵将进一步拓展深化

各类消费业务、场景加快融合

更多消费以线上线下融合或数字化交付等形式融入数字消费市场；平台进一步基础设施化，聚合串联多种业务及场景

消费行为数字化程度进一步提升

消费前端的数字化渗透率将持续提升，消费后端生产制造等环节也将加速数字化协同，形成智能化联结

02 数字消费者权益将持续交织、裂变

✓ 传统、新兴权益持续交织

权益演进呈现“权益—适用瑕疵—权益升级—适用盲点—新权益”循环往复不断上升过程

✓ 新兴权益将继续细化裂变

消费者权益的关注点将更加细化，促使裂变出大量新兴权益

✓ 特殊群体权益将更受重视

打破数字鸿沟、推进数字普惠，是数字消费发展的重要目标

- 数字消费立法层面的规则衔接性、监管层面的保护协同性将不断增强，随着行业、企业、消费者等多元主体逐步提升权益保护的广度和深度，将推动形成共治共护的消费维权新格局。

03 法律规制及保护机制不断协同优化



更加重视综合性法律和特别性法律协同规制

已有众多国家推进针对数字服务、互联网平台等的综合立法进程，特定业务领域的规制共识推动特别立法落地

更加强调立法、司法、行政多部门协同保护

立法将司法、行政实践充分纳入考虑，科学性民主性进一步提高，司法、行政及时反馈具体问题，形成高效双向反馈

04 多元主体共治共护格局不断扎牢



行业、企业自律将展示出更强力量

经营者落实主体责任的外部推动力将逐步内化，行业组织将更好地发挥鼓励、引导功能，带动企业健康经营

消费者维权意识和能力将持续提升

消费者对于权益范畴的认识拓宽，50.2%受访者希望更多参与消费者组织活动，主动维权情形将保持增长态势

- 面向持续更新迭代的新技术新应用，势必发展出有效技术手段高效应对权益保护中可能出现的新问题。从长远看，以消费者为中心的决策和行动，是新业态新技术发展必须遵循的重要理念。

05 数字消费者权益保护技术加速体系化

权益保护技术的应用领域将不断拓宽

权益保护技术将多点开花，及时覆盖各项数字消费者权益，形成以通用性技术为基座，多元化技术拓展的完整体系

管理部门以技治技水平将进一步提升

各部门将强化监管科技应用，提升侵权和舆情热点获取、分析、研判、预警能力，增强监管前瞻性、精准性和抗抵赖性

06 以消费者为中心的理念逐步深入

经营者将更注重业态创新与权益保护平衡

贯彻以消费者为中心的经营理念，既是经营者市场经营的道德底线，更是业态创新的动力源泉

管理部门以人为本的监管体系将更为成熟

在以人民为中心的发展思想引领下，数字消费领域的治理体系和治理能力现代化水平将得到不断提升

感谢观看
THANKS

