

浅析我国电子商务法对海外代购的规制

苏小芳

(大理农林职业技术学院, 云南 大理 671003)

摘要: 近年来, 随着我国经济快速发展, 人民生活水平逐步提高, 网络信息技术不断成熟, 电子商务企业蓬勃发展, 海外代购等新型跨境网络交易模式以雨后春笋之势席卷而来, 成为生活中不可或缺的角色。但由于其飞速发展及法律的滞后性, 各种问题也随之而来。因此, 旨在规范电商法律关系的《中华人民共和国电子商务法》应运而生, 为发展中的电子商务经营模式产生相当的规制作用, 实现电子商务有法可依。然而, 由于海外代购的复杂性与机动性, 其规制效用制约性日渐显露, 电子商务法落地实践困境也日益凸显。

关键词: 电子商务法; 海外代购; 规制

一、《电子商务法》的立法背景及意义

2018年, 中国的网购消费客户达6.1亿, 电子商务交易额达31.63万亿元, 跨境电商用户达8850人, 进出口总额达到30.5万亿元, 跨境电子商务交易规模达9.7万亿元, 其中, 海外代购交易额占有相当的比重, 并逐年增加。根据有关部门和专家分析预测, 到“十四五”末年, 中国将成为全球规模最大的电子商务市场, 电子商务产业将成为最有国际竞争力、最具发展潜力的产业。然而电子商务在增强市场活力推进经济快速增长的同时, 引发诸多弊端。仅2018年, 全国市场监管部门就受理网络购物投诉168.20万件, 同比增126.2%。部分跨境电商假冒伪劣商品销售、知识产权侵犯、消费者权益受损、个人信息泄露、交易平台的监管缺失和法律责任漏洞等问题日益凸显, 亟需通过专门立法予以规范, 进一步通过建章立制, 规范市场秩序。《电子商务法》的出台既是电子商务行业发展的必然趋势, 也是市场经济发展的现实要求。

二、我国海外代购发展弊端及原因剖析

当前, 海外代购以势不可挡之势成为我国网络零售的一种新型模式, 其依靠低成本、低门槛、快传播等特点裂变式发展。但由于法律的滞后性, 很多贸易中涌现出诸多不规范行为, 严重扰乱电子商务市场秩序, 阻碍行业的良性发展。

(一) 产品质量保障问题

一般情况下, 消费者通过代购渠道买到的商品是很难拿到正规发票的, 即使有所谓的票据“电子版”或“复印件”, 但也真假难辨, 因为, 代购者几乎不会将商品标签、小票带回入境, 这样可以实现一定程度的避税逃税。因此, 产品会出现以假充真、以次充好、鱼目混珠现象, 产品质量良莠不齐。“绝对正品, 支持国内专柜验货”的口号, 大部分也仅仅只是口号。

(二) 知识产权保护问题

知识产权主要涉及非平行进口的商标侵权问题。它涉及包括商标权人、进口商、代购者、消费者的利益和进口国市场秩序。商标侵权情况在代购市场上层出不穷, 商标侵权案件更是不胜枚举。

(三) 海外代购的缴税问题

跨境购买涉及关税、行邮税、增值税和消费税等税款。代购商品, 价值较低在免税额之下的, 无需报税, 反之, 则应该向海

关报税。因此, 为了降低成本, 代购者会想方设法避税, 甚至偷税漏税。

(四) 消费者权益维权问题

由于我国跨境电商法律监管不健全, 因此, 代购商品质量良莠不齐, 真假掺卖, 质量得不到保障。并且代购很难提供售后, 退换货程序繁琐, 时间、邮费成本较高, 售后服务、权益难以实现, 违约侵权时有发生, 维权之路漫漫无穷。

除此之外, 海外代购还存在经营主体工商登记漏洞问题、特殊类商品行政许可资格问题、恶意竞争扰乱市场价格、物流周期长、未知因素无法预测等问题。

三、《电子商务法》的出台对海外代购的影响

(一) 销售成本增加, 限制进入

以往的海外代购无需工商登记、甚至无需缴税纳税, 但如今电商法第10条规定以营利性为目的海外代购等电子商务经营者都要进行工商登记, 办理营业执照, 有些贸易还需依法取得行政许可。同时第28条还规定了电商平台有报送经营者身份信息、税务信息及配合相关机构监督管理的义务。这意味着代购纳入了平台和法律共同监管范围, 需依法依规缴纳相关税款, 若违法经营, 将受到停业整顿或高额罚款处罚。这使得代购的税务成本、时间人力成本、管理成本及风险成本剧增, 代购价差套利空间缩小, 代购红利减少。另外, 代购还涉及办理多跨境的相关证件及手续, 需多制度参标纳税, 程序烦琐, 进入受限, 进入壁垒被提高了。

(二) 流通渠道扁平化, 渠道冲突

以往的海外代购通过抢购经典走俏商品并运送回国, 然后在各种网络平台进行推广销售。为了扩大销售范围, 代购会发展下线扩大宣传推广, 下线越多利润越大。但随着“新兴渠道”兴起, 推动渠道扁平化发展, “中间商、代理商之死”论道不断上演, 代购朝着“直接”经济发展, 很多下线逐渐消失, 流通渠道受阻。同时, 电商法的出台, 使下线纳入了监管的范畴, 下线不再是简单的缴纳代理费, 在朋友圈发发商品的信息, 宣传招徕顾客, 而是也要按法律的规定办理相关手续、进行缴纳相应税款, 而且代理商无法保证商品的品质, 也无定价权, 销售成本增加, 盈利空间变小, 从而导致海外代购群体纷纷退出代购行业, 渠道阻塞, 引发渠道冲突。此外, 海南等多地免税政策相继出台, 使国内消费者有了更多价格低、质量优、品种全、无需出境的“洋货”购物选择。

(三) 代购模式规范化

《电子商务法》的颁布总体上有利于海外代购市场规范化的发展, 对于消费者权益保障方面来说, 监督、沟通反馈渠道通畅, 相关法律法规强制约束, 有法可依; 对于行政管理方面来说, 跨境电商、海外代购规制有章可循, 政府监管更加完善; 对于电商平台、经营者来说, 更加明确责任, 落实自纠自查, 虽有阵痛, 但规范市场秩序, 是市场发展的必然趋势。《电子商务法》还涉及严禁卖家刷“好评”、删“差评”的行为、快递交他人代收必须经收货人同意、向“大数据杀熟”说不等, 有利于保护消费者

权益。电子商务法的出台使处在司法盲区的海外代购纳入法律的监管范畴,填补空白灰色地带,代购行为受到法律强制约束,海外代购市场将会在法律的框架下有序健康发展。

四、《电子商务法》对海外代购规制存在的局限

《电子商务法》的出台为海外代购诸多争端提供了解决参考方案,对电子商务的法制化发展具有较大推进作用。然而由于经验和实践的制约,不确定性问题在相关条款的设立和实施上凸显,国际接轨度不高,无配套法规协助落地,增加了落地执法困境。因此,要从全局性的角度,具体问题具体分析,同时在实践中针对性地不断完善具体规定。

(一) 电子商务经营者认定标准存在模糊性

一是对代购者经营行为的认定比较模糊,哪些经营者需要注册登记,哪些不需要,难以认定,落实困难。比如:第10条的“零星小额交易”没有一个具体界定标准,具有模糊性,多少的频次算零星,多大的数额算小额?二是立法边界不明确,法定豁免登记对象及范围没有进行细化规定,易导致浑水摸鱼现象发生。三是通过分享商品信息获得提成的人是否应该认定为电子商务经营者也存在很大争议。

(二) 电子商务责任界定具有模糊性

首先第38条的“相应责任”的认定非常模糊,“相应责任”的广度和深度缺乏法律应有的确定性。“情节严重”也存在模糊性,什么样的程度意为“严重”?同时,第82条的“可以”这个词也存在不确定性,“可以”意味着“可以不”。其次,“造成消费者损害的”,易产生歧义,若没有造成损害,是否表示无需承担责任?另外,“知道或应当知道”也存在歧义,“知道”作为一种基于主观认知表述,很难对其进行确认,如果不能确定是否“知道”就无法有效对责任进行分配,按照过错责任原则,消费者需要承担证明电商平台“知道”的举证责任,这造成了消费者举证困难的问题,电商平台也更容易逃避其应负的责任。还有,“注意义务”的违反和过失的程度也存在不确定性,如何界定其只尽到一般注意义务,为一般过失,若未尽责,则为重大过失。第42条规定的“及时采取必要措施”,具体案件中“及时”产生争议,平台经营者应就其合理处理时间承担举证责任。

(三) 电子商务市场界定具有较大的模糊性

这会导致行政执法的不确定性或被滥用。《电子商务法》第35条在优势地位界定上很模糊,没有对其适用条件、范围、违法标准及行为“不合理性”的内涵进行清晰地界定,这在客观上容易导致该条款在实践中因缺乏可操作性而无法实施。同时,它的独立规制可能侵入《反不正当竞争法》的规制领域,也有可能侵入《反垄断法》的规制领域,导致体系逻辑的混乱。还存在对相对优势地位滥用行为的规制干预过度、管制过宽的痛点,给未来的执法造成多种困境。

(四) 电子商务法在广告侵权领域存在模糊性

比如在提供“链接跳转”服务广告方面并未作出明确规定,该规范虽一定程度认定链接跳转责任问题,但并未直接涉及到对提供链接跳转服务者的具体规定和要求。同时,“通知-删除”规则的适用范畴也存在歧义,“恶意发出错误通知”等规则也存在模糊性。

(五) 合同效力及维权存在局限性

代购交易双方通过电子形式签订合同,双方约定相关承诺。

在签订合同前买方通过查看卖方朋友圈或者平台宣传广告、相关交易记录、售后评价等来确定卖方的资信、实力以及可信度,卖方通过查看买方发圈、沟通交流来推断买方价值和发展潜力,以此实现交易,这在一定程度上交易存在主观性;若将来发生纠纷,处理方式、采用的法律以及管辖法院等相关事宜无事先约定,这容易导致纠纷协调分歧,局限合同效力,也将导致维权艰难。

总之,《电子商务法》还需加强立法,细化规制,更多更深刻的法律法规还需因势利导、量体裁衣,在具体执法裁量上综合权衡。电子商务现有法律法规仍需继续梳理、补充、修改和完善,保证电子商务法与时俱进创新发展。

五、结语

在电子商务飞速发展的趋势下,电子商务法的出台,是一种必然选择,通过规范电子商务从业者的行为和责任,将营造出生机勃勃的海外代购发展环境,促进代购行业规范化、规模化,将成为海外代购、成为电子商务行业优质发展的法律底线和行业标杆。电商法的出台不仅推动着我国电子商务的健康发展,也检验着我国法律的公信力、执行力和生命力,同时,也对我国电商从业者们提出更高的标准,更严格的要求。我国电子商务发展进入法治阶段,但其普及工作仍任重道远。

参考文献:

- [1] 尹寿芳. 电子商务法对电子商务行业发展的影响探析 [J]. 长春师范大学学报, 2020(9): 47-50.
- [2] 徐卓斌. 电子商务法对知识产权法的影响 [J]. 知识产权, 2019(3): 31-40.
- [3] 杨莹莹. 电子商务法的颁布施行对微商代购行业的影响 [J]. 河北企业, 2019(9): 149-150.
- [4] 李宇. 电子商务平台经营者对消费者的侵权责任研究 [J]. 内蒙古大学硕士论文, 2020(6).
- [5] 叶世武. 论我国电子商务法对代购的规制 [J]. 法制园地, 2019(8): 182, 185.
- [6] 崔丽丽, 陈春盈. 电子商务法实施后对个人微商的影响 [J]. 农村经济与科技, 2020(17): 190-193.
- [7] 杨悦鸣. 电子商务法解读及对进口跨境电商的影响 [J]. 电子商务, 2019(24): 22-25.
- [8] 张本勇, 陈健淋. 电子商务法背景下的专利侵权合法来源抗辩 [J]. 电子知识产权, 2019(7): 86-93.
- [9] 蔡孝元. 商标产品平行进口法律问题研究 [J]. 复旦大学硕士论文, 2005(4).
- [10] 苗云芳, 周凌轲. 电子商务法对海外代购影响观点综述 [J]. 江苏商论, 2019(7).
- [11] 朱理, 曾友林. 电子商务法与竞争法的衔接: 体系逻辑与执法展望 [J]. 中国社会科学院研究生院学报, 2019(2): 104-112.
- [12] 戴龙. 论我国电子商务法竞争规制条款的适用 [J]. 法治研究, 2021(2): 149-160.

作者简介: 苏小芳(1990-), 女, 助教, 本科, 主要从事电子商务与物流管理教学与研究工作。