

越南电动汽车厂商在数据、应用程序及合同条款方面的消费者保护风险

TUNG NGO 和 孙樱榕, VILAF

越南国家竞争委员会（“VCC”）近期的执法活动显示，消费者保护正成为越南持续性的监管重点。越南工贸部于 2026 年 2 月 3 日发布第 239/QD-BCT 号决定，批准《越南 2026—2030 年全国消费者权益保护计划》（“消费者保护计划”），进一步强化了这一监管方向。《消费者保护计划》强调完善法律框架、加强执法与监督，包括对数字和电子商务活动的执法与监督，扩大消费者支持机制，并在消费者保护中应用数据系统和人工智能等数字技术。

对于电动汽车厂商而言，实际影响在于，消费者保护风险并不限于车辆销售、保修、召回或产品缺陷。相关风险也可能出现在更广泛的数字出行生态系统中，包括车主应用程序、联网汽车服务、充电平台、经销商及服务中心数据、订阅功能、营销同意机制、格式条款及其他面向消费者的流程。

A. 越南近期消费者保护执法情况

自 2026 年 1 月 1 日起，VCC 公布针对以下七家企业的消费者保护执法决定，显示出一种较为一致的执法模式，即侧重保护消费者在促销活动、数字交易及持续性消费者服务关系中的权益。

- 2026年1月14日——一家越南本地贸易公司——罚款5,000万越南盾。
- 2026年1月22日——全球最大的社交媒体及内容平台之一——罚款8.8亿越南盾。
- 2026年1月22日——一家越南领先科技及数字服务公司——罚款8.1亿越南盾。
- 2026年4月15日——一家越南本地数字交通平台运营商——罚款2.8亿越南盾。
- 2026年4月16日——一家主要收费及交通基础设施运营商——罚款4.35亿越南盾。
- 2026年5月7日——一家全球电子及消费设备厂商——罚款2.9亿越南盾。
- 2026年6月2日——一家大型跨国直销公司——罚款4.1亿越南盾。

VCC 重点关注的违法行为包括：未建立机制使消费者能够同意或拒绝其信息被用于广告或其他商业目的；在格式合同及一般交易条款中纳入被禁止的条款；一般条款及投诉处理程序披露不足；未明确一般条款和条件的生效时间；以及在法律要求的情况下，未就提供持续性服务签署书面合同。

B. 对电动汽车厂商的影响

尽管目前尚无电动汽车厂商成为执法对象，但 VCC 正在执行的合规事项同样适用于电动汽车厂商，尤其是在车辆日益整合联网功能且厂商向消费者提供基于应用程序的功能的背景下。电车数据化发展为评估消费者保护义务如何适用于电动汽车生态系统提供了有用框架。

1. 消费者信息保护

(a) 消费者信息保护的範圍

消费者信息的范围比个人信息更广，包括消费者购买和使用产品、商品及服务过程中的信息，以及与消费者和经营者之间交易相关的其他信息。对电动汽车厂商而言，这意味着与消费者购买和使用产品或服务有关的信息，以及消费者与厂商或其经销商之间交易产生的信息，均可能构成《越南消费者权益保护法》项下受监管的消费者信息。

对于电动汽车厂商而言，消费者信息合规不止于披露，还要求建立机制，使消费者能够选择其提供信息的范围，并表达同意或拒绝。尤其是，收集或使用消费者信息的电动汽车厂商应提供清晰机制，使消费者能够：(i) 同意或拒绝向第三方共享、披露或转让其信息；以及(ii) 同意或拒绝将其信息用于广告、产品或服务推广或其他商业活动。如信息被转移给第三方进行存储或分析，以支持厂商自身经营活动，则该等转移可无需针对该转移另行设置消费者拒绝机制，前提是相关各方签署书面协议，要求接收方按照适用法律保护该等信息。

(b) 个人数据保护

如果消费者信息同时构成个人数据，电动汽车厂商应在消费者保护义务之外，并行评估其是否符合越南个人数据保护要求。关键问题包括处理个人数据的合法依据，包括有效同意或可在未经同意情况下处理的情形；透明度；数据主体权利；保存与删除；处理者安排；广告及画像活动；以及跨境数据传输。对于电动汽车厂商而言，这些要求可能适用于消费者关系的多个阶段，包括应用程序注册、车辆激活、充电服务登记、保修管理、维修保养预约、营销沟通及客户服务活动。

不合规可能使企业面临重大处罚。特别是，非法买卖个人数据的，最高罚款可达违法所得收入的十倍；违反跨境个人数据传输要求的，最高罚款可达相关企业上一年度收入的5%，具体以适用法律计算规则为准。

(c) 经销商和应用程序数据

电动汽车厂商面临的主要实际风险，通常出现在厂商通过车主应用程序或联网汽车平台与消费者保持直接数字关系，而经销商仍负责销售、试驾、交付、保修支持及售后服务的情形。在这种模式下，消费者信息可能在厂商、经销商、关联方、充电合作伙伴、服务合作伙伴、营销机构和技术供应商之间流动。梳理这些数据信息，并记录处理目的、接收方、保存期限、获准用途及保护义务，是稳妥的合规实践。电动汽车厂商应在适用情况下确保其安排和记录反映以下事项：

- 已通知的收集和使用目的，消费者同意或可在未经同意情况下处理的适用情形；
- 消费者选择机制，使消费者能够选择其同意提供的信息范围，并表达同意或拒绝；
- 各数据接收方的合同角色及获准活动；
- 第三方或处理者的信息保护义务；

- 保存与删除安排；和
- 任何所需的个人数据处理或跨境传输评估。

对于刚刚进入越南使用经销商或分销商网络的厂商而言，这一点尤为重要。即使消费者信息最初由经销商收集，如果厂商随后在缺乏适当通知、同意及数据共享控制的情况下使用该等信息，厂商仍可能面临法律、合同和声誉风险。风险的程度取决于厂商的具体行为、处理角色、披露情况、同意机制、合同安排及其对信息的实际使用。

2. 潜在不合规条款

2026年3月24日，VCC就汽车购买定金安排中可能对消费者不利的条款发布提示。VCC表示，其审查发现若干条款存在与《越南消费者权益保护法》第25条不一致的迹象，包括：在任何情况下均不退还定金的条款；限制消费者投诉或采取影响卖方行动权利的条款；要求消费者不履约时没收定金、但卖方未签署销售合同或未交付车辆时仅退还定金的条款；以及允许交付安排或价格调整存在不确定性、但未明确处理定金后果的条款。

电动汽车厂商应确保其经销商安排、定金条款及面向消费者的文件符合《越南消费者权益保护法》。在厂商通过移动应用程序和联网平台提供增值服务、并可能与消费者形成直接合同关系的情况下，这一点尤其重要。约束该等服务的条款，包括应用程序条款、联网服务条款和订阅条款，如其规范经营者与消费者之间的交易，必须符合消费者保护要求；如相关服务持续提供至少三个月或无固定期限，还将适用持续性服务要求，签订书面合同。

C. 电动汽车消费者保护合规启示

对于正在拓展越南市场的电动汽车厂商市场而言，VCC近期执法行动及其关于汽车销售的提示反映出三项合规重点：

- 电动汽车厂商应审查消费者信息如何被收集、使用、共享和保存。消费者应被清楚告知相关目的，并应获得相应机制，使其能够选择提供信息的范围，并同意或拒绝：(i) 向第三方共享、披露或转让其信息；以及(ii) 将其信息用于广告、产品或服务推广或其他商业活动。
- 如消费者信息在厂商、经销商、关联方、服务合作伙伴、充电合作伙伴、营销机构或供应商之间转移，电动汽车厂商应在适用情况下确保其安排和记录反映已通知的收集和使用目的、消费者同意或可在未经同意情况下处理的适用情形、

消费者选择机制、各接收方的协议确认的职责及获准活动、适用的数据保护义务、保存和删除安排，以及任何所需的个人数据处理或跨境传输评估。

- 电动汽车厂商应审查经销商定金表格、车辆购买文件、应用程序条款、订阅条款、联网服务条款及其他面向消费者的文件，确保其不会排除经营者责任、限制消费者投诉或诉讼权利、允许单方变更价格、施加不成比例的违约责任，或以不合规方式造成交付、退款或价格调整义务不清。

鉴于近期执法行动、第 239/QD-BCT 号决定、《越南消费者权益保护法》以及自 2026 年 1 月 1 日起生效的个人数据保护框架，电动汽车厂商应在进入或拓展越南市场前，审查其越南消费者保护制度，包括车主应用程序同意流程、隐私通知、经销商数据共享安排、营销同意、定金表格、应用程序条款、联网服务条款、订阅条款及售后文件。

如需获取更多信息，请联系 VILAF 律师



TUNG NGO

合伙人

tung.ngo@vilaf.com.vn



孙樱榕

律师

yingrong.sun@vilaf.com.vn

免责声明：本文所含信息仅供参考，不构成正式法律建议或法律意见。读者在未寻求针对自身具体情况的专业法律建议的情况下，不应自行根据或依赖此处的任何信息。本文所表达的观点为作者个人观点，不代表 VILAF 的任何官方观点。