

电商经济背景下线上团购平台霸王条款规制研究

王轶博

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年1月20日; 录用日期: 2025年2月6日; 发布日期: 2025年3月6日

摘要

如今, 线上团购经济已然成为了电商经济模式的重要组成部分, 但是, 完全依仗市场秩序的自我调节对于规制线上团购经济而言是不足够的, 实践中部分团购平台利用其在市场中的支配地位以设置霸王条款的方式侵害消费者的合法权益, 破坏公平竞争的市场交易秩序与安定和谐的社会生活环境。因此, 本文通过分析线上团购平台霸王条款的产生原因及表现形式, 结合现行法律法规的规定与不足, 探讨在电商经济背景下线上团购平台规制霸王条款的法律路径与完善建议, 以达到维护交易安全, 保障当事人合法权益的目的。

关键词

电商经济, 线上团购, 霸王条款, 法律规制

Study on the Regulation of Online Group Buying Platform's Unfair Terms under the Background of E-Commerce Economy

Yibo Wang

Law School, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jan. 20th, 2025; accepted: Feb. 6th, 2025; published: Mar. 6th, 2025

Abstract

Nowadays, online group buying economy has become an integral part of the e-commerce economic model. However, relying solely on the self-regulation of market order is insufficient to effectively govern the online group buying economy. In practice, some group buying platforms exploit their

dominant market position to impose unfair terms, infringing upon consumers' legitimate rights and interests, disrupting the fair competition of market transactions, and undermining a stable and harmonious social environment. Therefore, this paper analyzes the manifestations and causes of unfair terms on online group buying platforms, examines the provisions and shortcomings of existing laws and regulations, and explores legal pathways and improvement suggestions for regulating unfair terms in the context of the e-commerce economy. The ultimate goal is to safeguard transaction security and protect the legitimate rights and interests of all parties involved.

Keywords

E-Commerce Economy, Online Group Buying, Unfair Terms, Legal Regulation

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

网络团购是一种来源于电子商务经济的线上消费模式，其通过借助第三方团购平台整合消费者对商品或服务的购买意向，以较低的价格使其用户得以享受批量化折扣产品。因为在此过程中消费者、团购平台以及商家三方主体均具备平等法律主体地位，受到民事法律规范的约束。所以，民事活动领域常见的格式条款在网络团购经营行为中也甚是普遍，但是仅仅依靠民事主体自主自觉地遵守有关格式条款的法律规范是不足够的，霸王条款在实际交易行为中会借助格式条款的“强制性”“单方拟定行”以及“预先性”等特征隐藏在格式条款中。因此，本文在电商经济的背景下探究规制线上团购平台的霸王条款的可行性，以期为维护线上市场交易秩序以及保障相关民事主体的合法权益提供研究思路。

2. 线上团购平台霸王条款的表现形式

在实践中，线上团购消费行为的主体角色主要涉及线上团购平台方、消费者以及商家三方，因此，霸王条款所侵害的对象往往也不仅局限于消费者，有时对于商家而言，平台侧对于其权利的损害也会以霸王条款的形式表现在外。具体而言，线上团购平台交易中存在的霸王条款主要体现在以下几个方面：

2.1. 对消费者的不公平条款

对于个体消费者而言，其往往属于交易的弱势方，不管是对信息的掌握程度亦或者是资源的配置能力，均难以同平台或者商家相抗衡。即便是日后提起诉讼，旷日持久的官司也总让消费者望而却步[1]。霸王条款属于格式条款的下设分支，因此，其往往会对消费者的知情权、公平交易权、自主选择权以及求偿权造成侵害[2]。

2.1.1. 限制退款和退货权利

部分线上团购平台会以明示或者暗示的方式使得“商品一经售出，概不退换”的霸王条款出现在实际买卖行为中，即便是商品切实存在质量瑕疵或购买服务并未履行等，也会预先设置诸多限制权利获得救济的条件，进而导致消费者难以获得退货、赔款等相应的正当权益保障。《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十六条明确规定经营者不得利用不合理的格式条款通过不正当经营行为损害消费者的合

法权益¹。

以明示的方式出现的霸王条款不合理的分割消费负担是常见的消费侵权情形，诸如日前在互联网讨论颇有热度的红某梦舞台剧门票售卖的消费侵权事件，红某梦正版舞台剧为江苏省某剧院的原创舞台戏剧作品，因其作品社会反响热烈，是人民群众喜闻乐见的文艺作品，故其他组织也均效仿排演相关题材的舞台剧作品并在某音团购平台进行门票售卖服务。此时，某些不良商家便利用江苏省某剧院的宣传视频，录制足以引导消费者产生错误辨识的宣传视频，制作与江苏省某剧院相似或相近的收票界面，但在销售信息中以“话剧”替代“舞台剧”字样的方式鱼目混珠，并且将“票据一经售出，概不退换”字样的霸王条款隐匿在购票界面的其他信息里，未尽到应尽的提示义务，且购票后消费者无法再返回原售票界面了解售票的详情信息。此时，即便是在演出开始前消费者发现了商家涉及虚假宣传，向商家、平台方主张返还不当得利，商家亦会表示“门票一经售出，即会影响商家的经营行为，因此概不退换”。即便是距离商家演出的时间非常充裕且同场演出的票据仍然是在售状态，并且依照法律规定并未标识演出门票为根据商品性质并非消费者在购买时确认不宜退货的商品，平台方依旧是踢皮球的协商态度，或给予少量优惠券作为补偿措施，对于消费者的实际退费请求表示无能为力。对于此，消费者或寻求市场监管部门以及消费者协会的帮助，或多次与商家以及平台方沟通协商，仅有少部分消费者可以在通过艰难的维权途径后获得退款的维权结果。

霸王条款的存在侵犯消费者的公平交易权，在电子商务的交易环境下电商平台的霸王条款具有隐蔽性，对于消费者来说其维权具有更大的难度[3]。随着电子商务经济的飞速发展，目前线上团购消费无论是消费方式亦或者商品种类都是多种多样的，而许多团购平台其本身并没有成立品牌作为其社会公信力的保证。并且平台客户端的技术支撑也不够成熟，对消费信息的传达本身就存有很多弊病，消费者下单收到货品发现产品质量问题申请退货退款等售后维权时，很难找寻到商家以及平台方的售后沟通渠道，此时平台方就有了故意隐匿售后服务，推诿扯皮处理维权问题的嫌疑，此种情形即为霸王条款以暗示的方式存在于线上团购平台消费中的表现。

2.1.2. 免责条款

在线上团购平台交易活动中，常见的免责条款一般包括平台方通过协议告知消费者自己仅为中介角色，对消费者的损失无法负担相应责任，即便是损害由平台原因所引发，其也概不负责。这种条款在法律上通常被视为不公平条款，因为它们本身不合理地免除了平台的责任，损害了消费者的合法权益。即便是《中华人民共和国消费者权益保护法》以及《中华人民共和国民法典》对于免责内容的合同条款都有相应的限制性法律规定，但是在法律监管缺失的情况下，此类型的消费侵权仍然是极为常见的线上团购平台霸王条款的表现形式之一。重庆市高级人民法院曾于2024年3月发布消费者权益保护典型案例，其中一则为重庆市消费者权益保护委员会对重庆某汽车销售服务有限公司提起的消费者权益保护民事公益诉讼案²。案件经过为重庆市消费者权益保护委员会在受理消费者对被告重庆某汽车销售服务有限公司《汽车销售合同》条款的投诉后，即向该汽车销售服务有限公司发出了《重庆市消费者权益保护委员会关于不公平合同格式条款整改的劝喻函》，对相关《汽车销售合同》中存在的汽车4S店免除经营者责任、加重消费者

¹《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十六条之规定，经营者在经营活动中使用格式条款的，应当以显著方式提请消费者注意商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等与消费者有重大利害关系的内容，并按照消费者的要求予以说明。

经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定，不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。

格式条款、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的，其内容无效。

²重庆市高级人民法院. 重庆高院发布消费者权益保护典型案例[EB/OL]. (2024-03-27) [2025-02-07]. <http://cqgy.cqfygzw.gov.cn/article/detail/2024/03/id/7870424.shtml>

责任的格式条款问题提出了相应整改意见并要求该汽车销售服务公司限期整改。而后，重庆某汽车销售服务公司在 2023 年 4 月 13 日向重庆市消费者权益保护委员会送达了《合同格式条款整改报告》。但重庆市消费者权益保护委员会认为在《合同格式条款整改报告》中，重庆某汽车销售服务公司对合同中的两项格式条款未按上述劝喻函进行整改，即：1) “根据国家法律法规，乙方(注：消费者，下同)已知晓标的车辆所涉消费税包含在车辆总价内由甲方(注：重庆某汽车销售服务公司，下同)代扣代缴。本合同签订后，如因国家相关法律、法规、政策等调整消费税税率的，增加的税款由乙方承担。” 2) “如遇生产商停产、营业中断、供货延期、国内或国际运输中断、运输车辆途中发生故障等非因甲方故意原因导致前款约定的交付时间推迟，甲方应于第一时间根据实际情况通过包括短信、微信、电话、e-mail、挂号信、特快专递之一或多种方式通知乙方，交车时间相应延后，甲方不因此承担违约责任。” 对于上述案件，重庆市第一中级人民法院经审理认为上述两项争议条款存在“排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定”的情形，并可能对消费者在签订合同时造成误导，应认定无效。遂判决案涉两项格式条款无效。一审判决后，各方均未上诉，该判决已发生法律效力。该案例作为全国首例以判决形式认定格式条款无效的消费者权益保护民事公益诉讼案件，表明了我国司法系统对于规制经营者利用格式条款侵犯消费者合法权益乱象的态度，人民法院以判决形式对不公平、不合理的格式条款予以无效的负面评价有助于打击不良经营风气，保障消费者的合法权益，体现司法价值引领，维护社会公共利益，日后对各行业针对消费者的格式条款均具有良好的警示、指引和规范作用。

2.2. 对商家的不公平条款

有的团购平台在提供经营服务的时候还会伴随着要求商家只能在本平台销售，而且不得与其他平台合作的强制性规定，否则商家将会面临推流限制或商品下架的处境，同时还会伴随着高额佣金以及罚款或者单方面合同变更等平台处罚。《中华人民共和国反垄断法》和《中华人民共和国反不正当竞争法》均对这种属于线上团购平台滥用市场支配地位的强制“二选一”行为，予以明确禁止。同时，团购平台方也会针对商家制定处罚性格式条款，不合理地加重商家的责任与负担，在实践中，具备类似表现的线上团购平台霸王条款是屡见不鲜的。上海市长宁区人民法院曾于 2024 年就某某公司 3 与某某公司 1 的网络服务合同纠纷一案进行了一审判决³。案件的基本案情是某某公司 3 入驻某某公司 1 运营的 XXX 平台，开设“XX 家居生活”店铺，销售冰箱温控器等产品。2023 年 7 月，因快递公司失误，部分订单被错发为其他商品，导致消费者投诉。平台认定某某公司 3 欺诈发货，限制店铺账户资金提现，并扣款 80013.44 元作为处罚。某某公司 3 积极补救，但平台未解除限制，也未返还扣款，某某公司 3 因此提起诉讼。对于该案件，上海市长宁区人民法院审理后认为，平台对商家的处罚措施部分合理，但存在过度处罚。法院判决平台返还某某公司 3 扣款 20013.44 元，驳回其他诉讼请求，案件受理费由双方分担。法院的判决对平台的治理权力进行了制约和纠偏，维护了商家的合法权益。故而，电商平台在制定和执行规则时，必须确保规则的合理性和透明度，不能利用其优势地位对商家进行不合理的限制和处罚。

3. 线上团购平台霸王条款产生的原因

3.1. 平台的支配地位优势

我国现行《电子商务法》于第二章第二节中明确了有关电子商务平台经营者的主体角色、法律地位以及权利义务等相关内容。在市场经济的视角下对线上团购交易行为进行分析，就其本质而言，是三方法律地位平等的主体间发生的权利义务关系。但是在实际运作过程中，线上团购平台却往往通过大规模

³ 一审判决参见上海市长宁区人民法院(2024)沪 0105 民初 4796 号民事判决书。

市场的整合和资本的运作进而逐渐形成寡头垄断样态的市场格局，这就使得平台在与商家以及消费者的三方主体交易行为中具有绝对优势主导地位。

3.2. 消费者的维权意识薄弱

由于线上团购平台交易行为牵扯三方主体，且平台规则通常是以注册时确认阅读的方式使得消费者知悉，在日常消费中，消费者往往难以主动接触到平台的相关格式条款内容，对隐匿于其中的霸王条款缺乏足够的认知。中国消费者协会于 2022 年发布的《2022 年 100 个城市消费者满意度测评报告》显示，自 2017 年至 2022 年以来，“消费维权”这一指标在 2022 年达到此六年间的最大下降幅度，降幅为 2.52 分⁴。这一数据恰恰体现出，消费维权问题出现后，受损害的消费权益无法得到及时救济，消费者的消费信心以及消费体验均会遭受很大破坏。站在消费者的视角来看，即便是消费者在维权时意识到霸王条款的存在，但由于繁琐的扯皮程序、高昂的时间成本、艰难的诉讼路径以及欠缺的法律知识，消费者往往也会选择以“吃亏是福”的方式默默忍受不公平的交易结果，选择放弃维护自身合法权益。

3.3. 商家的逐利本能侵害

相较于消费者而言，商家优于其市场资源地位，掌握着更丰沛的市场信息资源。这种信息差的产生，便给了不良商家实施不法行为的机会，预先制定侵害消费者合法权益的霸王条款，进而攫取更多的不法利益。而且因为线上经营的灵活性，平台方也很难确保每一位营业者都提供诚实的营业信息，因此在实际维权中，一旦出现虚假营业信息现象，消费者便很难获悉商家的营业所在地，消费者协会也就无法介入到交易纠纷的协商洽谈工作中，那么通过诉讼的方式保障消费权益更是无从谈起。

4. 线上团购平台霸王条款的法律规制路径与完善建议

4.1. 细化格式条款规定

目前我国关于格式条款效力的规定主要包括具体列举式规定、概括式规定以及弹性规定三种^[4]。对于格式条款而言，虽然有《中华人民共和国民法典》对其予以规制，但是对于特殊的格式条款意即霸王条款而言，法律上仍然有值得细化的空间。有学者认为，关于霸王条款的认定标准，最重要的就是区分霸王条款和格式条款^[5]。因此，有必要进一步细化《合同行政监督管理办法》等现行法规，进一步明确平台与商家在格式条款制定与实施中的义务及责任。

4.2. 严格行政执法监管

有学者认为，在现实生活中，能回击“霸王条款”的只可能是公平有序的竞争环境、完善的法律法规和更严格的执法^[6]。因此，有必要建立健全针对格式条款的前置审查机制，强调平台在将格式条款发布前，先行由市场监督管理部门进行内容审核，行政机关可在内部设立审查部门，负责定期对平台以及商家的格式条款予以检查和评估。行政执法部门要加大对违法行为的处罚力度，对于平台伙同商家隐匿营业信息，共同侵害消费者的违法行为零容忍，建立健全异地执法体制机制，深化线上线下执法一体化改革，强化消费权益保障效率价值，及时守住消费者的“钱袋子”。

4.3. 树立消费维权意识

格式合同有利有弊，消费者不应该只是“负责签字”享受服务的一方，还应当明白自己的权利义务，保护自己的合法权益^[2]。树立消费维权意识的角色不仅是消费者，对于网络团购平台以及商家而言同样

⁴中国消费者协会. 2022 年 100 个城市消费者满意度测评报告[R/OL]. (2023-03-14) [2025-01-14].
<https://www.cca.org.cn/Detail?catalogId=475803785949253&contentType=article&contentId=526001663320133>

需要树立消费维权意识。对于平台而言,其有必要实现行业自律与规范治理,通过推动制定线上团购平台行业标准化合同模板以及行为规范的方式,明确关键条款的行业准则,使得平台经营始终保持在秩序的轨道内。在建立健全平台侧消费维权保障积极响应机制的基础上,主动监测且及时处理霸王条款,并对发现的相关内容及时进行整顿,而后向消费者进行公示。对于因此带来的消费损失,平台应严格遵守法律的赔付规定,先行理赔,再向商家追偿。对于商家而言,要加强对商家的法律知识培训,使得商家具备信仰法律、遵守法律、尊重法律的意识,树立诚信经营理念,通过案例分析以及法条解读的方式,帮助商家了解霸王条款伴随的法律风险,积极引导商家自觉守法。对于消费者而言,有必要帮助消费者厘清霸王条款的常见表现形式,提高其在日常生活中的辨识能力,避免不自主地受到不公平交易对待。消费者协会可以以定期开展普法宣讲、公益座谈会等方式让消费者了解维权的流程以及相关法律规范,鼓励消费者积极采取合法手段维权,了解其在线上团购交易中的法定权利,如知情权、公平交易权、退换货等权利,在合法权益遭受损害时可以及时获得维权帮助,而不至于走投无路。

5. 结语

电商经济背景下,治理线上团购平台霸王条款需要全社会的共同努力,只有通过立法、执法、行业自律、商家自觉以及公众维权意识提升的多元方式,才能有效保护合法消费权益,促进线上团购市场的公平竞争,推动线上团购平台产业的健康发展,为数字经济的可持续发展提供更为坚实的保障。

参考文献

- [1] 斯远. 给消费者向“霸王条款”说“不”的底气[J]. 中国人大, 2019(15): 54.
- [2] 陈洲洋. 格式合同与消费者权益保护简析[J]. 合作经济与科技, 2022(3): 184-185.
- [3] 戎雪锋. 电子商务背景下电商平台霸王条款研究[J]. 法制博览, 2016(34): 210.
- [4] 于国民. “霸王条款”效力之我见[J]. 法制与经济(下旬), 2011(2): 52+54.
- [5] 惠宁宁. 拒绝霸王条款套路[J]. 法人, 2024(12): 74-75.
- [6] 余颖. 用严格执法回击霸王条款[N]. 经济日报, 2023-05-31(005).