

电子商务合同中格式条款效力认定与规制探讨

吴长梅

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年5月13日; 录用日期: 2025年5月28日; 发布日期: 2025年6月30日

摘要

电子商务的蓬勃发展使得格式条款成为平台与消费者缔约的主要形式, 但其单方拟定性、不可协商性等特点导致消费者权益的保障面临巨大风险。本文以我国《民法典》《电子商务法》为基础, 系统分析我国电子商务格式条款的效力认定困境与规制路径。研究分析了我国电子化格式条款的呈现方式与算法介入, 研究认为电子化格式条款的使用加剧了消费者知情权与选择权的虚化, 而现行法律在提示义务标准、公平性审查等方面存在滞后性。对此, 本文提出“法律 + 技术”的复合规制框架, 在立法层面需制定《格式条款特别法》, 整合现有规则, 填补立法空白, 明确电子格式条款的适用范围、效力标准; 行政监管应建立备案审查平台与标准化示范文本, 强化动态合规管理; 司法实践应构建“类型化 + 场景化”审查标准, 探索举证责任倒置规则以破解消费者举证困境。本文为平衡数字交易效率与合同实质公平提供了系统性解决方案, 对完善数字经济法治建设具有参考价值。

关键词

格式条款, 电子商务, 消费者权益保护

Discussion on the Effectiveness and Regulation of Standard Clauses in E-Commerce Contracts

Changmei Wu

Law School, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: May 13th, 2025; accepted: May 28th, 2025; published: Jun. 30th, 2025

Abstract

The vigorous development of e-commerce has made standard clauses the main form of contract

formation between platforms and consumers. However, the unilateral drafting and non-negotiability of these clauses pose significant risks to the protection of consumers' rights and interests. Based on the Civil Code and the E-commerce Law of China, this paper systematically analyzes the predicament of the validity determination and the regulatory paths of e-commerce standard clauses in China. It examines the presentation methods and algorithmic intervention of electronic standard clauses in China and concludes that the use of electronic standard clauses has exacerbated the virtualization of consumers' right to know and right to choose. Moreover, the current laws are lagging behind in terms of the standards for the obligation to inform and the review of fairness. To address this, this paper proposes a "law + technology" composite regulatory framework. At the legislative level, a Special Law on Standard Clauses should be formulated to integrate existing rules, fill legislative gaps, and clarify the scope of application and validity standards of electronic standard clauses. Administrative supervision should establish a filing and review platform and standardized model texts, and strengthen dynamic compliance management. In judicial practice, a "categorization + scenario-based" review standard should be constructed, and the rule of reversing the burden of proof should be explored to solve the consumers' proof dilemma. This paper provides a systematic solution for balancing the efficiency of digital transactions and substantive fairness of contracts, and has reference value for improving the legal system of the digital economy.

Keywords

Standard Clauses, E-Commerce, Consumer Rights Protection

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. 电子商务格式条款的基本理论

(一)、格式条款的概念与特征

我国《民法典》第 496 条明确规定格式条款是指合同一方当事人为了重复使用而预先拟定，并在订立合同时未与对方协商的条款。格式条款的本质是合同提供方利用经济或技术优势，将交易条件单方固定化，以降低缔约成本、提高交易效率^[1]。在电子商务领域，格式条款广泛应用于用户协议、隐私政策、购物规则等场景，例如电商平台的“注册协议”或“退换货规则”，均属于典型的格式条款范畴。格式条款的核心特征有以下三点：

1. 单方拟定性，是指格式条款由合同提供方单方制定，消费者无法参与条款内容的设定。拟定方通常是具有市场优势地位的经营者，如电商平台、网络服务商，其通过专业法律团队或算法模型预先设计条款内容，消费者只能被动接受。

2. 重复使用性，重复使用是格式条款的核心目的，在于适用不特定多数交易对象，而非针对单一合同。这一特征源于现代商业社会对交易效率的需求，尤其在电子商务中，面对海量用户和频繁交易，重复使用性使得企业无需为每笔交易单独协商条款，从而大幅降低运营成本。

3. 不可协商性，合同相对方对格式条款的内容缺乏实质协商空间。消费者仅能在“全盘接受”或“放弃交易”之间做出选择，无法就条款内容与经营者平等磋商。

(二)、电子商务格式条款的特殊性

1. 电子化呈现方式的特殊性

电子商务格式条款的电子化呈现方式显著区别于传统纸质合同，其技术特征直接影响用户对条款的

知情权与选择权。电商平台常将完整合同条款以超链接形式嵌入页面，用户需主动点击跳转至其他页面才能查阅。例如，部分平台的“用户协议”或“隐私政策”需通过多层链接访问，且文字排版密集，导致用户难以全面理解条款内容。这种设计可能违反《民法典》第 496 条关于“显著提示”义务的规定，若提示不足，条款可能被认定为无效。部分平台采用滚动窗口展示条款，用户需手动滑动页面才能阅读全部内容，而关键条款(如争议解决方式、免责声明)常被置于页面底部，部分平台通过弹窗强制用户勾选“同意”按钮，但允许用户在不阅读条款的情况下直接点击确认。

2. 智能化推荐条款的算法介入

算法技术的应用使格式条款从静态文本向动态生成转变，进一步加剧缔约地位的不平等。在实践中商家基于用户行为数据(如浏览记录、消费习惯)，实时生成差异化条款导致消费者在不知情下接受不公平条款，违背《互联网信息服务算法推荐管理规定》中禁止“不合理差别待遇”的要求。例如，同一商品可能对不同用户显示不同的退换货规则或价格条件，形成“千人千面”的合同内容。此外，电商平台常以“商业秘密”为由拒绝公开算法逻辑，用户难以知晓条款生成依据。随着算法的不断演变，算法设计可能嵌入资本利益最大化的逻辑，通过“信息茧房”诱导用户持续消费，甚至利用数据优势形成市场垄断。我国现行法律对算法生成条款的归责路径尚不明确，若算法错误导致条款侵害用户权益，平台可能以“技术中立”为由免责[2]。

2. 对电子商务格式条款进行法律规制的必要性

(一)、缔约地位失衡的加剧

在电子商务场景中，经营者与消费者之间的议价能力差距显著扩大。平台凭借技术垄断、数据控制与资本优势单方拟定条款，消费者仅能通过“点击同意”被动接受合同，实质上丧失协商权利。例如，用户在注册电商平台时，若拒绝接受“平台单方修改条款”或“用户数据共享”等条款，则无法使用服务。这种“全有或全无”的缔约模式，导致消费者被迫让渡部分权益以换取交易机会。我国《民法典》第 497 条虽规定“排除对方主要权利”的格式条款无效，但实践中消费者往往因举证困难难以主张权利。法律规制需通过强制经营者履行公平缔约义务、限制滥用优势地位，重构实质平等的交易环境。

(二)、信息不对称的技术性扩大

电子商务格式条款的电子化呈现与算法生成机制，进一步加深了消费者认知鸿沟。一方面，平台通过超链接跳转、折叠文本等技术手段弱化条款可见性，例如将争议解决条款隐藏在二级页面，或使用浅色小字体标注免责内容，导致消费者难以有效获取关键信息。另一方面，算法可能根据用户画像动态调整条款内容(如差异化定价规则)，而用户无法知晓算法逻辑与决策依据。根据《电子商务法》第 33 条，平台需以“显著方式”提示条款，但技术隐蔽性使法律要求流于形式[3]。法律规制需通过标准化提示规则(如强制弹窗阅读时长)、算法透明度要求，破解技术性信息壁垒，保障消费者知情权与选择权。

(三)、公共利益与市场秩序维护

格式条款的滥用可能引发系统性风险，损害公共利益与市场健康。其一，部分平台通过格式条款设置“独家交易”“数据垄断”等条款，限制市场竞争，例如强制商家“二选一”或限制跨平台比价，违反《反垄断法》精神。其二，格式条款的趋同化可能形成行业“潜规则”，例如共享经济平台普遍约定“概不承担人身损害赔偿”，此类条款若被司法默认，将纵容行业整体降低责任标准。其三，跨境电商中格式条款的法律规避行为(如约定境外管辖)，可能架空国内消费者保护制度，损害国家法律权威。法律规制的核心在于通过“黑名单”制度禁止侵害公共利益的条款，强化行政审查与行业监管，维护市场公平竞争与法治统一。

3. 电子商务格式条款的现存问题

(一)、效力认定标准模糊一、提示义务的履行方式缺乏统一标准

我国《民法典》第 496 条要求经营者对格式条款履行“显著提示”义务，但实践中对“显著”的认定标准存在显著分歧。首先，电子化呈现方式的技术差异导致司法裁判尺度不一[4]。例如，部分法院认为弹窗提示或加粗字体即满足“显著”要求(如北京某网购纠纷案)，而另一些判决则要求必须设置强制阅读时长或逐项勾选确认(如杭州互联网法院 2021 年典型案例)。其次，提示形式缺乏细化规则，超链接跳转、折叠文本等技术手段常被滥用。例如，某平台将“争议解决条款”隐藏于三级子页面，字体颜色与背景趋同，消费者极易忽略，但法院对“隐蔽性”的认定因法官认知差异而结论不同[5]。此外，智能终端适配问题加剧标准模糊性：同一条款在 PC 端以醒目方式展示，但在移动端可能因屏幕尺寸限制被压缩，导致“显著提示”的履行效果参差不齐。

(二)、公平性判断的主观性过强

格式条款的公平性审查依赖法官自由裁量，但《民法典》第 497 条中“不合理地免除或减轻其责任、加重对方责任、限制对方主要权利”的表述过于抽象，导致裁判结果不确定性突出。一方面，同类条款在不同案件中可能被作出相反认定[6]。例如，电商平台“限时退货需扣除包装费”条款，上海某法院认为属于合理成本分担，而广东某法院则认定构成减轻平台责任；另一方面，技术性条款的公平性判断难度升级。例如，算法动态生成的“个性化免责条款”(如根据用户信用评分调整售后服务范围)，法官因缺乏技术审查能力，多依赖平台解释，实质公平难以保障。此外，消费者缔约地位弱势的量化标准缺失，法官对“实质性权利限制”的认定易受个人价值倾向影响。例如，某平台“单方修改条款无需通知用户”被部分法官视为行业惯例而有效，另一些则因剥夺消费者知情权而无效[7]。

(三)、消费者权利保护存在困境

1. 知情权受损：技术性弱化与信息过载

电子商务格式条款的呈现方式与内容设计严重制约消费者知情权的实现。平台常通过超链接跳转、折叠文本、浅色小字体等技术手段隐藏核心条款。例如，某跨境电商将“跨境商品不退换”条款嵌入三级子页面，且未以弹窗提示，消费者在快速下单流程中极易忽略。根据《电子商务法》第 33 条，平台需以“显著方式”提示与消费者重大利害关系的条款，但实践中“显著”标准缺乏量化规则(如字体大小、停留时长)，导致条款提示流于形式。此外，电子商务合同往往包含冗长的法律术语与技术性内容(如数据跨境传输规则)，普通消费者难以理解[8]。例如，某社交平台用户协议长达 2 万字，涉及数据共享的条款混杂于“隐私政策”与“服务条款”中，且使用专业术语(如“去标识化处理”)，实质上形成“知情权壁垒”。研究表明，超过 80% 的用户未完整阅读条款即点击同意，知情权沦为程序性摆设。

2. 选择权虚化：形式自由与实质强制

“点击即同意”的缔约模式使消费者选择权被架空，陷入“伪意思自治”困境。消费者仅在“接受全部条款”与“放弃交易”之间二选一，无法就具体条款协商修改。例如，某外卖平台要求用户必须同意“配送延误不赔偿”条款方可使用服务，而骑手配送超时率高达 15%，消费者权益受损却无法主张。这种强制性选择违反《消费者权益保护法》第 26 条“不得设定不公平、不合理交易条件”的规定，但司法实践中常以“行业惯例”为由默认其效力。

另外部分平台通过算法推荐与界面设计诱导用户快速同意条款。某购物 APP 将“同意”按钮设计为醒目的绿色并置于屏幕中心，而“拒绝”选项以灰色小字置于角落，利用行为经济学中的“默认效应”操纵用户选择。更有平台将条款同意与核心功能绑定(如不同意数据收集条款则无法使用搜索功能)，构成实质上的要挟缔约[9]。

3. 消费者司法救济的局限性

电子商务格式条款的司法救济实践中,消费者常因证据能力不足陷入被动。格式条款的电子化特性使举证依赖技术存证,但消费者往往缺乏保存缔约过程完整证据链的能力。例如,平台可能通过后台修改条款内容(如调整退换货规则),而消费者仅能提供截图或碎片化缓存信息,难以证明缔约时条款的原始状态。尽管《电子签名法》认可数据电文证据效力,但平台常以“系统自动更新”为由否认篡改,消费者因技术弱势无法有效抗辩。对于智能化条款(如动态定价规则),消费者需证明算法决策的不公平性,但算法逻辑与训练数据通常被平台以商业秘密为由封存。根据《民事诉讼法》“谁主张谁举证”原则,消费者需自证受损与条款间的因果关系,而算法不透明性实质阻却了举证可能性。即便法院依职权调取,法官亦可能因技术认知局限难以审查算法合规性,导致实质性救济落空。

4. 电子商务格式条款的规制路径

(一)、制定特别法完善立法规制

我国对格式条款的规定分散于《民法典》《消费者权益保护法》《电子商务法》等多部法律,缺乏统一标准。例如,《民法典》第 496~498 条虽规定了格式条款的提示义务与效力认定规则,但未针对电子商务场景中的技术特性作出回应,例如动态条款、算法生成条款等。制定格式条款特别法,从立法角度对现有规制法律进行整合,填补立法空白,明确电子格式条款的适用范围、效力标准及技术合规要求。针对电子商务格式条款常通过算法推荐、超链接跳转等技术手段呈现,传统法律框架难以应对的问题,特别法可设立专章规范技术性条款,要求平台披露算法逻辑,强制智能合约保留人工干预接口。在消费者权益保护方面,特别法可突破传统合同自由原则,赋予消费者个别条款异议权,允许在不影响合同整体效力的前提下,对特殊条款提出无效主张,同时引入冷静期制度,赋予消费者在特定期限内撤回对重大条款的同意[10]。

(二)、行政监管的强化

1、建立格式条款备案审查平台

备案审查平台旨在对电子商务格式条款进行事前审查与动态监管,通过集中化、数字化的管理机制,防范不公平条款的滥用。例如,安徽省市场监管局在专项行动中,要求电商平台对格式条款开展自查自清,并组织专家分析条款合法性,推动问题条款整改。备案平台可实现条款的线上提交、智能筛查与合规性评估,降低监管成本,提升审查效率。备案平台可集成区块链存证、人工智能审查等技术,确保条款修改可追溯、内容可验证。例如,重庆市开发的“规范性文件融 e 查”应用,通过智能辅助审查功能对文件合法性进行实时监测,并建立“三色标”预警机制,实现条款全生命周期管理。此外,平台可对接省级法规数据库(如四川省建立的规范性文件数据库),自动比对条款与现行法律的冲突点,提升审查精准度。

2、推行标准化公平条款示范文本

标准化示范文本以《标准化法》为支撑,通过明确权利义务边界,减少条款模糊性。例如,《标准化法》要求制定标准需“广泛征求意见”“保证科学性”,为示范文本的制定提供了法律框架。示范文本可覆盖常见场景(如退货规则、争议解决),引导企业参照合规模板拟定条款,从源头减少纠纷。针对不同行业特点制定差异化示范文本。例如,万州区市场监管局在汽车销售、住宅装修等领域推广《汽车买卖合同示范文本》《住宅装饰装修合同示范文本》,明确禁止单方免责条款,并要求企业参照执行。同时,结合技术发展动态更新内容,如将算法推荐条款的透明度要求、跨境交易法律适用规则纳入新版文本。

(三)、司法实践的优化

1. 构建“类型化 + 场景化”审查标准

针对电子商务格式条款效力认定标准模糊的问题,需通过“类型化 + 场景化”审查框架提升司法裁

判的精准性。首先,根据条款性质进行类型化分类:将涉及消费者核心权益的条款(如退换货规则、争议解决条款)纳入“严格审查”范畴,要求平台履行更高标准的提示义务;对技术性条款(如数据使用规则)则需结合《个人信息保护法》审查其必要性。其次,基于交易场景差异化审查:在B2C场景中强化消费者倾斜保护,要求平台对“单方修改权”等条款进行二次确认;在跨境电商场景中,重点审查法律适用条款是否规避国内强制性规定。例如,针对“智能合约”自动执行条款,需引入技术专家评估算法逻辑的公平性,防止代码霸权损害消费者知情权。最高人民法院可通过发布典型案例,明确“滚动条款”“超链接条款”在不同场景下的效力认定规则,统一司法尺度。

2. 探索举证责任倒置规则

现行“谁主张谁举证”规则在技术性纠纷中加剧消费者弱势地位,需构建阶梯式举证责任倒置机制。对于涉及算法决策、数据抓取等技术性条款(如动态定价规则),应由平台证明其条款生成逻辑的合规性及公平性,包括提供算法训练数据、决策模型等关键证据。具体而言:若消费者主张条款存在“显失公平”,平台需自证其提示方式符合《民法典》第496条的“显著”要求(如弹窗停留时长、字体对比度等技术参数),并证明条款内容未超出合理预期;若涉及跨境法律适用条款,平台应举证证明其未规避国内消费者保护强制性规定。同时,可借鉴欧盟《数字服务法》经验,规定平台无正当理由拒不提供技术证据时,直接推定条款无效。此举既能破解消费者举证困境,又可倒逼平台规范条款设计,实现实质正义与程序效率的平衡。

5. 结语

本研究通过系统分析电子商务格式条款的效力认定困境与规制路径,揭示其在技术赋权与权利失衡交织下的复杂样态。随着大数据时代的到来,格式条款的电子化呈现与算法生成机制加剧了消费者知情权与选择权的虚化,而现行法律框架在提示义务标准、公平性审查及跨境协调等方面存在显著滞后。对此,需通过“法律+技术”的复合规制路径,以《格式条款特别法》整合分散规则,借助区块链存证、智能审查等技术工具强化行政监管效能。在司法实践中,“类型化+场景化”审查标准与举证责任倒置规则的协同运用,有效破解消费者举证困境,实现裁判标准的统一性与适应性。

参考文献

- [1] 吴文媛. 电子商务合同法律问题探析[J]. 生产力研究, 2008(10): 66-67.
- [2] 胡志鑫. 浅议电子商务格式合同中的霸王条款[J]. 商场现代化, 2006(28): 102.
- [3] 范晓宇. 电子商务中消费者权益保护的若干问题[J]. 兰州大学学报, 2003(5): 106-112.
- [4] 朱遂斌, 陈源源. 电子商务合同成立的法律问题[J]. 政法论坛, 1999(4): 50-56.
- [5] 吴双. 论电子商务合同格式条款的法律配置: 问题、进路与方法[J]. 东北大学学报(社会科学版), 2022, 24(5): 96-103+128.
- [6] 王红霞, 孙寒宁. 电子商务平台单方变更合同的法律规制——兼论《电子商务法》第34条之局限[J]. 湖南大学学报(社会科学版), 2019, 33(1): 137-144.
- [7] 郭小燕. 我国电子商务中消费者权益保护问题的思考[J]. 商场现代化, 2006(26): 163.
- [8] 肖光亮. 电子商务中格式条款的认定及其效力——析上海诺盛律师事务所诉上海圆迈贸易有限公司买卖合同纠纷案[J]. 法律适用, 2011(10): 113-115.
- [9] 孟强. 合同格式条款效力的法律控制——以《民法典》合同编及其司法解释为中心[J]. 广东社会科学, 2024(1): 243-260.
- [10] 夏庆锋. 在线订立格式条款的效力分析[J]. 环球法律评论, 2023, 45(3): 43-58.