

# 盲盒电商“支付即合同成立”条款的合法性研究

邓欣雨

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年7月28日; 录用日期: 2025年8月7日; 发布日期: 2025年9月3日

## 摘要

盲盒经济的快速发展伴随新型消费纠纷, 其中“支付即合同成立”条款的法律效力引发学界争议。本研究基于我国《电子商务法》《民法典》及《消费者权益保护法》相关规定, 对盲盒电商交易中格式条款效力、电子合同成立时间认定及消费者退款权边界进行系统性分析。本文认为, 该条款的合法性需经程序正当性与内容公平性双重审查, 其效力认定存在格式条款订入规则与内容控制的冲突; 电子合同成立时间在《民法典》与《电子商务法》间存在规则竞合, 电商平台经营者适用“提交订单成功时合同成立”的强制性规定, 非电商主体可约定但需保障合意真实性; 盲盒商品随机性不构成排除法定退款权的绝对理由, 需区分主观风险与经营者客观违约行为。建议通过细化射幸合同规则、强化经营者信息披露义务及完善支付确认程序, 构建经营者效率与消费者权益的平衡机制。未来立法应重点关注新兴消费模式的特殊性, 建立分级分类监管体系, 以实现商业模式创新与消费者保护的动态平衡。

## 关键词

盲盒电商, 格式条款, 合同成立时间, 消费者退款权

## Research on the Legality of “Payment as Contract Formation” Clause in Blind Box E-Commerce

Xinyu Deng

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 28<sup>th</sup>, 2025; accepted: Aug. 7<sup>th</sup>, 2025; published: Sep. 3<sup>rd</sup>, 2025

## Abstract

The rapid development of the blind box economy has been accompanied by new consumer disputes,

with the legal validity of the “payment as contract formation” clause sparking academic debates. This study systematically analyzes the effectiveness of standard terms in blind box e-commerce transactions, determination of electronic contract formation time, and boundaries of consumers’ refund rights based on China’s E-Commerce Law, Civil Code, and Consumer Rights Protection Law. The paper argues that the clause’s legality requires dual review of procedural propriety and content fairness, as its validity recognition conflicts with rules governing standard term incorporation and content control. There exists a regulatory overlap between the Civil Code and E-Commerce Law regarding electronic contract formation time. While e-commerce platforms may apply mandatory provisions like “contract formation upon successful order submission”, non-e-commerce entities can agree to such terms provided they ensure genuine mutual consent. The randomness of blind box products does not automatically negate statutory refund rights, requiring differentiation between subjective risks and operators’ objective breaches. Recommendations include refining speculative contract rules, strengthening operators’ disclosure obligations, and improving payment confirmation procedures to establish a balance between operator efficiency and consumer rights. Future legislation should prioritize addressing the uniqueness of emerging consumption models through tiered regulatory frameworks, achieving dynamic equilibrium between business innovation and consumer protection.

## Keywords

Blind Box E-Commerce, Standard Terms, Time of Contract Formation, Consumer Refund Right

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

近年来，盲盒经济在中国消费市场迅速崛起，其独特的“射幸性”体验吸引了大量年轻消费者。然而，在这一商业模式快速发展的同时，相关法律问题也逐渐显现，尤其是消费者退款权与经营者格式条款之间的冲突日益突出。

许多盲盒电商平台在支付环节设置“支付即合同成立，商品一经售出概不退换”等格式条款，并通过“默认勾选”等技术手段使消费者被动接受。此类操作不仅限制了《消费者权益保护法》赋予消费者的“七日无理由退货权”，还可能违反《电子商务法》第四十九条关于格式条款无效的规定。

本文的核心研究问题是：盲盒电商通过“默认勾选”方式使消费者接受“支付后不退不换”条款，是否构成无效格式条款。围绕这一问题，本文将从格式条款的效力认定、电子合同成立时间的法律冲突以及消费者退款权的法定基础三个维度展开分析，并结合司法实践与监管要求，探讨此类条款的合法性边界及合规优化路径，以期平衡商业模式创新与消费者权益保护提供理论参考。

## 2. 理论基础与法律规范

盲盒电商“支付即合同成立”条款的合法性争议，本质上是格式条款规制规则、电子合同成立制度与消费者特殊保护原则在新型消费场景中的冲突与调和问题，需通过《民法典》《电子商务法》及《消费者权益保护法》构建的复合法律框架进行系统性审查。

### 2.1. 格式条款的双重控制理论

现代合同法对格式条款的规制普遍采用程序控制(订入规则)与内容控制(效力规则)双重标准<sup>[1]</sup>。我国

《民法典》第四百九十六条明确格式条款提供方需履行“合理提示及说明义务”，否则相对方可主张条款未订入合同，旨在保障缔约过程的程序公平。例如，条款的呈现方式、用户操作路径设计的透明度等均可能影响其有效性。同时，《民法典》第四百九十七条进一步规定，格式条款若存在“不合理免除或减轻己方责任、加重对方责任、限制或排除对方主要权利”等情形，可直接归于无效，体现了立法对条款实质公平性的底线要求。这一规则在《消费者权益保护法》第二十六条中得以强化，特别禁止经营者以格式条款排除消费者的法定权利，构成对消费者的倾斜保护机制。在盲盒交易中，“支付即合同成立”常与“不支持退换”条款绑定，其是否构成对消费者知情权、选择权及救济权的排除，需置于上述双重控制框架下检验。

## 2.2. 电子合同成立时间的法律冲突

电子合同成立时间的认定存在传统合同法与电子商务特别规则之间的差异。根据《民法典》第四百七十一条，合同成立需以要约与承诺的意思表示一致为要件，在传统交易中，支付行为通常被视为合同成立后的履约行为。然而，《电子商务法》第四十九条第一款确立“提交订单成功时合同成立”的规则，其第二款更是明确禁止经营者以格式条款排除“支付价款后合同成立”的效力，这实质上是将支付行为提升为合同成立的关键节点[2][3]。这一冲突导致司法实践中对“支付即成立”条款的效力认定分歧：部分判决以传统合同法否定其效力，而另一些判决则基于电子商务的特殊性予以认可。究其本质，争议源于对支付行为法律性质的不同解读——若将其视为承诺，则条款合法；若视为履约，则需审查格式条款是否不当排除消费者权利。

## 2.3. 消费者退款权的法定基础

消费者的退款权主要基于《消费者权益保护法》第二十五条规定的“七日无理由退货”制度，以及《民法典》中的合同解除权。然而，盲盒商品的随机性使其是否适用无理由退货存在争议。部分经营者主张，盲盒属于“射幸合同”，消费者购买的是“抽选机会”而非具体商品，因此不适用无理由退货[4]。但这一观点并未得到法律明确支持。相反，若经营者未充分披露商品概率或商品存在瑕疵，消费者仍可依据《消费者权益保护法》主张退款。此外，最高人民法院《关于审理预付式消费民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》规定，若因经营者原因导致合同无法履行，消费者有权解除合同并要求退款。这表明，即便在特殊消费模式下，消费者的基本退款权仍受法律保护，经营者不得通过格式条款单方面剥夺。

综上，盲盒电商“支付即合同成立”条款的合法性需结合格式条款的公平性、合同成立时间的法律规则及消费者退款权的法定保障综合判断。当前司法实践倾向于严格审查电商格式条款，防止经营者利用技术优势侵害消费者权益。未来，立法与监管可进一步细化盲盒等新兴消费模式的规则，以平衡经营者效率与消费者保护。

# 3. “支付即合同成立”条款的合法性争议与问题分析

## 3.1. 格式条款的程序与内容双重审查

“支付即合同成立”条款的效力认定面临程序正当性与内容公平性的双重审查困境，实践中经营者常因未能充分履行提示义务或不当排除消费者核心权利而引发条款无效风险。在程序层面，《民法典》第四百九十六条要求格式条款提供方采取合理方式提示说明，以保障相对方的知情同意权，但盲盒电商的实际操作往往难以满足该标准。典型情形包括：利用“默认勾选”技术使消费者被动接受条款、将关键免责内容置于冗长协议末尾、采用浅色小字或非弹窗式弱提示等设计，此类做法可能导致消费者在未充分认知的情况下作出意思表示[5]。在内容层面，《民法典》第四百九十七条及《消费者权益保护法》

第二十六条明确禁止格式条款“不合理地免除经营者责任、加重消费者责任或排除消费者主要权利”。在张某诉某文化创意有限公司信息网络买卖合同纠纷案<sup>1</sup>中,经营者以格式条款声明“盲盒支付成功即视为合同履行完毕,任何情况不退”,法院认定该条款概括性排除法定退货权及瑕疵担保责任,违反公平原则,依据《消费者权益保护法》第二十六条应属无效。需强调的是,即便条款经充分提示,若其内容实质剥夺消费者救济渠道(如全包盲盒拒退、概率欺诈不赔),仍可能触发内容控制规则。双重审查的冲突点在于:程序合规性侧重形式合意(如点击确认为行为),而内容审查要求实质公平(如权利平衡),二者在盲盒交易中常因经营者效率追求与消费者信息弱势产生差异。因此,条款效力需结合具体情境综合判断,既需考察提示方式的技术合理性,亦需验证权利排除的实质正当性。

### 3.2. 电子合同成立时间的规则冲突与合意真实性挑战

电子合同成立时间的规则冲突与合意真实性挑战,核心在于立法衔接不足与技术环境对缔约合意的双重影响。一方面,《电子商务法》第四十九条第二款禁止电商平台通过格式条款约定“支付价款后合同不成立”,而《民法典》第四百九十一条第二款在吸纳该法第四十九条第一款的同时未明确保留该限制,引发新旧法适用争议。部分学者主张《民法典》通过格式条款规制体系间接吸收电商法精神,允许经显著提示的“发货成立”条款有效[6];相反观点则认为应遵循特别法优先原则,电商经营者仍受第四十九条第二款约束[2]。另一方面,网络合同的虚拟性与技术性削弱了合意真实性。格式条款的隐匿性(如超链接跳转、冗长文本)及动态变更机制[7],导致消费者在信息不对称环境下难以实质理解条款内容,传统“签名即同意”模式流于形式化,使缔约合意面临真实性危机。这种冲突与挑战亟待通过立法明确规则衔接路径,并强化格式条款的透明披露与合意程序保障。

### 3.3. 消费者退款权的边界争议: 随机性风险与经营者责任的区分困境

射幸性特征不构成免除经营者责任的当然依据,消费者退款权的边界争议本质在于盲盒商品随机风险自担原则与经营者信息披露及质量保证义务的法律平衡问题。

在现行法律框架下,《消费者权益保护法》第二十五条确立的七日无理由退货权未明确排除“具有随机性特征”的商品类型,但司法实践倾向于将“商品完好”作为行权要件。这种倾向引发了两大争议焦点:其一,随机性风险的归属原则。消费者支付的溢价部分通常包含随机结果所带来的期待利益,若经营者已充分履行关键信息披露义务(如隐藏款抽取概率、商品库范围),则消费者因未获得理想款式而主张退货可能构成对射幸合同对价关系的单方否定。其二,经营者责任的行为边界。当争议涉及商品质量瑕疵、欺诈性宣传(如虚构中奖概率)或关键信息隐匿(如隐瞒特定款式缺货)时,经营者不得以随机性为由抗辩免责[8]。其法理基础在于:盲盒的射幸特征仅影响交易内容的不确定性分配,但未免除经营者对商品基础属性(质量、真实性)及信息披露的法定保证义务。因此,退款权的合法性困境实为三重张力下的规范适用问题:一是射幸合同的对价平衡性与消费者反悔权的冲突;二是经营者信息披露深度与消费者认知局限性的落差;三是包装完好性标准在盲盒场景中的解释弹性(如拆封行为是否必然导致商品价值贬损)。最终解决路径需回归《民法典》第四百九十七条的比例原则,在保障消费者核心救济权的同时,承认随机性商业模式下的风险分配机制。

## 4. 优化路径与制度构建: 经营者效率与消费者权益的平衡

### 4.1. 规范格式条款的制定与使用

格式条款的制定与使用应有所规范,其核心路径在于通过程序透明化与内容公平性审查的双重规制,

<sup>1</sup>北京互联网法院民事判决书,(2023)京0491民初20492号。

实现经营者效率需求与消费者权益保障的动态平衡。现行法律框架下,《民法典》第四百九十六条要求经营者对免除或限制责任的条款履行显著提示义务,但实践中需进一步细化操作标准:一方面,程序透明化需超越形式合规(如字体加粗),探索关键条款的强制弹窗机制(如支付前独立弹窗展示退款规则)及阅读倒计时设计,避免消费者因界面跳转而忽略核心内容;另一方面,内容公平性审查应依据《民法典》第四百九十七条建立类型化排除清单,例如明确禁止经营者通过格式条款概括性排除法定退货权或瑕疵担保责任,但允许在保障消费者知情权前提下设定合理限制(如盲盒拆封后因商品特性导致价值贬损时,可约定有条件退款)。此外,技术层面可借鉴金融消费领域的双录模式(录音录像),对核心条款的提示过程进行存证。同时,监管机构需建立格式条款动态备案库,通过算法筛查高风险表述(如“任何情况不退”),并联动司法裁判形成负面案例指引。最终目标是通过程序刚性约束与内容弹性审查的结合,在降低缔约成本的同时防范权利失衡风险。

#### 4.2. 化解合同成立时间冲突与保障合意真实

化解合同成立时间冲突与保障合意真实要求通过主体差异化适用规则与技术流程重构,在尊重商事效率的前提下补强缔约合意实质真实性。对于电商平台经营者,《电子商务法》第四十九条第二款禁止性规定具有强制效力,应严格适用“提交订单成功时合同成立”规则,平台单方设置的“支付后合同成立”条款因违反该法定要求而无效。对于非平台经营者,《民法典》第四百九十一条第二款允许约定合同成立时间,但需建立双重保障机制:其一,约定效力阻却条件,要求经营者就“支付即成立”条款履行《最高人民法院关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定(一)》第一条规定的“特殊显著提示义务”(如支付页独立弹窗红色警示);其二,强制设置技术确认环节,在支付操作前嵌入包含商品关键信息(盲盒概率规则、退款条件)的强制阅读停留页面,并需消费者主动勾选“已知悉条款内容”后方可跳转支付。该方案在立法冲突框架下实现了价值平衡:既保留非平台经营者的缔约自治空间,又以技术刚性约束防范合意缺失风险。

#### 4.3. 构建清晰合理的消费者退款权行权边界

构建盲盒退款权的合理边界需兼顾随机性体验与消费者保护,通过类型化规则实现利益平衡。其核心在于厘清随机性风险与经营者责任的界限,避免因商业模式特殊性架空法定权利。

在盲盒交易场景中,七日无理由退货权的适用宜以商品物理状态的完整性(如外包装未拆封、标签完好)为客观判断基准,而非以商品随机性特征作为权利排除依据。具体需建立三层行权规则:其一,对于未拆封盲盒,原则上承认消费者无理由退货权,但经营者可约定退货需承担合理物流成本;其二,对于已拆封盲盒,因开封行为可能导致商品价值贬损或影响二次销售,可允许经营者设置有限制的退款机制(如扣除必要损耗比例),但需显著提示开封后果且不得排除质量瑕疵救济权;其三,区分随机性风险与经营者违约行为——消费者对主观结果失望(如未抽中隐藏款)的风险应自行承担,而经营者未披露关键信息(如隐瞒特定款式缺货)、提供瑕疵商品或实施欺诈性宣传时,消费者则能够主张全额退款及惩罚性赔偿。同时,宜探索全包式盲盒的特殊规则,因其交易实质趋近于普通买卖合同,应强制适用无理由退货制度。最终行权边界的划定需依托技术性辅助标准(如区块链存证拆封状态)与举证责任合理分配(经营者对商品完好的主张负举证责任),在避免权利滥用与维持业态创新间寻求相对合理的平衡点。

### 5. 结论

盲盒电商“支付即合同成立”条款的合法性需经三重审查:格式条款上,须满足显著提示义务及内容公平性,排除消费者核心权利则无效;合同成立时间上,电商平台经营者因《电子商务法》第四十九

条优先适用而不得约定支付后成立,非电商主体可约定但需保障合意真实性(如支付确认步骤);退款权边界上,盲盒随机性不当然排除法定退货权,需区分主观风险(未拆封商品适用七日无理由退货)与客观违约(概率欺诈、货不对板可解除合同)。未来应通过细化射幸合同规则、强化经营者举证责任及技术程序优化,实现商业模式创新与消费者权益保护的平衡。

### 参考文献

- [1] 赵童. 论格式条款的订入控制与效力控制——以《合同编通则司法解释》第9条、第10条为中心[J]. 法学杂志, 2024, 45(6): 52-71.
- [2] 葛智慧, 屈茂辉. 电子合同成立时间研讨——以《民法典》第491条第2款与《电子商务法》第49条为中心[J]. 时代法学, 2022, 20(5): 42-51.
- [3] 范宏敏. 论电子商务合同成立的时点[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林大学, 2022.
- [4] 李军. 盲盒营销模式中消费者权益保护研究[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 南昌大学, 2024.
- [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] 石冠彬. 论民法典网购合同成立时间规则的适用[J]. 东方法学, 2022(3): 160-172.
- [7] 吕冰心. 论网络格式合同条款的特性与规制[J]. 法学杂志, 2022, 43(3): 132-148.
- [8] 叶晓丹, 朱倩青. 盲盒销售的法律规制困境与出路探寻[J]. 北京邮电大学学报(社会科学版), 2022, 24(5): 26-31.