

# 电子商务格式条款的透明度困境 及其法律规制路径

李紫萱

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2025年8月6日; 录用日期: 2025年8月18日; 发布日期: 2025年9月3日

## 摘要

电子商务格式条款的透明度缺失已成为制约行业健康发展的关键问题, 集中体现为信息可及性不足、可读性障碍及合意机制形式化三大困境。条款深藏、冗长文本与默示更新机制阻碍用户获取关键信息; 专业术语泛滥、逻辑失序及模糊表述加剧理解难度; “全有或全无”模式与算法个性化条款则虚化用户真实意思表示。对此, 需构建三重规制体系: 通过核心条款强制提示、多媒介动态通知及分层摘要革新程序保障; 开展实质性公平审查与关键条款备案制形成立体治理格局; 建立“黑灰名单”效力控制强化内容审查。

## 关键词

电子商务格式条款, 透明度困境, 法律规制

# The Transparency Dilemma of E-Commerce Standard Terms and Its Legal Regulation Path

Zixuan Li

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: Aug. 6<sup>th</sup>, 2025; accepted: Aug. 18<sup>th</sup>, 2025; published: Sep. 3<sup>rd</sup>, 2025

## Abstract

The lack of transparency of e-commerce standard clauses has become a key problem restricting the healthy development of the industry, which is reflected in the three major dilemmas of insufficient information accessibility, readability obstacles and formalization of consensus mechanisms. Hidden

clauses, lengthy text, and implicit update mechanisms hinder users' access to critical information; the proliferation of professional terms, logical disorder and ambiguous expressions exacerbate the difficulty of understanding; the "all or nothing" model and algorithmic personalized clauses blur the user's true intention. In this regard, it is necessary to build a three-fold regulatory system: through mandatory prompting of core clauses, multi-media dynamic notifications and hierarchical summary innovation procedure guarantees; carry out substantive fairness review and key clause filing system to form a three-dimensional governance pattern; establish a "black and gray list" effectiveness control and strengthen content review.

## Keywords

E-Commerce Standard Terms, Transparency Dilemma, 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

随着电子商务的蓬勃发展，人们的交易模式也随之革新。电子合同中的格式条款作为电商交易的基石，其透明度缺失问题日益凸显，严重制约着行业的健康发展。实践中，此类问题集中表现为：用户难以获取关键条款，如条款深藏、文本冗长、动态更新的默示变更机制；理解条款内容存在障碍，如专业术语泛滥、逻辑结构混乱、语言表述含糊；以及“同意”行为被严重形式化，如“全有或全无”捆绑、“点击即同意”的机械操作及算法个性化条款的隐蔽性。这些问题共同导致用户知情权、选择权与公平交易权被实质侵蚀，格式条款沦为平台单方赋权、规避责任的工具，构成影响电商生态公平性的核心困境。本文旨在明晰电子商务格式条款及其透明度的核心概念，深入剖析其透明度缺失的多维表现及深层根源，并运用规范分析和比较研究等方法，系统探讨破解困境的针对性法律规制路径，为平衡平台效率与用户权益、优化电商合同治理提供理论参考。

## 2. 核心概念界定：电子商务格式条款及其透明度

### 2.1. 电子商务格式条款的概念厘定

电子商务格式条款即消费者进行网络消费时，在线上远程订立的由网络商家单方、预先拟定的合同条款，如用户协议、隐私协议、交易规则等。其本质属于《民法典》所规范的格式条款范畴，具有预先拟定、重复使用、未与对方协商的法律属性。最常见的情况是，经由计算机程序的设计，消费者必须以鼠标按下同意键后才可以进行交易的下一步程序。而许多网络商家会附带声明，一旦消费者按下鼠标，即视为消费者同意网络商家的条件，这种就是典型的网络格式合同。

电子商务格式条款的核心特点在于其单方主导性、不可协商性、广泛适用性。它是由电商平台提前拟定的，广泛适用于电商交易中，并且具有极强的动态更新性和算法个性化倾向。使用格式条款能够节约成本、提高效率，但在一定程度上侵害了用户的意思自治空间，其天然蕴含限制用户权利以及减轻平台责任的风险，而透明度是制约此类风险的关键阀门。

### 2.2. 电子商务格式条款透明度的内涵解析

电子商务条款的透明度是指格式条款应当以清晰易懂的方式呈现给用户，确保用户在缔约前能够知

晓、理解并出于内心真意地作出同意。

透明度具有多维度的要求，首先是可及性，要求格式条款易于获取，格式条款应当处于显著的位置，获取的路径应当便捷。其次是可读性，格式条款的语言应当通俗易懂、结构清晰、重点突出，便于用户理解。再次是合意性，要求用户的“同意”行为应建立在对条款核心内容有基本认知的基础上，是基于用户的真实意思表示，而非被迫或盲目操作[1]。最后是动态透明度，当条款发生变更时，应当以有效的方式通知用户，并再次获得有效同意，尤其是对条款发生对用户不利的变更时。

电子商务格式条款的透明度具有重要的法律价值，是知情同意原则的基础，是民法典中公平原则与诚实信用原则在格式条款规制中的具体体现，是用户行使其选择权的前提。数字环境下，“点击即同意”的缔约模式极易导致合意形式化，侵蚀契约自由的实质。透明度要求是保障用户在缔约过程中程序性参与和自主决策权的核心要素，构成了数字时代实现契约“程序正义”的基石。缺乏实质透明的合意机制，难以满足合同正当性的基本要求。

### 3. 电子商务格式条款透明度困境的多维剖析

电子商务格式条款的透明度困境是指电子商务中，经营者提供的格式条款在信息传递和用户理解层面存在系统性障碍，导致用户无法真正知晓、理解条款内容及其后果，从而无法做出真实、理性的同意，这本质上是信息不对称和认知障碍的叠加。

#### 3.1. 信息可及性困境：用户难以获取格式条款

##### 3.1.1. 信息隐匿性：格式条款的深藏不露

在日常购物中，电子商务的格式条款常置于不显眼的位置，如用户协议的链接放置在网页或者 APP 多层链接底部，在交易的过程中被刻意弱化，如使用小字体、低对比度、默认折叠。格式条款的深藏不露使得用户需要主动寻找，极其容易被忽略，例如，某案中引发争议的关键条款(涉及用户关系处理)被置于某平台《隐私政策》的次级目录，用户在注册时并未被明确告知其存在与含义；再如，某公司的服务条款位于协议第 4 页(共 12 页)，用户需点击 3 级菜单才能查看到，大大限制了用户对条款的阅读。

格式条款篇幅冗长是国内外电商平台的普遍现象，国内部分平台条款文本逾万字，而如美国沃尔玛的隐私协议合计亦高达约一万四千英文单词。庞杂的文本构成天然屏障，将关涉用户重大权益的关键条款深埋其中。用户面对海量信息，不仅难以通篇阅读，更难以有效定位和识别这些核心条款，实质上形成了条款的隐匿状态，严重阻碍了用户知情权的实现[2]。司法实践已表明，此类信息隐匿是导致用户权益受损的关键因素之一。

##### 3.1.2. 动态更新的默示变更机制

电子商务平台普遍保留单方修改格式条款的权利，问题在于其变更通知机制常流于形式，尤其是涉及对用户不利条款的修改，如增加服务费、扩大免责范围、限制用户权利。平台往往仅通过网站公告栏更新、发送普通邮件等“弱通知”方式进行告知[3]。例如，在某案中，平台对自动续费规则的修改既未主动有效通知用户，也未在关键操作环节对变更后的核心条款进行显著提示。甚至某些平台直接在条款中植入“继续使用即视为同意”或类似默示同意条款。

这种“默示变更机制”构成对用户知情权和同意权的严重侵蚀，“弱通知”方式难以确保用户实际知悉变更的存在及具体内容，用户缺乏主动、定期查阅冗长条款的习惯。将用户的“继续使用”行为机械地推定为对新条款的同意，完全剥夺了用户自主选择的机会，违背了合同变更需经合意的基本原则。其直接后果是，用户可能在毫不知情情况下，受到对其不利的新条款的法律约束，如某案中用户在未使用服务时仍被自动扣费，这大大增加了用户的法律风险，并给用户在纠纷发生时维权制造了障碍，用户

需要证明自己不知情。这种机制实质上赋予了平台单方面、不受制约地变更合同权利义务的不当权力。

## 3.2. 信息可读性困境：格式条款难以理解

### 3.2.1. 文本冗余、语言模糊性引发的认知超载

电子商务领域广泛使用的格式合同，普遍存在内容体量过大的问题，篇幅长达数万字。其冗长特性不仅在于字数众多，更表现为条文内部存在大量重复叙述以及充斥着艰深的法律表述或技术词汇。普通消费者通常不具备相关领域的专业知识背景，解读这类条款时遭遇双重挑战：第一是信息处理压力巨大，超量的文本信息极易超出普通个体短期记忆负荷上限，造成认知能力不堪重负。第二理解难度陡增，高度专业化的表述无形中设置了理解障碍，使用者难以透过复杂语言准确理解条款蕴含的法律实质。其直接后果是引发严重的“认知超载”。用户在有限的时间、精力及认知能力下，面对浩如烟海且晦涩难懂的文本，往往陷入“读不懂、记不住、理不清”的困境，这极大挫伤了用户阅读意愿，使得用户最终放弃阅读[4]。

电子商务平台在拟定格式条款时，惯常采用模糊、笼统或高度抽象的表述方式，典型表现为高频使用“可能”、“相关”、“根据情况”等不确定性措辞[5]。此类表述抬升了条款的理解门槛，远超普通用户的认知能力范围。其根本意图为利用语义的模糊性预留弹性解释空间，一方面规避对经营者自身责任的清晰界定与承诺，另一方面则为平台单方面保留不受约束的宽泛解释权，实现赋权于己。语言模糊性被精心构筑为一道隔绝普通用户的专业壁垒，妨害用户知情权的有效实现，致使“知情同意”这一合同法的基本原则在实践中落空。

### 3.2.2. 结构性缺陷导致的条款逻辑失序

许多电子商务平台的格式条款文本存在编排无序与逻辑混乱问题，具体表现为：条款整体缺乏系统性的组织架构，既无清晰的目录导航，也缺少必要的索引工具。有关平台免责声明、单方修改权条款、争议解决方式等核心权利义务条款往往被随意散布于冗长文本的不同位置，未能依据重要性进行合理归类。

这种结构上的缺陷直接导致了文本内在逻辑链条的失序。用户阅读时，难以迅速定位关切内容，更无法有效梳理条款之间的关联性。信息呈现的碎片化与跳跃性，严重阻碍了用户对合同整体权利义务框架的系统性把握。即便用户具备阅读意愿并付出努力，也极易迷失在杂乱无章的条文中，无法形成对交易风险、自身责任边界及平台义务范围的清晰认知。结构性混乱不仅加剧了用户的理解负担，更从形式上破坏了合同的透明度，使得格式条款本应具备的“预先告知”功能形同虚设。

## 3.3. 形式化“同意”困境：用户被迫接受格式条款

### 3.3.1. “全有或全无”困境：合意机制的实质性缺失

用户访问网络平台进行交易时，往往被要求在缔约流程的最终环节点击同意格式条款。此种机制有其优势，能够提升交易效率、简化缔约流程，但实则构成对用户缔约自由的实质性强制捆绑，合意机制实质性缺失。平台将核心服务的获取与对整套格式条款的概括性接受相绑定，用户面临“全有或全无”的二元选择：要么接受全部条款以使用服务，要么放弃交易[6]。平台普遍采用此种模式的深层原因在于：其一，追求交易效率最大化，逐条协商或选择性接受将极大增加平台运营成本、延缓交易进程，无法适应电子商务高频、海量交易的特征；其二，维护格式条款的统一性与标准化，确保平台规则对所有用户一致适用，避免因条款差异带来的管理复杂性与法律风险；其三，利用其市场优势地位固化单方主导的合同制定权，将用户置于被动接受者位置。这种强制性捆绑彻底剥夺了用户就具体条款进行协商或选择性接受的可能性。

### 3.3.2. “点击即同意”的机械性

条款通常设置在交易流程的末端，用户急于完成交易的心理普遍存在，加之条款文本浩繁，绝大多数用户根本无暇或无意详读便直接点击同意。更为隐蔽的是，在某些交易场景中，如某案反映的票务预订纠纷，平台通过默认勾选附加服务选项等方式，诱导用户忽略捆绑的额外条款与费用，进一步加剧了盲目点击现象。这使得用户表面上获得的“获取和阅读条款的机会”在实质上形同虚设。其严重后果在于，用户可能在完全不知晓条款具体内容或附加义务的情况下，仅因一次机械性点击，便使得这些条款对其产生法律约束力。这种基于形式合意而忽略实质知情的缔约模式，背离了契约自由与合意的本质。

## 3.4. 平台滥用支配地位、信息不对称

### 3.4.1. 个性化条款的算法权力扩张

电商平台利用算法分析用户数据，存在为用户“量身定制”差异化格式条款或规则的可能性。此类隐蔽性、不利性的个性化条款，如差异化定价、特定服务限制或权利减损规则，对用户而言构成“隐形枷锁”，因其高度隐蔽且难以被普通用户察觉与理解。算法驱动的个性化操作实质性地加剧了信息不对称，导致透明度被技术手段深度侵蚀。

平台可能依据用户画像，如消费能力、风险等级、行为习惯，通过大数据分析，向不同用户群体展示权利限制范围存在显著差异的协议。特定用户群体可能被推送结构更复杂、权利约束更严苛的版本。这种基于算法的差异化条款制定，体现了平台规则权力的扩张[6]。它突破了传统格式条款统一适用的框架，将技术优势转化为不对等的合同控制力，对用户知情权与公平交易权构成新型威胁，亟待法律关注与规制。

算法个性化条款不仅体现为差异化定价，即价格歧视，更关键的是生成差异化的非价格条款，如基于用户画像动态调整的退款政策、责任限制范围、争议解决方式或服务权限[7]。后者对用户权利的减损更具隐蔽性和实质性。这种基于预测的量身定制不仅加剧信息不对称，更可能利用用户认知偏差或依赖性，固化不平等交易地位，甚至对特定群体构成系统性剥削，构成对公平交易原则的深层挑战。

### 3.4.2. 算法解释权缺位：透明度困境的技术性根源

当格式条款的生成、展示或适用嵌入算法决策系统，如信用评估、服务权限限制、动态定价，用户法定算法解释权的缺失导致其无法要求平台披露决策逻辑及具体依据[8]。例如在某案中，某平台因未清晰说明用户数据如何被算法用于特定目的，如广告推送，其复杂条款被认定无效。此种技术性黑箱致使条款背后的实质规则完全脱离用户认知范畴，传统透明度保障机制彻底失效。平台通过技术嵌套策略，将冗长协议与默认勾选界面深度绑定，系统性削弱用户注意能力。由此，算法不仅成为条款不透明的生成载体，更异化为消解合同合意本质的技术工具。

算法解释权在实践中面临双重困境：技术上，复杂算法模型，如深度学习的“黑箱”特性使得提供用户可理解的、有意义的解释异常困难；法律上，如何界定“充分解释”的标准、平衡透明度要求与平台商业秘密与知识产权保护，以及司法审查的可行性，均存在争议。现有规范的原则性规定，在应对格式条款动态生成的复杂性时显得力有不逮[9]。

## 4. 破解透明度困境的法律规制路径：理论构建与实践探索

### 4.1. 格式条款透明度的程序性保障：提示说明义务的重构

#### 4.1.1. 显著性原则下的条款提示义务

法律应当明确课以平台对核心格式条款的强制性提示义务，这是破解透明度困境的基础性制度设计。

从条款类型看，需将责任限制、免责条款、重大权利处分，以及争议解决方式等直接影响用户权益的内容，纳入法定核心条款范畴进行类型化界定[10]。

就提示场景与方式而言，此类条款必须嵌入注册流程或下单支付的关键节点，通过具有强触达性的技术手段实现显著性呈现：例如采用独立弹窗置顶展示，对条款核心内容进行加粗标红处理，设置合理的强制阅读停留或确认机制，确保用户有充分机会注意到并初步理解核心条款内容，并同步以短信或 APP 推送方式主动触达用户，确保信息传递的不可规避性。此外，仅以隐藏链接、小字附录等被动方式展示的条款，应直接认定为未满足显著性要求，视为未纳入合同内容。这一规则设计既能倒逼平台履行实质提示义务，也为司法实践中判断条款是否构成“合意”提供了清晰的形式标准，从源头上遏制条款隐匿化对用户知情权的侵蚀。

从技术适配角度，平台需借助交互式条款解读流程强化用户认知：在注册或下单的关键节点，通过智能客服即时问答系统对用户疑问提供精准回应，对复杂条款进行可视化拆解；同时设置交互式确认环节，通过条款要点问答、核心内容复述验证等设计，确保用户对关键权利义务的理解形成实质认知。此类主动说明义务的履行，需与用户操作流程深度绑定，避免沦为形式化告知。通过技术赋能的动态解释机制，能够突破静态文本的认知局限，强化用户对条款法律后果的实质理解，为合意的真实性奠定认知基础。

#### 4.1.2. 多媒介通知的触达效能强化

针对格式条款的变更，尤其是对用户权益不利的变更，法律应确立多维度、强触达的通知规则。平台需在变更生效前，通过核心媒介以及辅助渠道的组合方式完成通知。核心媒介包括首页置顶、APP 强制弹窗，同步以短信、邮件作为辅助触达，确保信息穿透用户信息茧房。

通知内容需附带“已阅读并理解变更内容”的交互按钮，用户主动点击确认是变更生效的法定前提，严格禁止默示同意。同时，应给予用户充分且合理的期限，期间不同意变更的用户有权终止服务并获得合理补偿。若平台未通过上述方式完成有效通知，即便用户后续继续使用服务，该变更条款也视为未纳入合同内容，对用户不产生约束力[11]。此规则既强化了通知的实质触达，也为用户预留了选择权行使的合理空间。

### 4.2. 制度信息呈现机制的革新：分层展示与简明摘要制度

#### 4.2.1. 强制摘要义务

法律应将核心条款摘要设定为平台的法定强制性义务。摘要需独立成页，用户能够通过阅读摘要便了解条款的核心内容。摘要应当以用户认知友好为核心原则，采用通俗化表达提炼关键权利义务，辅以醒目标识，如“退款”对应绿色对勾图标、“限制条款”对应橙色警示符号，以此来可视化风险，并通过表格形式可视化呈现权利义务对照关系，方便用户理解。

该摘要应具备独立法律效力，当摘要内容与完整条款不一致时，优先适用摘要内容。若对歧义条款存在解释争议，采用有利于用户理解的解释规则。这一制度设计既通过形式革新提升条款可理解性，又以效力倾斜保障用户在信息不对称场景下的实质权益。

#### 4.2.2. 分层展示的认知梯度设计

法律层面应确立“核心摘要 - 主题条款 - 完整文本”的三级认知梯度展示机制。第一层为核心关键点摘要，用户进入注册或交易流程时自动弹出，作为认知起点。摘要底部设置“查看详情”按钮，点击后展开第二层内容，内容按“账户管理”“交易规则”“隐私保护”“责任划分”等主题模块化呈现的简明条款，每个主题下的关键内容需单独标红加粗，并对涉及用户重大权益的条款增设弹窗提示[2]。第三层

为完整条款文本，默认处于折叠状态，用户可通过主题链接按需查阅全文。这种设计既通过层级拆分降低认知负荷，又借助技术手段实现按需深入的个性化阅读，使不同需求的用户能够快速了解核心权利者以及全面审查条款者，高效获取信息，从呈现形式上破解文本冗余与逻辑失序的困境。

### 4.2.3. 术语解释嵌入机制

针对条款文本中专业术语与法律概念构成的理解障碍，应建立强制性术语解释嵌入机制。平台需对专业术语、法律概念设置即时解释功能。用户鼠标悬停时自动弹出通俗释义，同时在术语旁标注超链接，点击可跳转至统一术语表页面。

术语表需按字母排序、主题分类双重索引，每个术语均配备场景化示例，通过及时解释，彻底打破专业壁垒。机制的核心价值在于将被动理解转化为主动赋能，确保普通用户无需法律背景即可实质把握条款内涵，从语言层面消解信息不对称带来的认知鸿沟，为条款的真实理解与有效同意奠定基础。

## 4.3. 格式条款内容的实质干预：公平性审查与备案制

### 4.3.1. 条款公平性审查

为破解电子商务格式条款的实质公平性缺失问题，需构建司法机关与市场监管部门协同发力的审查体系。司法机关在审理相关纠纷时，应突破“形式合规即有效”的认知局限，聚焦核心条款与免责条款，开展实质性公平审查。重点核验条款是否存在免除或减轻平台法定义务、不合理加重用户责任，如：设定与实际损失失衡的高额违约金或赔偿金；要求用户承担本应由平台承担的安全保障、数据保管等主要风险责任；过度限制用户解约权或退款权，设置不合理的行权条件或期限；将因平台技术故障、第三方原因导致的风险及损失不合理地转嫁给用户。以及限制用户主要权利、扭曲风险分配规则等情形，对明显失衡的条款直接否定其效力。

市场监管部门需建立常态化审查机制，通过日常巡查以及专项整治，对电商平台格式条款进行主动合规评估，对发现的不公平条款依法责令整改<sup>[12]</sup>。同时，应明确消费者组织的公益诉讼主体资格，允许其针对普遍侵害消费者权益的格式条款提起集体诉讼，形成“案司法纠偏 - 行政常态化监管 - 公益诉讼兜底”的立体治理格局，从内容源头遏制权利义务失衡的格式条款。

### 4.3.2. 关键条款备案制

针对涉及用户重大权益的核心格式条款，应建立强制备案与公示制度。法律首先需明确核心条款的类型化范围，包括但不限于数据共享规则、争议解决方式、责任限制与免责条款等直接影响用户权利义务的内容。

平台在条款生效前，必须将上述条款向属地市场监管部门备案，并同步在监管部门指定的公共信息平台公示，公示期不少于15日，接受社会公众与消费者组织的监督。备案与公示是条款生效的法定前提，未经备案或公示的核心条款，即便用户“点击同意”，也不产生法律效力。

市场监管部门在备案审查中，若发现条款存在不公平倾向，可责令平台修改后重新备案；消费者组织对备案条款有异议的，可通过公益诉讼主张条款无效，为核心条款的公平性增设刚性约束。

## 4.4. 效力控制清单制度：黑名单与灰名单的精细化运用

建立阶梯式格式条款效力控制机制，通过黑名单与灰名单的制度化区分实现规制精准化。

### 4.4.1. 黑名单：绝对禁止条款的类型化

对严重侵害用户权益的条款，立法应明确定义为绝对无效条款。此类条款自始不发生法律效力，司法实践中无需另行审查即得否定其约束力，显著提升法律适用的确定性。此类条款包括但不限于：免除

人身伤害赔偿责任，如“健身 APP：运动损伤概不负责”；单方无限修改权，如“平台可随时修改协议且无需通知”。

#### 4.4.2. 灰名单制度与举证责任配置

针对具有潜在不公性但需个案认定的条款，设立可反驳的推定无效条款清单。当格式条款落入灰名单范围时，直接推定该条款欠缺公平性。举证责任倒置，由平台承担其公平合理的举证责任。经营者需证明条款内容符合行业惯例、风险分配合理且未不当加重用户义务。该设计通过程序法上的举证责任转移，实质降低消费者维权成本与司法认定难度。

实行举证责任倒置，由平台证明条款符合以下要件：第一，符合行业惯例与交易习惯；第二，风险分配具有合理性；第三，未不当加重用户责任或限制其主要权利。

## 5. 结论

电子商务格式条款的透明度困境本质是技术优势与契约正义的失衡，平台借助条款隐匿、语言操控及算法黑箱强化不对等控制力，“点击即同意模式”进一步架空合意本质。破解此困境需程序与实质规制协同发力：程序上推行核心条款弹窗强制阅读与三级梯度展示，降低用户认知门槛；内容上建立黑灰名单制度，将数据共享等关键条款纳入备案公示范畴，并激活消费者公益诉讼监督。未来立法应聚焦动态透明度与算法规制的融合，通过认知友好型制度设计重塑电商合同的公平根基，为行业可持续发展提供法治保障。

## 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] 宁红丽. 平台格式条款的强制披露规制完善研究[J]. 暨南学报(哲学社会科学版), 2020, 42(2): 56-69.
- [3] 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.
- [4] 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.
- [5] 张再芝, 王子琼. 电子商务合同格式条款的法律规制[J]. 文化学刊, 2025(2): 166-169.
- [6] 李涛. 网络平台用户服务协议格式条款的类型化研究[J]. 北京理工大学学报(社会科学版), 2024, 26(5): 108-117.
- [7] 陈增宝, 张凌寒. 算法技术的法律规制: 治理困境、发展逻辑与优化路径[J]. 中国应用法学, 2024(4): 155-166.
- [8] 刘琳. 算法解释权与商业秘密保护的冲突化解[J]. 行政法学研究, 2023(2): 168-176.
- [9] 李牧翰. 数字经济下金融业格式合同正当性解构[J]. 政法论丛, 2024(5): 146-157.
- [10] 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.
- [11] 夏庆锋. 网络合同格式条款提示说明义务的履行瑕疵与完善措施[J]. 清华法学, 2022, 16(6): 118-133.
- [12] 田峰. 论基于责任归咎的格式条款不利解释规则[J]. 法治研究, 2025(2): 122-133.