

电商平台隐私条款的文本效力失衡与法理矫正

刘富羽

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年10月10日; 录用日期: 2025年10月24日; 发布日期: 2025年11月26日

摘要

随着数字经济发展, 电商平台成为数据生态枢纽, 隐私条款作为界定数据处理边界的格式契约, 系法定告知义务载体与制度衔接关键。但实践中条款陷入文本合规、效力虚设的困境, 呈现文本模糊权责失衡、执行形式化单方主导、司法认定模糊偏向的三重失效样态, 根源在于规范供给缺陷、平台自治异化与用户行权弱势的桎梏。因此, 需进行立法细化与监管协同、平台条款优化与履约约束、用户认知提升与权利保障、司法标准明确与救济强化, 推动条款从纸面合规走向实质落地, 夯实数字消费信任根基, 具有重要实践与学术价值。

关键词

电商平台, 隐私条款, 文本效力失衡, 用户权益保障

The Imbalance of Textual Effectiveness of E-Commerce Platforms' Privacy Clauses and Its Jurisprudential Rectification

Fuyu Liu

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 10, 2025; accepted: October 24, 2025; published: November 26, 2025

Abstract

With the development of the digital economy, e-commerce platforms have become data ecosystem hubs. As standard form contracts defining the boundaries of data processing, privacy clauses serve as carriers of statutory disclosure obligations and key links in institutional connection. However, in practice, these clauses fall into the dilemma of textual compliance but ineffective in practice, exhibiting three types of failure: vague text with unbalanced rights and obligations, formalistic and

文章引用: 刘富羽. 电商平台隐私条款的文本效力失衡与法理矫正[J]. 电子商务评论, 2025, 14(11): 2225-2233.

DOI: 10.12677/ecl.2025.14113680

unilaterally dominated implementation, and ambiguous and biased judicial determination. The root causes lie in the constraints of deficiencies in regulatory supply, alienation of platform self-governance, and users' weak position in exercising rights. Therefore, it is necessary to carry out legislative refinement and regulatory coordination, optimize platform clauses and impose constraints on contract performance, enhance users' awareness and protect their rights, and clarify judicial standards while strengthening remedies. These measures will drive the clauses from mere textual compliance to substantive implementation, consolidate the foundation of trust in digital consumption, and thus possess significant practical and academic value.

Keywords

E-Commerce Platforms, Privacy Clauses, Textual Effectiveness Imbalance, Protection of Users' Rights and Interests

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

在数字经济背景下，电商平台隐私条款作为界定个人信息处理规则的核心格式契约，其效力如何认定不仅直接关乎用户合法权益的保障，更深刻影响着数字市场秩序的稳定运行。从调研数据来看，隐私条款存在的瑕疵已成为引发隐私侵权纠纷的主要诱因。四川省发布的《网络消费者知情权保护现状调查报告》显示，45.39%的受访者表示隐私政策未清晰列明信息收集的具体范围，另有43.41%的受访者遭遇敏感信息告知内容模糊不清的问题。此类高频争议实则是数字格式合同中契约自由原则发生异化与用户信息自决权之间的冲突。当前司法实践中，《民法典》中的格式条款规则与《个人信息保护法》确立的告知同意机制在适用过程中仍存在解释层面的分歧，因此如何构建科学的隐私条款效力评价体系与矫正机制，已成为数字经济时代亟待解决的重要课题。

针对这一亟待解决的课题，国内外学界已展开多元视角的探讨，但相关研究仍存在明显局限。在数字格式合同效力研究领域，国外学界以权利平衡为核心研究路径，耶鲁大学巴尔金教授提出的信息受托人理论指出，数字平台作为信息处理主体应当承担信义义务，凡是违反该忠实义务的格式条款均应被认定为无效^[1]；欧盟《一般数据保护条例》(GDPR)则进一步确立了“明确具体”的效力审查标准以强化对不公平格式条款的规制力度。国内研究则更聚焦于法律适用层面的争议，程啸教授认为需结合电商服务的核心属性来界定用户在隐私条款中的主要权利边界^[2]；张新宝教授则进一步明确，《个人信息保护法》中的“同意”并非传统民法意义上的意思表示，而仅构成个人信息处理行为的合法性基础^[3]。而在同意机制这一核心环节，研究同样面临形式化困境。GDPR虽确立严格标准却未破解“点击即同意”难题，学者邵山指出告知同意规则兼具公法义务与私法基础双重属性^[4]，司法实践中存在适用混淆，王锡锌教授进一步提出同意仅为合法性基础，用户应通过决定权实现全程控制^[5]。然现有研究大多局限于对单一环节的制度修补，未能从整体视角对隐私条款效力相关的全链条关联性展开系统思考。

从研究现状来看，现有成果在分析维度上割裂了隐私条款从制定、用户同意、实际执行到后续变更的完整生命周期联系，而在理论工具层面，既难以通过传统民法理论对数字场景下的信息不对称问题作出充分解释，又缺乏对技术方案背后法理逻辑的有效支撑。为此，本文提出全链条效力失衡分析框架，该框架的理论价值主要体现在拓展隐私条款效力的评价维度，突破单一环节的研究局限；揭示效力失衡

在不同环节间的跨环节传导效应，厘清问题本质；聚焦电商场景的特殊性，通过区分核心服务与附加授权的边界，为司法实践中隐私条款的适用提供更具操作性的方法。

2. 电商平台隐私条款效力的理论界定

隐私条款的效力界定是破解电商领域隐私保护困境的起点。作为平台与用户间数据处理权利义务的核心载体，其效力并非单一的合同约束力，而是融合格式条款属性、法定义务要求与伦理约束的复合型存在，需从属性、构成与边界三个层面展开阐释。

2.1. 效力属性系格式条款与法定义务的双重叠加

隐私条款首先具备格式条款的基础特质，即由平台预先拟定、重复适用于不特定用户且欠缺协商空间的合同文本，其效力需遵循格式条款的核心规制规则，即需履行提示说明义务，不得存在免除己方责任、加重对方责任的无效情形。通过对主流电商平台条款的文本分析发现，多数平台条款因未对数据共享、存储等核心内容进行显著提示，实际上丧失了格式条款的合意基础[6]。但与普通格式条款不同，隐私条款更承载着法定保护义务，其内容不得低于《个人信息保护法》规定的“明确告知、取得同意”等最低标准，形成约定内容与法定要求的双重约束[7]。这种双重属性决定了法定标准优先于约定内容效力，若条款约定与法律冲突，即使用户点击同意，该约定仍属无效[6]；若约定空白，则直接适用数据最小化等法定原则填补[7]。对于跨国电商平台而言，条款效力还需适配多国规范，其延伸性更凸显法定义务的刚性约束[6]。

2.2. 效力构成系文本效力与实践效力的统一

隐私条款效力的真正实现，需同时满足文本合法与实践落地两大核心要件，这两个要件相互依存、缺一不可，共同构成效力存续的完整闭环。其中，文本效力是效力实现的基础前提，其核心要义在于确保条款内容既符合法律规定，又具备实际可执行性。具体而言，数据收集的范围、信息共享的边界等核心条款要素必须完整齐备，表述亦需精准明确，避免模糊歧义。已有研究指出，部分电商平台的隐私条款中，诸如“为提升服务质量收集相关信息”这类模糊表述并不鲜见，由于未能清晰界定所需收集信息的具体类型与覆盖范围，这类条款在文本层面已实质上丧失了可执行的基础[8]。相较于文本效力，实践效力是决定隐私条款能否真正发挥作用的核心环节，这体现为平台严格履约与用户有效行使信息权利的双向互动过程。研究进一步揭示，部分主流电商平台会借助条款中的单方变更权约定，对隐私条款的核心内容进行修改，却仅以页面底部小字的形式进行告知；即便这些条款在文本形式上符合法律要求，也会因执行环节的缺位，最终导致条款效力难以落到实处。二者的逻辑关联清晰。文本效力是效力生成的前提，欠缺文本效力的条款无执行依据；实践效力是效力的终极形态，脱离实践的文本仅是纸上合规[9]。另有研究佐证，条款实践效力的缺失会直接降低用户信息披露意愿，进一步消解条款的制度价值[10]。

2.3. 效力边界系伦理约束与权利平衡的双重限定

隐私条款的效力并非无限延伸，其边界受制于伦理原则、平台自治限度与用户权利的三重约束。从伦理看，相称原则构成效力的核心约束，要求数据收集范围与服务目的相称、保护力度与隐私敏感度相称。例如为物流配送收集地理位置信息具有效力正当性，延伸至无关广告投放则超出伦理阈限，用户可主张该约定无效[11]。从平台自治维度，平台虽可通过条款行使自治权，但不得异化为“私权力”，如保留任意变更条款的约定因突破自治边界而丧失效力[12]。从用户权利维度，条款需为用户查询、更正等权利提供明确路径，实践中以技术壁垒或程序繁琐限制权利行使的条款内容已使效力减损。这种边界限定既防止平台以效力之名滥用数据处理权，又保障用户权利对条款效力的刚性约束，形成自治有序、权利

有保障的效力格局。

3. 电商平台隐私条款效力失衡样态及其成因

隐私条款效力的实现需依托文本拟定到实践执行再到司法认定的递进逻辑，但其在现实运作中却呈现多层级失效，这种失衡并非偶然现象，而是规范供给缺位、平台自治异化与用户行权弱势多重矛盾交织的必然结果。以下从具体样态与深层成因两个层面展开分析。

3.1. 效力从文本到司法的层层失效

3.1.1. 文本效力缺陷体现为模糊表述与权责失衡的双重侵蚀

文本作为效力生成的基础载体，其内容的合法性与可执行性直接决定效力成色，但主流平台条款普遍存在刻意模糊义务边界、肆意倾斜权责配置的问题。核心条款的模糊化表述成为规避义务的主要手段，数据收集环节，部分平台以为提升服务质量收集相关信息为由模糊范围，既未界定“相关信息”的具体类型，如地理位置、设备信息是否包含在内，也未说明收集的触发条件^[1]；数据共享环节，“与关联公司共享信息”的表述未明确“关联公司”的认定标准与共享数据的具体范畴，为跨主体无序流转预留空间^[13]；存储期限环节，多数平台仅以“符合法律规定”一笔带过，未衔接《个人信息保护法》“存储期限最小化”原则，导致实践中数据无限期留存成为常态。这种模糊性并非表述疏漏，而是平台为灵活扩张数据处理权刻意设计的解释空间，使条款丧失明确权利义务的核心功能。

权责条款的失衡性进一步消解文本效力，权利义务配置呈现明显的平台优位特征。平台普遍保留单方变更条款、随时终止服务的绝对权利，却未约定对应的用户异议机制与补偿规则^[14]；某头部平台甚至通过“本协议包含后续发布的所有规则”的约定，将协议边界无限扩张，使用户始终处于被动接受规则的地位^[12]。免责条款的过度扩张更显极端。部分平台将“第三方攻击导致泄露”“用户自身操作不当”“技术故障”等全部列为免责情形以此规避采取合理安全保障措施的核心法定义务^[15]。这种失衡约定违背格式条款的公平原则，即便通过用户点击“同意”完成形式合意，也因内容显失公正丧失实质效力。

伦理合规的缺失加剧文本效力的正当性危机。依据相称原则，隐私保护力度应与信息敏感度精准匹配^[11]，但实践中多数平台未体现这一伦理要求。对支付信息、身份证号等高度敏感数据与浏览历史、商品偏好等低敏感数据采用同质化保护表述，既未针对高敏感数据约定加密存储、全程追溯等特殊防护措施，也未对低敏感数据明确二次使用的边界。文本层面的伦理缺位使其从权利保障工具嬗变为平台单方的免责凭证，效力基础先天不足。

3.1.2. 执行效力落空表现为形式履行与单方主导的双重架空

文本效力需通过实践执行转化为实质保护，但若缺乏有效的落地机制，合规文本终将沦为“纸面文章”。当前执行层面的失效集中体现为形式化履行替代实质履约、单方意志侵蚀合意基础。点击“同意”机制的异化是最典型的表征，即主流平台均采用弹窗强制同意模式，条款文本普遍超过 5000 字且充斥专业术语，用户阅读率不足 15%；研究显示，超 80% 的用户承认“未阅读即点击同意”，仅 3% 的用户能准确说出条款中关于数据共享的核心约定^[10]。这种形式同意架空了用户的知情权与选择权，使条款的契约合意基础沦为虚设。

条款变更程序的单方化进一步消解执行效力。部分平台将变更权绝对化，修改数据共享范围、存储期限等核心内容时，仅通过网站底部小字通知或软件弹窗一闪而过完成告知，未采取显著提示加上单独确认的法定方式；更有平台直接约定“变更后用户继续使用服务即视为同意”，将单方意志强加于用户，使用户陷入要么接受变更、要么放弃服务的两难困境^[16]。这种变更模式完全背离协商一致的合同本质，条款的契约属性被严重弱化，执行效力失去合意支撑。

执行监督机制的缺位进一步加剧了隐私条款效力的虚无化倾向。在内部监督层面，平台尚未建立起数据处理行为与条款约定之间的一致性核查机制，诸如“宣称采用银行级加密技术却仅落实基础防护措施”“承诺不滥用用户数据却将其用于第三方精准营销”之类的违约行为屡见不鲜；而在外部监督层面，目前既缺乏独立第三方机构对条款执行情况的有效验证，也无专业评级机制可供参考，这使得用户既无从核实平台所宣称“加密技术的实际应用标准”，也难以有效追踪个人数据流转的具体轨迹。中国互联网络信息中心 2012 年的统计数据显示，88.2% 的网民在遭遇信息泄露后并无有效应对途径，仅 6.7% 的受访者会向掌握其信息的机构发起投诉，向政府部门、媒体投诉的比例仅为 2.8%，而选择向法院提起诉讼的比例更是低至 0.6% [17]。监督机制的缺失使执行过程沦为黑箱操作，文本约定与实践行为形成严重脱节，执行效力彻底落空。

3.1.3. 司法适用困境源于认定标准与解释偏向的双重制约

司法作为效力救济的终极保障，其认定逻辑直接影响效力实现效果，但实践中却存在标准模糊、过度偏向平台的问题，导致条款难以成为用户权利救济的有效依据。在提示说明义务认定上，裁判尺度存在明显分歧：部分法院仅以“条款加粗、下划线”为由认定已履行义务，忽视“提示位置是否显著、提示时机是否合理”等实质要件[12]。这种形式化认定标准，使平台得以通过最低限度履行规避法定义务，条款的效力主张难以获得司法支持。

内容公平性的判断更显混乱。对“是否免除己方主要责任”的界定缺乏统一标准。某案例中，法院认定平台“第三方攻击免责”条款属于合理风险分配，而另一案情高度相似的案例中，法院却以“规避核心安全义务”为由认定条款无效[12]。这种裁判差异并非源于案情本质不同，而是对平台安全保障义务边界的理解分歧，导致同类条款效力认定呈现随机性。不利解释规则的适用不足更显突出。《民法典》明确规定“对格式条款有两种以上解释的，应当作出不利于提供方的解释”，但实践中，对“相关信息”“必要范围”等模糊表述，法院多采纳平台的解释主张，未充分发挥规则的矫正功能[18]。司法认定的模糊性与偏向性，使条款丧失权利救济依据的核心价值，效力失衡陷入司法无力矫正的闭环。

3.2. 效力失衡成因：规范、平台与用户的三重桎梏

3.2.1. 规范供给缺陷在于立法原则化与监管碎片化的双重制约

法律规范的供给质量决定条款效力边界与实现路径，但当前体系存在原则化留白、监管协同不足的缺陷[19]。立法层面，《个人信息保护法》要求条款明确、具体，却未出台编写指南，对收集范围、共享条件等实操问题无规定；《民法典》未针对电商跨境传输、算法数据使用等场景细化标准[18]，导致平台解读弹性大、司法认定无依据。监管层面，市场监管、网信、工信等部门权责分散，未形成文本、执行、纠纷全方位监管，某跨境平台因条款不合规被约谈却仅限期整改。跨境规则亦存空白，未明确境外数据存储披露要求，平台常以“符合规定”模糊回应，用户跨境救济无门[20]。

3.2.2. 平台自治异化出于利益主导与权利扩张的双重驱动

平台自治本应保障效力实现，却在数据利益导向下异化为权力工具。其中，利益失衡是核心。扩大数据处理可使个性化推荐效率提升 30% 以上、广告收益增长 25%，而隐私保护年均投入超亿元，成本收益失衡催生“合规让位于利益”导向[10]。自治权进一步权力化。条款保留单方变更权、自由裁量权，通过人工申请、7 日审核、线下领取等流程限制用户权利，动态条款更让用户被动接受修改。中小平台复制头部条款转嫁成本，如本地生鲜平台照搬跨境数据条款，实质合规缺失[7]。

3.2.3. 用户行权受限归因于缔约弱势与认知不足的双重限制

用户行权是制约失衡的关键，却受制于三重困境：隐私条款为格式条款，用户只能“接受或放弃”，

绝大多数因无替代平台被迫妥协，缔约地位天然不平等；条款充斥专业术语，认知门槛高；举证依赖平台掌握的数据，单独诉讼周期超6个月、成本超损失，集体诉讼难启动，救济成本高昂，形成失衡、维权无力、更失衡的循环。

4. 电商平台隐私条款效力矫正的实现路径

电商平台隐私条款效力失衡的破解需立足规范、平台、用户、司法的协同框架，针对规范供给缺位、平台自治异化、用户行权弱势与司法认定模糊的症结，从制度完善、主体约束、权利赋能与救济强化四个维度构建矫正路径，实现条款效力从纸面合规向实质落地的转化。

4.1. 细化立法规范与强化监管协同

法律规范的明确性与监管机制的有效性是隐私条款效力落地的前置保障，需依托立法细化与监管联动，破解现行原则化表述与碎片化执法的双重困境。立法细化层面，需突破现行法律原则性规定的局限，由网信部门会同市场监管部门出台《电商平台隐私条款编写与评估指南》，就数据收集的必要范围、共享环节关联公司的认定标准、存储期限的最小化计算方式等核心实操问题作出明确界定，将《个人信息保护法》中的明确告知义务，细化为核心条款单独列明且通俗化解释的具体要求。例如要求平台就支付信息、地理位置等敏感数据的收集目的单独弹窗说明，并禁用“相关信息”“合理范围内”等模糊表述[21]。针对跨境数据传输等新兴场景，需参照欧盟GDPR的经验，明确境外存储数据的本地化备份要求与跨境披露的审批流程，为平台合规提供清晰指引。

在监管协同层面，应建立网信、市场监管、工信等部门的常态化联动机制，构建文本合规审查、执行动态监测、纠纷快速响应的全面监管体系。依托大数据技术搭建电商隐私条款监管平台，对平台条款的模糊表述、权责失衡条款进行智能识别与预警，对多次出现合规瑕疵的平台启动专项检查[22]。引入第三方独立评估机制，由具备法律与数据安全双重资质的机构对平台条款的可执行性、履行情况进行评级，并将评级结果纳入平台信用档案，与市场准入、政策扶持等挂钩。针对跨境平台的监管空白问题，国际监管协作机制的建立将有助于与数据接收国监管机构共享合规评估信息，保障用户跨境维权的可行性。

4.2. 优化条款逻辑与强化履约约束

平台作为隐私条款的拟定与执行主体，其自治行为的正当性直接决定条款效力的实现效果，需通过条款重构、机制完善与责任强化，实现自治权的规范运行。平台在条款拟定环节，需摒弃向自身单向赋权的逻辑，推行结构化、分级化的条款设计模式，即将条款划分为核心义务、权利行使、变更规则等模块，对数据共享、安全保障等核心内容采用黑体加粗与单独确认相结合的提示方式；依据数据敏感度实施分级保护式表述，对身份证号、支付记录等高度敏感数据明确约定加密存储、全程追溯等特殊防护措施[23]，对浏览偏好等低敏感数据界定二次使用的具体边界，避免同质化保护导致的伦理缺位[24]。

在执行机制层面，需破解形式履行与单方主导的异化困境。针对条款变更程序，平台需对数据共享范围、存储期限等核心内容的修改采取显著弹窗与单独勾选同意相结合的方式，禁止平台以“继续使用即视为同意”的推定条款转嫁决策责任，且要求平台保留变更前的条款版本供用户回溯查询。需建立数据处理行为与条款约定的一致性核查机制。具体而言，平台内部应设立独立的数据合规部门，每季度对数据收集范围、共享对象与条款约定的匹配度进行审计，并向监管部门提交合规报告；同时需引入外部审计制度，由第三方机构对平台的加密技术应用、数据流转轨迹进行验证，确保“银行级加密”“不滥用数据”等承诺落到实处。

在责任约束层面，需强化违约成本与平台的信赖义务。在责任认定上，需将“第三方攻击导致泄露”

“技术故障”等过度免责条款纳入无效情形认定清单，明确平台即便履行告知义务，仍需对未采取合理安全保障措施导致的泄露承担赔偿责任。需借鉴信托关系中的忠实义务理念，要求平台在条款中明确“仅为用户服务目的处理数据”的核心原则，禁止平台利用数据开展损害用户利益的精准营销、价格歧视等行为；若平台因数据滥用获得额外收益，要求其将该部分收益返还用户或纳入隐私保护基金[25]。

4.3. 破解认知壁垒与强化权利保障

用户的有效参与是制约条款失衡的关键，需通过认知提升、权利便利化与救济强化，打破缔约弱势、维权无力的恶性循环。在认知提升层面，针对条款冗长专业导致的阅读困境，推行通俗化解读与可视化呈现的双重优化。要求平台将数千字的条款提炼为一页纸摘要，用图表形式展示数据流转路径与用户权利清单；开发智能隐私助手，通过语音问答、场景化提示等方式，向用户解释关联公司共享、存储期限等条款的实际影响，提升条款的可理解性。

在权利保障层面，需打通查询、更正、删除的行权堵点。平台应提供便捷的线上权利行使渠道，实现个人数据查询结果实时生成、更正申请 24 小时响应、删除操作全程留痕，禁止以人工审核 7 日、线下提交材料等程序设置阻碍。还需建立用户隐私权益保护联盟，由消费者协会牵头整合法律资源，为用户提供免费的条款解读、侵权投诉代理等服务。完善集体诉讼与公益诉讼机制以及单独诉讼成本高的问题，即明确消费者协会可代表众多用户就平台条款效力提起诉讼，将条款模糊导致的普遍侵权纳入公益诉讼受理范围，降低用户维权门槛。

在风险分担层面，可推广隐私信息保险等创新机制。借鉴淘宝网隐私保障险的实践经验，鼓励平台与保险公司合作，为用户提供隐私泄露损失补偿保险，用户可自主选择购买或由平台赠送；将保险购买率与平台的合规评级挂钩，引导平台通过保险机制转移用户的泄露风险，同时提升用户对条款效力的信赖度。

4.4. 明确司法认定标准并强化救济功能

司法作为效力救济的终极保障，需通过统一裁判尺度、优化解释规则与举证分配，破解认定模糊与偏向平台的困境。在认定标准层面，应细化格式条款的效力判断要件。对于提示说明义务的履行，不仅要求平台采取加粗、下划线等形式，还有必要审查提示位置是否处于注册流程的显著环节、提示时机是否早于服务提供，若仅在网站底部以小字链接展示，即使用户点击同意，仍应认定未履行提示义务。针对内容公平性的判断，出台典型案例指导意见，明确单方变更权无异议机制、过度扩大免责范围等条款属于免除自身主要责任、加重用户责任的无效情形，统一第三方攻击免责等争议条款的裁判标准。

在解释规则层面，强化不利解释规则的适用力度。当条款中“相关信息”“必要范围”等表述存在两种以上解释时，法院应优先采纳有利于用户的解读，例如对关联公司的认定，应限定为直接控股且从事同类业务的企业，而非平台主张的所有合作企业。同时，确立法定标准优先于约定内容的解释原则，若条款约定的存储期限长于《个人信息保护法》的最小化要求，即使用户同意，仍应按法定标准认定效力，填补约定空白时直接适用数据最小化、目的限制等法定原则。

在举证责任层面，实行举证责任倒置的特殊规则。考虑到用户与平台之间的信息不对称，要求平台对其已履行条款约定的义务承担举证责任，例如平台主张已按约定保护数据，需提供加密技术应用记录、内部审计报告等证据；若用户主张条款存在模糊表述，平台需举证证明该表述已通过合理方式明确解释，否则承担不利后果[25]。同时，明确隐私泄露损失的计算标准并将精神损害抚慰金、维权成本纳入赔偿范围，避免因损失难以量化导致用户救济无门。

简言之，电商平台隐私条款效力的矫正并非单一维度的调整，而是立法、监管、平台、用户与司法

的协同发力。具体而言系通过规范供给明确效力边界,平台自治恪守履约底线,用户行权强化外部约束,司法适用保障救济实效,等等。透过如此的努力,希冀可以推动隐私条款从纸面合规走向效力落地,弥合法律规范与市场实践的裂痕,为数字消费生态的信任根基提供制度支撑。

5. 结语

数字经济的蓬勃发展,使电商平台隐私条款从数据处理的形式契约升级为守护 14 亿用户隐私权益、维系数字消费信任的核心载体。其效力的实质落地,不仅直接关乎消费者的财产安全与人格尊严,更深度关联电商市场的健康运转,构成国家数字经济治理体系的重要基石。当前条款文本合规与效力虚设的困境,虽暴露了立法、监管、平台与司法的多重短板,但也为隐私保护制度的迭代升级提供了关键抓手。破解此困境,核心在于找到保护力度与发展阶段相适配的平衡点。隐私保护标准过低,将置用户于信息泄露风险,侵蚀市场信任根基;标准过高,则会加重平台合规成本,阻碍市场创新活力与中小平台成长。这要求矫正路径需兼顾权利保障与产业发展,在规范边界与自治空间之间找到精准平衡点。

未来,随着隐私保护立法的深化,电商平台隐私条款评估指南方面的专项规范出台将填补实操空白,为数据收集、共享等环节划定清晰标准;监管将依托大数据技术实现全生命周期动态监测,第三方评估机制让合规成效可量化、可追溯。平台将摒弃利益优先逻辑,以结构化条款、刚性履约机制实现合规与信任共赢,隐私保险等创新模式将平衡风险与活力。用户借助智能解读工具与集体诉讼机制,从被动同意者转变为权利监督者;司法则以统一标准与举证倒置筑牢终极救济防线。这一进程不仅能破解条款效力失衡的顽疾,更能为我国数字经济注入制度信任,助力电商平台拓展国际市场、参与全球数字治理。以隐私条款效力的实质落地为支点,既能守护公民基本权益,又能赋能数字经济高质量发展,成为彰显我国法治水平与国家软实力的重要名片。

参考文献

- [1] Balkin, J.M. (2020) The Fiduciary Model of Privacy. *Yale Law School*, 134, 11-33.
- [2] 程啸. 我国《民法典》个人信息保护制度的创新与发展[J]. 财经法学, 2020(4): 32-53.
- [3] 张新宝. 个人信息收集: 告知同意原则适用的限制[J]. 比较法研究, 2019(6): 1-20.
- [4] 邵山. 个人信息保护法告知同意规则的实务疑难问题研究[J]. 人民司法, 2014(13): 38-45.
- [5] 王锡锌. 个人信息国家保护义务及展开[J]. 中国法学, 2021(1): 145-166.
- [6] 刘璐. 电商平台用户隐私保护策略与路径设计研究——基于国内主流电商平台隐私条款的分析[J]. 企业经济, 2025, 44(4): 89-97.
- [7] 米铁男. 中国电子商务领域隐私数据保护研究[J]. 学术交流, 2013, (7): 38-41.
- [8] Bansal, G., Zahedi, F.M. and Gefen, D. (2016) Do Context and Personality Matter? Trust and Privacy Concerns in Disclosing Private Information Online. *Information & Management*, 53, 1-21. <https://doi.org/10.1016/j.im.2015.08.001>
- [9] 尹开华. 主体责任观下平台合规的进路优化[J]. 科技与法律(中英文), 2023(6): 99-107.
- [10] 成燕, 梅姝娥, 仲伟俊. 电子商务中消费者隐私信息保险的作用机制及影响[J]. 系统管理学报, 2020, 29(2): 308-317.
- [11] 李伦, 李军. 相称原则: 电子商务隐私保护的伦理原则[J]. 伦理学研究, 2014(5): 85-88.
- [12] 周莉欣. 电商平台自治法律机制的构建[J]. 法商研究, 2024, 41(2): 106-123.
- [13] 刘权. 网络平台的公共性及其实现——以电商平台的法律规制为视角[J]. 法商研究, 2020, 42(2): 42-56.
- [14] 王振宇. 平台经济背景下消费者权利保护的困境与出路——以平台服务协议为中心[J]. 中国流通经济, 2023, 37(4): 116-128.
- [15] 朱雨昕. 直播平台履行未成年人网络安全保护义务的完善路径[J]. 人权法学, 2025, 4(3): 128-160.
- [16] 杨彪. 数字时代合同合意的制度困境及其解决机制[J]. 比较法研究, 2025(3): 208-222.
- [17] 中国互联网络信息中心. 2012 年中国网民信息安全状况研究报告[R]. 北京: 中国互联网络信息中心, 2012: 17.

-
- [18] 王利明, 丁晓东. 论《个人信息保护法》的亮点、特色与适用[J]. 法学家, 2021(6): 1-61, 191.
- [19] 易斌, 潘亚南. 网络个人信息隐私认证机制探讨[J]. 情报理论与实践, 2012, 35(5): 41-43, 68.
- [20] 周拴龙, 王卫红. 中美电商网站隐私政策比较研究——以阿里巴巴和 Amazon 为例[J]. 现代情报, 2017, 37(1): 137-141.
- [21] 贾若男, 王晰巍, 范晓春. 社交网络用户个人信息安全隐私保护行为影响因素研究[J]. 现代情报, 2021, 41(9): 105-114, 143.
- [22] 牛苗苗. 移动电商环境下用户隐私保护策略研究[J]. 商场现代化, 2025(4): 11-13.
- [23] 欧阳洋, 袁勤俭. 电子商务中消费者隐私关注对行为意向的影响研究[J]. 情报科学, 2016, 34(5): 75-80.
- [24] 赵格, 康海燕. 基于差分隐私的电子商务隐私保护数据发布[J]. 物流工程与管理, 2014, 36(11): 241-247.
- [25] 张丽英, 史沐慧. 电商平台对用户隐私数据承担的法律責任界定——以合同说、信托说为视角[J]. 国际经济法学刊, 2019(4): 24-37.