

数字经济下电子商务中滥用黑暗模式行为的法律规制研究

路方云

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年10月11日; 录用日期: 2025年10月23日; 发布日期: 2025年11月26日

摘要

随着数字经济的蓬勃发展, 电子商务已成为全球经济增长的核心驱动力之一。然而, 电子商务平台为追求流量转化与商业利益, 滥用“黑暗模式”(Dark Patterns)的行为日益普遍, 此类行为通过设计误导、操纵消费者决策, 不仅侵害了消费者的知情权、选择权与财产权, 更破坏了电子商务市场的公平竞争秩序, 阻碍了数字经济的健康发展。本文首先界定了电子商务中“黑暗模式”的概念、特征与主要类型, 明确其法律属性; 其次, 本文系统梳理了我国当前针对电子商务黑暗模式行为的法律规制现状, 剖析了现有规制体系在立法滞后性、监管碎片化、责任认定模糊及消费者维权困难等方面存在的问题; 最后, 借鉴各国先进规制经验, 结合我国数字经济发展实际, 从完善专项立法、构建协同监管机制、明确平台责任边界、健全消费者维权途径四个维度, 提出了优化我国电子商务黑暗模式行为法律规制的具体路径, 旨在为规范电子商务市场秩序、保护消费者合法权益、推动数字经济高质量发展提供法律理论支撑与实践参考。

关键词

数字经济, 电子商务, 黑暗模式, 法律规制, 消费者权益保护

Research on the Legal Regulation of Abusive Dark Patterns in E-Commerce under the Digital Economy

Fangyun Lu

Law School, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 11, 2025; accepted: October 23, 2025; published: November 26, 2025

Abstract

With the vigorous development of the digital economy, e-commerce has become one of the core drivers of global economic growth. However, in pursuit of traffic conversion and commercial interests, e-commerce platforms are increasingly abusing “Dark Patterns”. Such practices mislead and manipulate consumers’ decision-making through deliberate design, which not only infringes on consumers’ rights to information, choice and property, but also undermines the fair competition order in the e-commerce market and hinders the healthy development of the digital economy. First, this paper defines the concept, characteristics and main types of “Dark Patterns” in e-commerce, and clarifies their legal attributes. Second, it systematically sorts out the current status of legal regulation on e-commerce Dark Patterns in China, and analyzes the problems existing in the current regulatory system, such as legislative lag, fragmented supervision, ambiguous liability identification and difficulties for consumers to protect their rights. Finally, drawing on the advanced regulatory experience of various countries and combining with the actual development of China’s digital economy, this paper puts forward specific paths to optimize the legal regulation of e-commerce Dark Patterns in China from four dimensions: improving special legislation, constructing a collaborative supervision mechanism, clarifying the boundary of platform responsibilities, and improving channels for consumers to protect their rights. The purpose is to provide legal theoretical support and practical reference for standardizing the order of the e-commerce market, protecting the legitimate rights and interests of consumers, and promoting the high-quality development of the digital economy.

Keywords

Digital Economy, E-Commerce, Dark Patterns, Legal Regulation, 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. 引言

1.1. 研究背景

数字经济已成为重塑全球经济格局的关键力量，据中国信通院数据显示，2024 年我国数字经济规模突破 60 万亿元，占 GDP 比重超过 45%，其中电子商务作为数字经济的核心应用场景，交易规模达 48 万亿元，用户规模超 10 亿人[1]。电子商务的便捷性与高效性极大地改变了消费者的购物习惯，但与此同时，平台与消费者之间的“信息不对称”问题愈发凸显，部分电子商务平台利用自身技术优势与信息垄断地位，设计并应用“黑暗模式”，以隐蔽化、诱导性的方式操纵消费者决策。例如，某电商平台设置“默认勾选自动续费”选项，消费者需经过复杂操作才能取消；某直播电商平台通过“限时秒杀、库存仅剩 1 件”等虚假动态提示，制造紧迫感诱导消费者冲动消费；某跨境电商平台将“正品保障”与“高价运费险”强制捆绑销售，变相增加消费者购物成本。此类行为不仅引发大量消费者投诉，据全国 12315 平台统计，2024 年因电子商务“黑暗模式”引发的投诉量达 86.7 万件，同比增长 32.1% [2]，更对电子商务市场的信任体系与公平竞争环境造成严重冲击。

1.2. 研究意义

当前我国法学界针对电子商务的研究多集中于数据安全、平台责任、知识产权保护等领域，对“黑暗

模式”这一新兴问题的系统性研究尚处于起步阶段,现有研究多停留在现象描述层面,缺乏对其法律属性的深入剖析与规制路径的体系化构建[3]。本文通过界定“黑暗模式”的法律内涵,分析其对消费者权益与市场秩序的侵害机理,力图填补我国数字经济背景下电子商务新型不正当竞争行为法律规制的理论空白。一方面,本文提出的法律规制路径可为立法机关制定或修订相关法律法规提供参考,推动“黑暗模式”行为从“无法可依”向“有法可依”转变;另一方面,可为市场监管部门开展专项整治行动提供明确的执法依据,解决当前监管实践中认定难、处罚轻、执行难的问题;此外,还能为消费者识别与防范“黑暗模式”行为、维护自身合法权益提供指引,助力构建平台自律、政府监管、消费者参与的多元共治格局。

2. 电子商务中“黑暗模式”的概念界定与法律属性分析

2.1. “黑暗模式”的概念界定

目前,国内外学界与实务界对“黑暗模式”的定义尚未形成统一标准。美国学者 Harry Brignull 将其定义为“平台为实现自身利益最大化,设计的违背用户真实意愿、诱导用户做出非本意决策的界面设计或功能设置”[4];欧盟《数字服务法》(DSA)将其表述为通过操纵用户认知或决策过程,导致用户权益受损的非透明商业实践[3]。结合我国电子商务发展实际,本文认为,电子商务中的“黑暗模式”是指电子商务平台利用技术优势与信息垄断地位,通过设计隐蔽化、诱导性或强制性的界面、功能或规则,干扰、误导或限制消费者的决策过程,迫使消费者做出不利于自身的选择,如过度消费、泄露个人信息、放弃维权等,以实现平台商业利益的不正当商业行为。

2.2. “黑暗模式”的法律属性分析

2.2.1. 侵害消费者的法定权益

根据《中华人民共和国消费者权益保护法》(以下简称《消保法》),消费者享有知情权、选择权、公平交易权等法定权益,而“黑暗模式”行为直接侵害了这些权益[5]。

首先是侵害知情权,《消保法》第八条规定,消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。“虚假折扣误导”“评价造假误导”等黑暗模式通过提供虚假信息或隐藏关键信息,导致消费者无法了解商品或服务的真实情况,例如平台隐瞒“自动续费”的扣费标准与取消方式,侵害消费者的知情权;

其次是侵害选择权,《消保法》第九条规定,消费者享有自主选择商品或者服务的权利。“强制捆绑销售”“取消障碍设置”等黑暗模式限制了消费者的选择自由,例如平台强制消费者购买捆绑服务,或设置复杂流程阻碍消费者取消服务,剥夺了消费者的自主选择权;

再者是侵害公平交易权,《消保法》第十条规定,消费者享有公平交易的权利,有权获得质量保障、价格合理、计量正确等公平交易条件。“大数据杀熟”“算法共谋”等黑暗模式导致消费者支付不合理价格,无法获得公平交易条件,例如平台对不同消费者实行差异化定价,侵害消费者的公平交易权。

2.2.2. 构成不正当竞争行为

根据《中华人民共和国反不正当竞争法》(以下简称《反不正当竞争法》)第二条规定,“经营者在生产经营活动中,应当遵循自愿、平等、公平、诚信的原则,遵守法律和商业道德”。电子商务平台滥用“黑暗模式”的行为,违背了公平与诚信原则,破坏了市场竞争秩序,构成不正当竞争行为[6],具体表现为:

掠夺性定价的变相形式,“大数据杀熟”通过算法对不同消费者实行差异化定价,看似未直接低于成本销售,实则通过剥夺部分消费者的公平交易权获取超额利润,挤压未采用该模式的平台的市场空间,符合《反不正当竞争法》中“扰乱市场竞争秩序”的情形;

虚假宣传的延伸行为,“虚假折扣误导”“稀缺性虚假提示”等黑暗模式,本质上是通过虚假或引人

误解的商业宣传，诱骗消费者交易，与《反不正当竞争法》第八条禁止的“虚假宣传行为”具有同质性，仅是宣传载体从传统广告转变为界面设计；

妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行，部分平台通过“算法共谋”与竞争对手达成价格同盟，或通过“个性化诱导推荐”屏蔽竞争对手的商品链接，直接妨碍了其他经营者的正常经营，符合《反不正当竞争法》第十二条禁止的“互联网不正当竞争行为”。

3. 我国电子商务“黑暗模式”行为的法律规制现状与问题

3.1. 现有法律规制体系

3.1.1. 法律层面

第一《消费者权益保护法》，该法是规制电子商务“黑暗模式”的核心法律，其第八条、第九条、第十条为认定“黑暗模式”侵害消费者权益提供了直接依据。同时，该法第五十五条规定了“假一赔三”的惩罚性赔偿制度，为消费者维权提供了赔偿依据。

第二《反不正当竞争法》，如前文所述，该法第二条、第八条、第十二条可用于规制“黑暗模式”中的不正当竞争行为。2025年修订的《反不正当竞争法》进一步明确了算法不正当竞争的规制方向，为打击“大数据杀熟”“算法共谋”等黑暗模式提供了法律基础。

第三《民法典》，该法合同编中关于合同订立、履行、违约责任的规定，可用于认定平台与消费者之间的合同关系及平台的违约行为。而第一千零三十五条，人格权编中关于个人信息保护的规定可用于规制“默认数据共享”等侵害消费者个人信息的黑暗模式。

第四《电子商务法》，该法第十七条规定“电子商务经营者不得以虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者”，直接针对“评价造假误导”等黑暗模式；而第二十一条规定“电子商务经营者按照约定向消费者收取押金的，应当明示押金退还的方式、程序，不得对押金退还设置不合理条件”，为规制“取消障碍”“押金难退”等行为提供了依据。

3.1.2. 行政法规与部门规章层面

《网络交易监督管理办法》，2021年国家市场监督管理总局颁布的该办法是目前规制电子商务行为最具体的部门规章。其第十四条规定“网络交易经营者不得采用虚构交易、编造用户评价等方式进行虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者”；第十八条规定“网络交易经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的，应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费前五日，以显著方式提请消费者注意，由消费者自主选择；在服务期间内，应当为消费者提供便捷的随时取消服务的途径”，直接针对“默认自动续费”这一高频黑暗模式，明确了平台的提示义务与取消义务。

《互联网信息服务算法推荐管理规定》，2022年国家网信办等四部门联合颁布的该规定是针对“算法性黑暗模式”作出的专门规定。其第十八条规定“算法推荐服务提供者向消费者销售商品或者提供服务的，应当保护消费者公平交易的权利，不得根据消费者的偏好、交易习惯等特征，利用算法在交易价格等交易条件上实施不合理的差别待遇等违法行为”，明确禁止“大数据杀熟”；第二十一条规定“算法推荐服务提供者应当向用户提供不针对其个人特征的选项，或者向用户提供便捷的关闭算法推荐服务的选项”，为消费者抵御“个性化诱导推荐”提供了法律保障。

3.2. 现有法律规制体系存在的问题

3.2.1. 立法滞后性：概念模糊与类型缺失

平台经营者利用“黑暗模式”对消费者进行诱导，侵蚀其意思自治从而影响消费者自主选择权行使

的情形，我国相关研究较为落后，尚且没有专门性规定[7]。现有法律法规尚未对“黑暗模式”作出明确界定，导致实践中对“黑暗模式”的认定标准不统一。例如，《网络交易监督管理办法》仅针对“自动续费”、“虚假宣传”等具体行为作出规定，但未涵盖“算法共谋”、“个性化诱导推荐”等新型黑暗模式；对于“大数据杀熟”的认定，现有法律仅规定“不得实施不合理的差别待遇”，但未明确“不合理”的判断标准，导致监管部门在查处此类案件时面临“认定难”的问题。此外，随着技术的发展，“黑暗模式”不断迭代升级，如近期出现的“AI 虚拟主播诱导消费”、“沉浸式购物场景误导”等新型模式，现有法律尚未覆盖，存在规制空白。

3.2.2. 责任认定模糊：平台责任与第三方责任划分不清

现有法律未明确电子商务平台与第三方商家在“黑暗模式”中的责任划分。实践中，部分“黑暗模式”由第三方商家设计实施，比如商家自行设置虚假折扣，但平台未履行审核义务；部分“黑暗模式”，如默认勾选运费险由平台统一设计，但平台以“用户协议已明确告知”为由推脱责任。现有法律仅规定平台“应当对平台内经营者的经营行为进行监督”，但未明确监督的具体标准与失职责任，导致实践中责任认定困难，而“电商平台经营者”“算法服务推荐提供者”等都是算法服务主体的代称，在各法规中均未明确定义算法侵权承担责任主体，不仅影响算法侵权责任主体承担确定问题，而且模糊了算法技术设计者与使用者的界定[8]。

3.2.3. 消费者维权困难：举证难与成本高

消费者在维权过程中面临“举证难”与“成本高”的双重困境：一方面，“黑暗模式”具有技术性与隐蔽性，消费者难以收集证据。例如，“大数据杀熟”的价格差异需通过不同账号对比才能发现，消费者难以证明价格差异的存在及差异原因；“算法共谋”涉及平台后台数据，消费者无法获取，导致举证困难。另一方面，消费者维权成本高，现有维权途径如投诉、诉讼耗时较长，针对金额较小的电商纠纷，消费者往往耗费大量时间和精力却得不到应有的赔偿[9]。

4. 我国电子商务“黑暗模式”行为法律规制的优化路径

4.1. 完善专项立法、明确规制范围与认定标准

4.1.1. 界定“黑暗模式”的法律定义与类型

建议在修订《电子商务法》时，增设“黑暗模式规制”专章，明确规定电子商务经营者不得设计、使用黑暗模式。本办法所称黑暗模式，是指电子商务经营者利用技术优势与信息垄断地位，通过隐蔽化、诱导性或强制性的界面、功能或规则，干扰、误导或限制消费决策，侵害消费者合法权益或破坏市场竞争秩序的商业行为。同时，采用“列举 + 兜底”的方式，明确列举 15 类禁止的黑暗模式，包括虚假折扣误导、默认自动续费、大数据杀熟、算法共谋等，同时设置兜底条款，以应对新型黑暗模式的出现。

4.1.2. 明确“黑暗模式”的认定标准

针对实践中“认定难”的问题，需从以下三个维度明确认定标准：首先是主观故意性，平台是否具有通过黑暗模式获取不正当利益的主观故意，可通过平台的设计目的、是否告知消费者等因素判断，例如平台将“自动续费”设置为默认选项，且未以显著方式告知消费者，可认定为具有主观故意；其次是行为隐蔽性，平台的行为是否具有隐蔽性，可通过界面设计、信息披露方式等因素判断，例如选项字体颜色与背景色接近、信息隐藏在多级菜单之后，可认定为具有隐蔽性；再次是权益侵害性，平台的行为是否侵害了消费者权益或破坏了市场竞争秩序，可通过消费者的实际损失、对市场公平竞争的影响等因素判断，例如

消费者因自动续费遭受财产损失、平台因大数据杀熟获得超额利润，可认定为具有权益侵害性。

4.2. 构建协同监管机制、提升监管效率与威慑力

4.2.1. 明确核心监管主体与职责分工

一方面，建议以国家市场监督管理总局为核心监管主体，负责统筹协调电子商务“黑暗模式”的监管工作，具体可包括牵头制定相关规定如《电子商务黑暗模式监管指引》，明确“黑暗模式”的认定细则、各部门监管衔接流程、案件移送标准，统一全国监管尺度，避免因标准不统一导致的“监管空白”或“重复监管”。另外还可以查处跨多领域、社会影响恶劣的重大“黑暗模式”案件，如平台联合实施的算法共谋、全国性平台的大数据杀熟等，并且每年组织2次全国“黑暗模式”专项整治行动，汇总各部门监管数据，形成年度监管报告并向社会公开，营造良好的整治氛围，起到一定的预防作用。另一方面也要明确其他协同监管部门的职责，网信部门负责监管涉及个人信息保护的黑暗模式，如默认数据共享、强制授权信息等；工信部门负责监管涉及技术设计的黑暗模式，譬如算法共谋、大数据杀熟等，另外还可提供开发黑暗模式识别系统的技术支持。同时，还可以建立“监管联席会议制度”，定期召开会议，共享监管信息，协调监管行动。

4.2.2. 建立跨区域监管协同机制

针对跨区域黑暗模式行为，建议建立“全国电子商务黑暗模式监管信息平台”，实现地方监管部门之间的信息共享与案件移送。地方监管部门在发现跨区域黑暗模式行为时，需在24小时内将案件信息，比如平台名称、违法行为以及证据材料等上传至全国平台，供其他地区监管部门参考。若案件涉及多个地区，由核心监管主体，即国家市场监督管理总局指定牵头地区，其他地区配合调查，确保案件查处的统一性。对于重大跨区域案件，则由国家市场监督管理总局组织跨区域联合执法，提高执法效率。

4.3. 明确平台责任边界、强化平台的审核与监督义务

4.3.1. 划分平台与第三方商家的责任

建议在《电子商务法实施条例》中明确规定：平台自行实施的黑暗模式由平台承担全部责任，包括停止违法行为、退还消费者损失、支付罚款等；第三方商家实施的黑暗模式，若平台已履行审核义务，则由商家承担责任，若平台未履行审核义务，则与商家承担连带责任；平台与商家共同实施的黑暗模式则由双方承担连带责任，且平台的责任比例不低于50%。

4.3.2. 要求平台建立“黑暗模式内部审核制度”

建议监管部门出台《电子商务平台黑暗模式内部审核规范》，要求平台建立以下制度，首先是事前审核制度，平台在上线新功能、新界面前，需由内部合规部门审核是否存在黑暗模式，审核通过后方可上线；其次是事中监控制度，平台需建立实时监控系统，对第三方商家的界面设计、交易行为进行监控，若发现黑暗模式，需在24小时内责令商家整改，否则暂停商家的平台服务；另外是事后评估制度，平台每季度需对黑暗模式审核工作进行评估，形成评估报告，报送监管部门，评估报告需包括审核次数、发现的问题、整改情况等内容。

4.4. 健全消费者维权途径、降低举证难度与维权成本

4.4.1. 引入消费者集体诉讼制度

建议在修订《消费者权益保护法》时，增设“消费者集体诉讼”条款，规定消费者因同一电子商务黑暗模式行为遭受损害的，可以由消费者协会或其他依法成立的组织代表消费者提起集体诉讼，请求电子

商务经营者承担赔偿责任。同时明确集体诉讼的适用条件，一是存在同一黑暗模式行为，二是受害人人数众多，约 10 人以上，三是损害事实与黑暗模式行为存在因果关系。集体诉讼的判决效力及于所有受害人，受害人无需单独起诉，可直接依据判决获得赔偿。

4.4.2. 建立举证责任倒置规则

针对技术性强、消费者举证存在天然信息壁垒的“黑暗模式”行为，即那些具有依赖平台后台数据或者算法技术、消费者无法通过常规观察获取证据的特征的行为，建议在《民事诉讼法》司法解释中增设举证责任倒置规则，规定消费者主张电子商务经营者存在大数据杀熟、算法共谋等黑暗模式行为的，由电子商务经营者证明其行为符合法律规定，未侵害消费者权益；若电子商务经营者无法证明，则推定其存在黑暗模式行为。另外，为避免消费者滥用举证责任倒置规则，导致平台陷入“恶意诉讼”困境，可设计相关防范机制，比如初步审查机制，即在诉讼立案阶段由法院对消费者的初步举证材料进行审查，重点核查是否满足适用前提、是否属于适用范围，对初步证据不足、无合理线索的起诉，法院应裁定不予立案，并向消费者释明补充证据的要求。对明显无事实依据的恶意起诉，可依据《民事诉讼法》相关规定，对消费者作出训诫等处罚，从源头减少滥诉。

4.4.3. 搭建全国统一的电子商务投诉平台

建议由国家市场监督管理总局牵头，搭建“全国电子商务投诉平台”，该平台可具有以下功能：一键投诉功能，消费者可通过平台 APP、网站等渠道，一键提交投诉信息，平台自动将投诉信息分配至相关监管部门与电商平台；实时跟踪功能，消费者可实时查看投诉处理进度，监管部门与平台需在规定时间内作出回应，30 日内完成处理；调解机制功能，若消费者与平台就赔偿问题存在争议，平台可提供在线调解服务，邀请专业调解员进行调解，调解达成的协议具有法律效力；法律援助功能，平台为经济困难的消费者提供免费法律援助，帮助其提起诉讼或申请仲裁。

5. 结论

本文通过对数字经济下电子商务中滥用黑暗模式行为的法律规制研究，得出以下结论：电子商务中的“黑暗模式”是平台利用技术优势与信息垄断地位实施的不正当商业行为，具有技术性、隐蔽性、诱导性与危害性特征，主要分为误导性、强制性、默认性与算法性四类，其法律属性表现为侵害消费者权益、构成不正当竞争行为，部分情形下还构成违约行为；我国现有法律规制体系已初步形成，涵盖《消费者权益保护法》《反不正当竞争法》《电子商务法》等法律法规，监管部门也开展了专项整治行动，但仍存在立法滞后性、监管碎片化、责任认定模糊与消费者维权困难等问题；我国需从完善专项立法、构建协同监管机制、明确平台责任边界、健全消费者维权途径四个维度，优化电子商务黑暗模式行为的法律规制，具体包括界定黑暗模式的定义与类型、明确认定标准、建立协同监管机制、开发技术监管工具、划分平台与商家责任、引入集体诉讼制度、建立举证责任倒置规则等措施。

参考文献

- [1] 中国信息通信研究院. 中国数字经济发展报告(2024 年) [R]. 北京: 中国信息通信研究院, 2024.
- [2] 国家市场监督管理总局. 2024 年全国 12315 平台投诉举报分析报告[R]. 北京: 国家市场监督管理总局, 2024.
- [3] 刘颖, 刘佳璇. 数字经济中黑暗模式的法律规制: 基本原理、域外方案与本土路径[J]. 上海财经大学学报, 2024, 26(5): 122-138.
- [4] Brignull, H. (2019) Dark Patterns: Deceptive Design in Digital Products. Routledge.
- [5] 胡灵芳. 论我国网络交易虚假信用评价行为的法律规制[D]: [硕士学位论文]. 杭州: 浙江工商大学, 2023.
- [6] 杨菲. 电子商务中滥用黑暗模式行为的法律规制[J]. 中国流通经济, 2022, 36(8): 40-50.

- [7] 赵玉婷. 算法价格歧视下消费者权益保护问题研究[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东财经大学, 2025.
- [8] 朱坤帝. “算法”变“算计”?——大数据时代算法杀熟的法律规制[J]. 东南大学学报(哲学社会科学版), 2025, 27(S1): 27-30.
- [9] 范易辰. 电子商务中消费者权益法律保护问题研究[J]. 中国电子商情, 2025(7): 19-21.