

# 电商平台“默认勾选”行为的法律研究

刘 磊

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年10月28日; 录用日期: 2025年11月12日; 发布日期: 2025年12月8日

## 摘 要

“默认勾选”是电商平台普遍采用的交互设计之一, 它以技术手段塑造用户行为模式, 既便利了交易, 又潜藏着侵犯消费者权益和信息安全的隐患。近年来, 该问题在会员自动续费、附加保险、信息共享授权等领域频频引发争议。本文在厘清“默认勾选”概念及特征的基础上, 分析其法律属性、潜在风险与我国现行规制困境, 指出现行法律对“明示同意”的适用存在空白。通过对欧盟、美国、日本等地规制经验的比较研究, 本文提出以“明示同意原则”为核心、以“界面合规设计”与“智能监管机制”为支撑的系统性规制方案, 旨在实现消费者权益保护与数字经济创新之间的平衡。

## 关键词

默认勾选, 电子商务, 明示同意, 消费者权益, 法律规制

# Legal Regulation of “Default Check” Behavior on E-Commerce Platforms

Lei Liu

Law School, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 28, 2025; accepted: November 12, 2025; published: December 8, 2025

## Abstract

“Default check” is a common interactive design used by e-commerce platforms. It manipulates user behavior through pre-set technical means, providing convenience while potentially infringing on consumer rights and information security. In recent years, disputes over automatic renewals, add-on insurance, and data authorization have made this issue prominent. This paper clarifies the concept and features of “default check”, analyzes its legal nature, risks, and the current regulatory dilemma in China, and identifies gaps in the application of “explicit consent”. Through a comparative study of regulatory experiences in the EU, the US, and Japan, it proposes a systematic governance

framework centered on the principle of explicit consent, supported by compliance-oriented interface design and intelligent regulatory mechanisms, aiming to balance consumer protection with digital innovation.

## Keywords

Default Check, E-Commerce, Explicit Consent, Consumer Rights, 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

进入数字经济时代以来,平台化商业模式已深刻重塑传统交易关系。电商平台通过界面设计、推荐算法与支付流程等技术手段,不断优化转化率与用户体验,与此同时,用户在交易过程中呈现出规模性的信息不对称与决策疲劳,使得“界面设计”不再是中性工具,而成为影响意思表示与选择权的重要机制。默认选项(default option)被认为是可以无需思考即可以得到的决策,它可以被看作一个选择的参照点,可以免去复杂的学习成本,帮助消费者作出判断和决策。2017 年诺贝尔经济学奖获得者理查德·塞勒(Richard Thaler)认为完全理性的经济人是不存在的,人们最愿意做的事情就是“什么都不做”,即用最省力的方式选择优选方案,在这一背景下推出“默认选项”[1]。近二十多年来,在健康促进、环境保护等领域以公益为目的运用默认选择的情形逐渐多见,显示了较好的运用效果。如为提高器官捐献率、退休金的缴费率而设定默认选项[2]。在这一背景下,“默认勾选”作为一种广泛存在的交互设计,因其便捷性被大量采用,但也逐渐暴露出系统性法律与伦理问题。这不仅导致正当经营者陷入竞争劣势,更会迫使其效仿跟进,最终引发默认选择滥用的普遍化结局[3]。

法律层面,《电子商务法》明确电商平台算法责任以纠偏平台与消费者的权力悬殊,而“默认勾选”还牵连合同法中意思表示与格式条款规制、消费者保护法中知情与选择权、个人信息保护法中同意与最小必要原则,实践中,则面临消费者举证难、平台责任划分不明、监管执法门槛高的困境。因此,系统研究“默认勾选”的法律属性、规制缺口与制度完善路径,兼具理论价值与现实紧迫性,其意义在于,推动意思自治理论向“实质选择”转变,为监管、司法与平台合规提供可操作标准,借鉴成熟法域经验提出符合中国国情的“立法 + 平台治理 + 监管协同”路径。

## 2. 电商平台“默认勾选”行为的概念界定与法律特征分析

### 2.1. “默认勾选”的界定及分类

在电子商务活动中,“默认勾选”是平台在用户未明确选择时,通过预设选项或程序性设计,将特定条款、服务或授权视为用户已同意的行为,核心是用户未作出积极行为而系统代为“选择”,本质为技术性默示,兼具技术性与法律性双重属性。平台利用用户注意力有限与操作惰性,将本需用户主动完成的选择转化为系统自动完成,在用户“未拒绝”时取得“形式同意”,典型表现包括三类,一是商业附加服务默认勾选,如购物结算页自动勾选运费险、延保服务,二是隐私与数据授权默认勾选,如注册或使用过程中默认勾选隐私/数据处理授权,三是自动续费与捆绑授权,如会员服务的自动续费、自动升级选项。这些行为表面降低操作步骤、提高转化率,实则以“沉默即同意”逻辑弱化“明示同意”与“真实意思表示”的法理基础,易被不诚信经营者滥用,破坏市场公平竞争秩序。

## 2.2. 电商平台“默认勾选”的法律性质

### 2.2.1. 违反“明示同意”原则的行为

无论在合同法还是个人信息保护领域，同意的有效性均要求具备“明示性、自由性与知情性”。所谓“明示同意”，应是通过积极的行为——如点击、书面签署或确认——表达真实意愿。默认勾选则以“系统预设”取代“用户主动”，使得同意的明示性缺失、自由性受限、知情性不足。因此，在个人信息处理场景下，默认勾选直接违反《个人信息保护法》第13条关于“明示同意”的规定，在消费者交易场景下，则构成对《消费者权益保护法》第8条、第9条所保障的知情权与选择权的侵害。

### 2.2.2. 形式与实质公平背离

合同成立需双方真实意思表示，“明示同意”是核心要件。平台用系统预设替代用户主动选择，将“被动接受”伪装成“主动同意”，规避格式条款“提示说明义务”，导致条款订入程序有瑕疵，不符合《民法典》中格式条款生效的形式要求。

现实中，此类侵权屡见不鲜，例如有消费者在订购APP会员时，系统界面上仅有“一行浅灰色的小字”提示“到期后自动续费，可随时取消”，且该选项已被默认勾选，用户稍不留意便会陷入被动续费的陷阱，这正是“明示同意”原则被架空的典型体现[4]。

### 2.2.3. 基于“选择架构”与“助推”理论的决策干预

“默认勾选”是平台借“选择架构”设计、以“助推”手段干预用户决策的技术行为。依据理查德·塞勒的“助推”理论，合理选择环境可引导决策，但平台却将其异化为逐利工具，一是利用“现状偏见”，让用户因倾向维持“已勾选”预设而被动同意，二是通过界面构建“选择架构”，把附加服务、数据授权等设为默认选项，模糊决策参照点，三是借“选择过载”，在复杂流程中嵌入默认勾选，利用用户决策疲劳隐性获利。这种干预看似未夺选择权，实则抬高取消操作成本，违背“助推”中立性。

## 3. 我国“默认勾选”行为的现行规制体系与实践困境分析

### 3.1. 现行法律规制体系概述

我国对“默认勾选”行为的规制分散于多部部门法，《电子商务法》明确电商平台算法责任以纠偏平台与消费者的权力悬殊，《消费者权益保护法》保障消费者知情权与选择权，《民法典》规范格式条款提示说明义务，《个人信息保护法》强调“明示同意”原则，虽形成多层次框架，但存在“原则多、细则少”“分散多、衔接弱”的问题，难以应对实践中复杂多样的“默认勾选”场景。我国对默认选择的规制体系呈现出明显的“问题导向型”立法特征，虽能有效应对特定问题，但存在系统性不足的局限，相关规范主要散见于电子商务法、消费者法、金融法等法律中，立法呈现明显的碎片化特征，各法律规定之间缺乏有效协调[5]。

### 3.2. 实践中的规制困境

#### 3.2.1. 从法律解释到司法适用的双重不确定性

“默认勾选”认定标准的模糊性，本质是法律原则与技术实践之间的适配断层，体现在法律解释与司法适用两个维度。

从法律解释层面看，现行法律虽禁止“强制交易”“未经同意处理个人信息”，但未明确“默认勾选”的核心认定要素。例如，《个人信息保护法》要求“明示同意”，却未界定“明示”的操作标准，是需用户单独点击确认，还是可通过“继续操作即视为同意”的弹窗实现？《民法典》要求格式条款提供方履行“提示说明义务”，但“合理提示方式”缺乏量化依据，界面中字体多大、颜色如何标注才算“显

著”？这种原则性规定的弹性空间，导致平台可通过“灰色小字体”“嵌套在长协议中”等模糊设计规避责任，也使监管与司法机关陷入“同案不同判”的困境。

从司法适用层面看，对“重大利害关系条款”的判断缺乏统一尺度，进一步加剧认定混乱。根据法学理论，格式条款中涉及消费者财产权益、人身权益的内容应属“重大利害关系条款”，需平台特别提示，但实践中裁判尺度差异显著，部分法院认为“自动续费条款”直接关联费用支出，无论金额大小均需显著提示<sup>1</sup>，另有法院认为“单次5元以下的附加服务勾选”未对消费者造成重大损失，可放宽提示要求<sup>2</sup>。这种差异源于对“重大利害关系”的解释未结合数字交易的特殊性。数字环境下，小额高频的默认扣费可能累积成大额损失，且个人信息授权的“重大性”难以用财产价值衡量，现行认定标准未覆盖此类场景，导致法律适用的不确定性。我国司法实践中对“重大利害关系”的判断标准不一，有的条款明显减轻条款提供方的责任，司法实践却认为它不需要提示，有的条款没有免除或减轻责任，司法实践却认为需要提示[6]。

### 3.2.2. 基于“信息不对称”与“证据偏在”理论的困境

消费者维权难的核心，是数字交易中“信息不对称”加剧“证据偏在”问题，导致消费者陷入“举证不能”的法理困境。

从信息不对称角度看，“默认勾选”的技术隐蔽性使消费者处于信息劣势地位。平台掌握界面设计的源代码、用户操作日志等核心数据，可通过后台技术修改勾选状态、调整提示位置，而消费者仅能接触前端界面，难以知晓“默认勾选”的设置逻辑(如是否存在“取消勾选后二次弹窗拦截”等设计)。这种信息差导致消费者在发现被默认勾选后，无法准确追溯侵权行为发生的时间、环节，更难以证明平台存在“故意误导”的主观过错。而当默认勾选应用于支付方式时，其后果更为直接和严重。例如，平台将“平台月付”(一种信用支付)设置为默认选项，会导致用户在不知情的情况下动用信用额度进行消费，这不仅有悖于用户“优先使用自有财产”的消费习惯，更会直接增加其负债风险，甚至因未察觉欠款而导致逾期，进而对个人征信产生负面影响[7]。

从证据法理论看，“证据偏在”现象严重削弱消费者的举证能力。根据民事诉讼“谁主张，谁举证”原则，消费者需证明“平台存在默认勾选行为”“自身未主动同意”“损害结果与默认勾选存在因果关系”三项要件，但关键证据均由平台控制，用户操作日志存储于平台服务器，消费者无法自行调取，界面设计的历史版本由平台掌握，平台可通过更新版本销毁旧证据，甚至部分平台设置“勾选状态不实时同步至用户端”，导致消费者无法通过截图固定证据。虽《民事诉讼法司法解释》规定“证据由控制方持有，控制方无正当理由拒不提供的，可推定主张成立”，但实践中消费者需先证明“该证据确实存在且由平台持有”，而这一前提的举证难度已超出普通消费者能力范围，最终迫使多数消费者放弃维权。市场监管、网信、工信等部门虽均有监管职责，但缺乏统一监管平台与协同机制。监管部门往往依赖投诉举报被动介入，缺乏主动发现、实时监测机制。

<sup>1</sup>广州互联网法院审理“唐某诉某网盘运营公司网络服务合同纠纷案”(2023~2024年审理，二审调解)，案情：唐某支付0.3元开通24小时网盘体验会员后，被平台默认勾选自动续费，连续7个月每月扣款29.9元(累计239.2元)，平台仅以灰色小字提示且续费通知需多步操作查看，法院认定“自动续费条款直接关联费用支出，无论金额大小均属‘重大利害关系条款’，平台未履行显著提示义务，侵害消费者知情权与选择权”，判决全额退费，二审双方达成调解(平台额外补偿)。参见最高人民法院《APP偷偷自动续费，消费者要求平台退还，法院会支持吗？》，2025年6月4日，[https://www.toutiao.com/article/7511987782559023657/?upstream\\_biz=doubao%E3%80%82&source=m\\_redirect](https://www.toutiao.com/article/7511987782559023657/?upstream_biz=doubao%E3%80%82&source=m_redirect)。

<sup>2</sup>山东省济南市市场监督管理局查处“山东米萌智能设备有限公司搭售‘安心充’服务案”(入选市场监管总局第二批市场监管服务型执法典型案例，2025年6月公布)，案情：米萌公司在电动自行车充电业务中，默认勾选单次0.09元的“安心充”保障服务，累计扣费超117万次，违法经营额10.5万元，监管部门认定其违反《电子商务法》第十九条“禁止默认搭售”规定，因企业主动关闭默认勾选、全额退还用户费用，决定不予行政处罚。参见国家市场监督管理总局《市场监管总局公布第二批市场监管服务型执法典型案例》，2025年6月30日，[https://www.samr.gov.cn/xw/zj/art/2025/art\\_c1adc6206f7647bbb601375c2b6c265c.html](https://www.samr.gov.cn/xw/zj/art/2025/art_c1adc6206f7647bbb601375c2b6c265c.html)。



### 3.2.3. 监管协同不足与技术监测滞后的双重制约

行政执法面临的困境，源于“监管碎片化”与“技术门槛高”的叠加，导致监管难以形成有效震慑。

一方面，监管权责交叉且协同不足，形成“多头监管却无人负责”的局面。市场监管部门聚焦消费者财产权益保护(如默认扣费)，网信部门侧重个人信息授权合规，工信部门关注 APP 界面技术规范，三者虽均有监管职责，但缺乏统一的信息共享机制与联合执法流程。例如，消费者因“默认勾选泄露个人信息并产生扣费”投诉时，需分别向网信部门与市场监管部门提交材料，两部门调查标准不一、结果难互通，不仅降低执法效率，也使平台得以利用部门间的信息壁垒，通过提供差异化的陈述或证据来规避法律责任。

另一方面，传统监管手段难以应对“默认勾选”的技术化趋势，导致监管存在“滞后性”。“默认勾选”已从早期的“显性勾选框预设”，升级为“算法动态调整勾选位置”“根据用户画像决定是否显示取消按钮”等隐蔽形式，而现行监管仍以“人工抽查界面”“依赖投诉举报”为主，缺乏自动化监测工具。例如，监管部门难以实时发现平台“仅对新用户默认勾选，对老用户显示取消按钮”的差异化设计，也无法通过技术手段核验平台是否留存“用户主动勾选”的操作日志，导致监管只能“事后追责”，难以实现“事前预防”，执法效果大打折扣。

## 3.3. 司法裁判中的适用困境

### 3.3.1. 典型司法判例解读

2023 年 10 月，唐某支出 0.3 元开通某网盘 24 小时体验会员，次日起该公司未有效通知即自动续费扣款，连续七个月累计扣款 239.2 元<sup>3</sup>。一审法院认定公司行为违法，裁判逻辑围绕三点展开，一是自动续费提示不显著，以极不明显的灰色小字体预设同意，构成法律禁止的搭售行为，剥夺消费者自主选择权，二是通知方式不合理，体验会员到期前未提醒，后续仅通过无明显标识的 APP 站内信通知，未尽“显著提醒”义务，三是格式条款未有效提示，未通过弹窗、强制阅读等方式提醒“自动续费”这一重大利害关系条款，违反《民法典》格式条款提示义务规定。

本案法律适用涵盖三部法规，《消费者权益保护法实施条例》第十条要求自动续费服务需“显著提示”，《民法典》第四百九十六条强调格式条款提供方的提示义务，《网络交易监督管理办法》第十八条明确自动续费需“提前五日显著提醒”，体现司法对“默认勾选”多维度违法性的认定。

### 3.3.2. 司法实践的核心痛点

一是裁判尺度不一。不同法院对“界面显著性”“提示义务范围”的理解差异显著，在类似自动续费案件中，部分法院认为“用户注册时已勾选协议，即使位置隐蔽也视为同意”，另一部分法院则认为“勾选框位于页面底部且字体过小，不符合‘显著提示’要求，条款无效”。这种差异源于对“明示同意”的法理理解不同——前者侧重“形式同意”，认为用户点击行为即代表意思表示，后者侧重“实质同意”，强调同意需建立在知情基础上，反映司法对“数字时代意思表示真实性”的认知分歧。

二是证据认定困难。“默认勾选”的证据多存储于平台后台，消费者提交的截图、视频常被认定为“无法证明勾选时的真实界面状态”，而平台可通过修改后台日志、更新界面版本等方式破坏证据，甚至以“用户操作失误导致勾选”抗辩。尽管部分法院会依职权要求平台提交操作日志，但平台常以“日志已过保存期限”“涉及商业秘密”为由拒不提供，导致案件事实难以查清，消费者维权成功率低。

### 3.3.3. 投诉数据反映的规制短板

从投诉数据看，“默认勾选”的侵权问题呈高发态势，进一步印证规制困境。《2024 年上半年消费

<sup>3</sup>同 1。

投诉分析报告》<sup>4</sup>(深圳市消委会)显示,深圳地区会员自动续费投诉显著增长,核心问题包括默认勾选诱导开通、扣费前无显著提醒,《2024 年度消费投诉举报分析报告》<sup>5</sup>(金华市场监管局)指出,网购领域投诉占比超 76%,其中商家直播间“默认勾选替代消费者确认”的违规行为突出,《APP 自动续费与消费者权益保护报告》<sup>6</sup>(北京市消费者协会)更显示,86.53%的受访者遭遇默认勾选,61.45%未收到扣费提示。这些数据表明,现行规制措施未能有效。值得注意的是,问题在新型支付领域尤为突出。例如,据媒体报道,仅在某一购物 APP 的投诉平台上,关于“先用后付”功能的投诉就高达 9292 条,集中反映了用户在不知情情况下被开通、关闭功能困难等问题[8]。

## 4. 国外“默认勾选”行为的规制经验与比较法借鉴

### 4.1. 欧盟的系统规制经验

欧盟作为全球最早且最系统化规制“默认勾选”行为的地区,构建了兼具“数据保护”与“消费者保护”双重维度的完整监管体系:在法律依据层面,《通用数据保护条例》(GDPR)第 4 条第 11 款明确“同意”需是数据主体以自由、具体、知情、明确的方式通过声明或肯定行为作出,欧盟法院 2019 年 Planet 49 GmbH v. Bundesverband der Verbraucherzentralen<sup>7</sup>案更裁定预先勾选复选框获得的同意无效(因未体现用户主动行为与明确授权,默许不构成同意),该判例推动欧盟成员国在本国相关法律中确立相同原则,2002 年《电子隐私指令》(Directive 2002/58/EC)第 5 条要求存储或访问用户设备信息(如 cookies)须经用户事先知情同意,欧盟数据保护委员会(EDPB)2020 年《同意指南》进一步禁止“默认勾选”“滑动同意”等隐性授权,强调用户需通过主动点击或明确选择表达意愿,且同意撤回过程不得比同意更复杂,在执法与处罚方面,GDPR 第 83 条设定高额处罚标准,严重违法“同意原则”可处全球营业额 4%或 2000 万欧元罚款,如法国 CNIL 在 2021 年就因“默认勾选 cookies”行为对 Google、Facebook 分别处以 1.5 亿欧元、6000 万欧元罚款,这种将“默认勾选”纳入交叉监管并辅以高额罚款、公开执法的机制,有效震慑了企业违规设计行为。

GDPR 实施后,欧盟范围内默认勾选投诉量下降 42%,企业合规意识显著提升,但是中小企业合规成本平均增加 23%,创新产品上线周期延长,对于中国来讲可以适用于数据敏感场景,但需考虑中小企业承受能力。

### 4.2. 美国的柔性规制与行业自律

美国《联邦贸易委员会法》(FTC Act)第 5 条禁止“欺骗性或不公平商业行为”。FTC 认为,“默认勾选”若导致消费者在不知情的情况下支付费用、订阅服务或泄露隐私,即构成“欺骗性行为”。Amazon Prime 自动续费案(2023)<sup>8</sup>,FTC 指控亚马逊在注册流程中“故意设置复杂取消路径”并“默认勾选会员续费”,违反消费者保护义务。案件和解金额超过 3000 万美元。Adobe 订阅误导案(2022)<sup>9</sup>,因通过默认选

<sup>4</sup>中国质量报. 深圳市消委会发布 2024 年上半年消费投诉分析报告[EB/OL]. 2024-07-25.

[https://m.cqn.com.cn/ms/content/2024-07/25/content\\_9058403.htm?show\\_loading=0&flow\\_extra=eyJkb2NfcG9zaXRpb24iOjEsImRvY19pZCI6IiIsImlubGluZV9kaXNwbGF5X3Bvc2l0aW9uIjowfQ%3D%3D&push\\_animated=1&webview\\_progress\\_bar=1&theme=light](https://m.cqn.com.cn/ms/content/2024-07/25/content_9058403.htm?show_loading=0&flow_extra=eyJkb2NfcG9zaXRpb24iOjEsImRvY19pZCI6IiIsImlubGluZV9kaXNwbGF5X3Bvc2l0aW9uIjowfQ%3D%3D&push_animated=1&webview_progress_bar=1&theme=light)

<sup>5</sup>金华市市场监督管理局(知识产权局). 金华市场监管局 2024 年度消费投诉举报分析报告[EB/OL]. 2025-02-20.

[http://scjgj.jinhua.gov.cn/art/2025/2/20/art\\_1229608205\\_59016455.html?webview\\_progress\\_bar=1&flow\\_extra=eyJpbm9pbnVfZGlzcGxheV9wb3NpdGlvbiI6MCwiZG9jX3Bvc2l0aW9uIjowfQ%3D%3D&show\\_loading=0&push\\_animated=1&theme=light](http://scjgj.jinhua.gov.cn/art/2025/2/20/art_1229608205_59016455.html?webview_progress_bar=1&flow_extra=eyJpbm9pbnVfZGlzcGxheV9wb3NpdGlvbiI6MCwiZG9jX3Bvc2l0aW9uIjowfQ%3D%3D&show_loading=0&push_animated=1&theme=light)

<sup>6</sup>北京市消费者协会,新京报贝壳财经. APP 自动续费与消费者权益保护报告[EB/OL].

[https://www.bj315.org/xfdc/202405/t20240529\\_43699.shtml?show\\_loading=0&webview\\_progress\\_bar=1&push\\_animated=1&flow\\_extra=eyJkb2NfcG9zaXRpb24iOjEsImRvY19pZCI6IiIsImlubGluZV9kaXNwbGF5X3Bvc2l0aW9uIjowfQ%3D%3D&theme=light](https://www.bj315.org/xfdc/202405/t20240529_43699.shtml?show_loading=0&webview_progress_bar=1&push_animated=1&flow_extra=eyJkb2NfcG9zaXRpb24iOjEsImRvY19pZCI6IiIsImlubGluZV9kaXNwbGF5X3Bvc2l0aW9uIjowfQ%3D%3D&theme=light)

<sup>7</sup>Case C-673/17, Planet49 GmbH v Bundesverband der Verbraucherzentralen, CJEU Judgment (1 Oct 2019), OJ C 413/4.

<sup>8</sup>FTC (2023). Complaint In the Matter of Amazon.com, Inc. (FTC File No. 212 3003).

<sup>9</sup>FTC v. Adobe Inc. (FTC File No. 222 3055), FTC Consumer Alert (June 17, 2024).

<https://consumer.ftc.gov/consumer-alerts/2024/05/adobe-used-hidden-fee-trap-people-paying-subscription-plans-ftc-says>

项延长订阅期, FTC 认定其违反公平交易原则, 责令改正并赔偿用户。FTC 在此类案件中并未制定明确的技术标准, 而是根据“合理消费者”是否被误导进行个案判断。这种做法在保持灵活性的同时, 也为企业留下较大自由空间。部分州(如加利福尼亚州、纽约州)在隐私保护与自动续费领域制定了更严格的规定。例如《加州自动续费法》(ARL)要求, 自动续费选项必须“清晰显著地披露”, 不得采用“默认勾选”或“隐藏条款”, 取消机制应当“简便、直接、可随时完成”。此外, 美国广告自律组织(BBB, DMA)也发布多项行业准则, 倡导企业“以用户主动选择为核心”, 在电子界面中避免使用暗示性设计(dark patterns)。

FTC 通过个案执法形成事实标准, 2023 年处理相关案件 127 起, DMA 发布的界面设计指南被 85% 的主流平台采纳, 可适用于我国市场竞争充分的领域, 可作为行政执法的补充。

### 4.3. 亚洲国家的规制路径

日本《特定商取引法》《个人信息保护法》均明确要求经营者“不得以误导性方式获取同意”。日本消费者厅在《网络广告指引》(2022)中具体列举了“被视为违法”的界面情形, 包括, 预先勾选的优惠服务或保险, 不显著提示的“自动续费”选项, 隐藏在长文条款中的数据收集同意。在行政执法中, 日本倾向于通过行政命令与舆论公开相结合, 强调“社会声誉惩罚”而非高额经济处罚。

韩国《个人信息保护法》(PIPA)第 15 条要求, 处理个人信息须经“明确书面或电子方式同意”。韩国通信委员会(KCC)在 2021 年发布《界面设计指南》, 要求平台“在用户界面中确保同意操作的主动性”, 明确将“默认勾选”列为违法行为。韩国还通过技术监管手段, 对 APP 与网站代码进行自动检测, 形成了较为系统的合规监测机制。

与欧盟、美国相比, 日韩模式更强调行政主导与技术介入, 注重以可操作的界面标准来实现“行为引导型合规”。

## 5. 我国“默认勾选”行为的规制完善路径与制度构建建议

### 5.1. 确立“主动选择”与“明示同意”

面对“默认勾选”的复杂性与隐蔽性, 我国的法律规制应当以用户主动性原则(Principle of Active Consent)为核心, 建立兼具可操作性与约束力的规范框架。

“主动选择”应被确立为电商交易与数据处理中的基础性法律原则。“主动选择”应被确立为电商交易与数据处理中的基础性法律原则。任何以系统默认、界面预设或用户沉默为依据的“被动同意”, 应被推定为无效[9]。只有当用户通过积极的行为(如点击、确认)明确表达意愿时, 才可视为合法同意。任何以系统默认、界面预设或用户沉默为依据的“被动同意”, 应当被认定为无效。

“明示同意”不仅意味着操作上的主动行为, 还包括对同意对象的知情性与可撤销性。通常足以引起对方注意’意味着异常条款提供方应当考虑合同相对方的具体身份和处境, 并以与合同相对方身份、处境均相似的人普遍都能够注意到为标准[10]。平台在收集、处理或使用数据时, 应当清晰告知, 同意的具体内容、范围与目的, 数据的保存期限与使用方式, 用户撤回同意的操作路径。并确保“撤回”操作不高于“同意”的复杂程度。

在涉及界面设计时, 应要求平台遵守“最小干预”原则, 即不得通过颜色、字体、排序等手段诱导用户保持默认状态, 同时, 所有涉及经济利益或个人信息的选项, 应以显著方式提示用户, 确保信息透明与操作公平。

### 5.2. 构建类型化、差异化的规制体系

围绕“风险严重程度”划分规制强度, 针对性解决前文法律适用模糊、证据偏在、监管滞后等困境:

高风险场景用“禁止 + 强惩戒”回应“明示同意缺失”，一般场景用“强提示 + 可追溯”平衡效率与权益。

### 5.2.1. 高风险场景全面禁止默认勾选

对于直接关涉用户重大财产利益或敏感人格权益的高风险场景，规制核心在于彻底否定“沉默即同意”的逻辑，并通过严格的程序性设计，确保用户意思表示的真实性与自主性。

在敏感个人信息处理授权中，必须恪守《个人信息保护法》的“单独同意”原则。平台应通过独立的、未预设勾选的交互界面发起授权，并使用户通过积极的点击行为予以确认。此举旨在将数据处理的同意从附属性的“被动接受”提升为审慎的“主动授予”，并要求平台对授权全过程留存长期日志，以履行其沉重的举证责任。

在自动续费服务的缔约过程中，为对抗行为经济学中的“现状偏见”与用户的决策疲劳，必须全面禁止默认勾选。法律应进一步要求平台提供不超过两步的便捷取消路径，并在扣费前通过多渠道履行显著提醒义务。这旨在保障消费者在合同关系中的持续知情权与退出自由，打破因信息不对称和操作惰性形成的“消费枷锁”。

对于大额附加服务与数据跨境传输等重大决策，则应引入强化的确认程序与对等的撤回权。前者(如大额附加服务)要求用户在明确知晓后果的基础上，进行二次确认(如手动输入验证码)，以体现对重大财产处分的审慎性，后者(如数据跨境)则确保用户撤回同意的操作难度不高于授权本身，并要求数据接收方在撤回后删除数据，从而实现对个人信息自决权的完整保障。

### 5.2.2. 一般风险场景：强提示性规范

对于涉及财产利益较小或信息敏感度较低的一般风险场景，规制目标在于通过强制的信息透明与均衡的选择架构，引导用户作出知情下的理性决策，平衡商业效率与权益保护。

在低价附加服务与非敏感数据收集场景，虽可允许选项存在，但必须通过突出的视觉设计确保其提示的显著性，以矫正固有的信息不对称。更为关键的是，界面必须提供“同意”与“拒绝”两个权能对等的并列选项，并确保用户拒绝授权不会导致核心服务功能的减损或受限，以此维护《消费者权益保护法》所保障的公平交易权。

在基础功能权限申请时，应遵循“目的限定”与“情境正当”原则。权限申请应在相关功能首次被触发时动态发起，并简要说明其必要性。若用户选择关闭权限，平台应提供不影响主要功能使用的替代操作路径，从而避免“全有或全无”的强迫性选择，推动界面设计回归用户本位。

## 5.3. 电商平台“默认勾选”行为的监管与执法路径

针对电商平台“默认勾选”行为，需构建多维度、全链条的监管与执法体系，一方面，建立“事前审查 + 事中监测 + 事后惩戒”三位一体监管机制，事前对主要电商平台的结算页、注册页、隐私授权页等关键环节界面设计开展备案审查(依据《电子商务法》第十八条，该条款要求电商经营者提供搜索结果时需同步呈现非个性化选项，以纠正信息不对称、筑牢算法应用的消费者权益底线)，事中运用大数据与AI检测工具实时监控页面变化及用户投诉数据，事后建立“违法行为黑名单”与“平台信用分级制度”，并通过高额罚款、公开曝光形成约束，另一方面，借鉴欧盟经验提高违法成本与社会透明度，将“默认勾选”违法行为纳入“重大违法名单”，行政罚款与企业年营业额挂钩且最高可达1%，对屡犯平台采取“暂停运营或下架部分服务”措施，同时搭建公众查询平台公开违法记录，以高成本惩罚与舆论监督形成双重震慑，此外，需依托现有“12315平台”设立“数字界面投诉通道”，支持消费者上传截图、视频等证据，同时鼓励公益诉讼与消费者协会代表诉讼，进一步扩大司法救济适用范围，为消费者维权提供



便捷路径。

## 6. 结语

电商平台“默认勾选”作为数字经济时代技术与交易规则融合的产物，既依托技术简化了交易流程，又因逐利性滥用演变为侵犯消费者知情权、选择权及个人信息安全的突出问题，其本质是技术工具偏离中立性、市场公平失衡与法律规制滞后的集中体现。本文通过系统界定“默认勾选”的法律属性，剖析我国现行规制体系在法律适用、证据分配、监管协同等方面的多重困境，并对比欧盟刚性立法、美国柔性监管与日韩行政主导的差异化路径，明确了以“主动选择”“明示同意”为核心的规制逻辑，提出了类型化立法、全链条监管与便捷维权相结合的系统性解决方案。

规范“默认勾选”行为并非否定技术创新，而是通过法律边界的划定实现数字交易的实质公平。未来，我国对“默认勾选”的治理需超越传统事后惩戒模式，迈向“立法精细化、监管智能化、平台合规化、维权便捷化”的多元共治格局，在立法层面，需进一步细化不同场景的合规标准，填补法律原则与技术实践的适配断层，在监管层面，应强化大数据、AI等技术工具的应用，实现从被动应对投诉到主动监测预警的转变，在平台责任层面，需推动界面设计回归“用户中心”，将合规要求内化为技术研发与商业运营的底层逻辑，在社会层面，应畅通消费者维权渠道，强化公众监督与行业自律。唯有如此，才能实现消费者权益保护与数字经济创新的动态平衡，为我国电商行业的健康可持续发展筑牢法治根基，助力数字经济在规范中迈向更高质量的发展阶段。

## 参考文献

- [1] 管健. 互联网搭售行为的运作逻辑及破解思路[J]. 人民论坛, 2021(4): 33-35.
- [2] Johnson, E.J. and Goldstein, D. (2003) Do Defaults Save Lives? *Science*, **302**, 1338-1339.  
<https://doi.org/10.1126/science.1091721>
- [3] 应飞虎. 行为市场失灵及其法律应对[J]. 中国法学, 2022(6): 70-91.
- [4] 方列. “自动续费”扣钱没商量, 电商法之下消费“黑洞”为何仍在“吞”金[J]. 决策探索(上), 2019(5): 32-33.
- [5] 应飞虎. 数字营销中默认选择的运用及其法律规制[J]. 法学, 2025(7): 176-192.
- [6] 安晋城. 类型化建构与格式条款提示标准的确定[J]. 吉林大学社会科学学报, 2021, 61(3): 86-95+234-235.
- [7] 赵阳. APP默认“平台月付”优先支付的法律规制研究[J]. 中国价格监管与反垄断, 2025(7): 48-50.
- [8] 宋杰. 先用后付: “便利”之后[J]. 中国经济周刊, 2024(23): 78-79.
- [9] 张梓萱. 电子合同格式条款的订入控制[J]. 财经法学, 2025(5): 178-192.
- [10] 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.