

电子商务格式条款“隐蔽性”问题对消费者的误导及法律规制

吴平秀

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年10月14日; 录用日期: 2025年10月28日; 发布日期: 2025年11月27日

摘 要

电商经济蓬勃发展, 格式条款因能提升交易效率被广泛应用, 但其“隐蔽性”问题凸显。格式条款通过位置隐藏、表述晦涩等形式, 误导消费者并损害其知情权、选择权与公平交易权, 增加维权难度。现有法律虽构建规制框架, 但存在立法模糊、监管乏力等困境。本文结合实践剖析问题与困境, 借鉴国内外经验, 从立法、监管、司法层面提出优化建议, 旨在破解权益失衡, 为电商经济健康发展构建公平透明环境。

关键词

电子商务格式条款, 隐蔽性, 消费者误导, 法律规制, 权益保护

The Misleading Effect of the “Hidden Nature” of Standard Terms in E-Commerce on Consumers and Its Legal Regulation

Pingxiu Wu

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: October 14, 2025; accepted: October 28, 2025; published: November 27, 2025

Abstract

Amid the vigorous development of the e-commerce economy, standard terms are widely used for their role in improving transaction efficiency, yet their “hidden nature” has become prominent. By means of hiding in obscure positions and using unintelligible expressions, these standard terms

文章引用: 吴平秀. 电子商务格式条款“隐蔽性”问题对消费者的误导及法律规制[J]. 电子商务评论, 2025, 14(11): 2921-2927. DOI: 10.12677/ecl.2025.14113764

mislead consumers, impair their rights to information, choice and fair transaction, and increase the difficulty of safeguarding their rights. Although existing laws have established a regulatory framework, there are predicaments such as vague legislation and weak supervision. Combining practical cases, this paper analyzes the problems and predicaments, draws on domestic and foreign experiences, and puts forward optimization suggestions from the legislative, supervisory and judicial levels, aiming to resolve the imbalance of rights and interests and build a fair and transparent environment for the healthy development of the e-commerce economy.

Keywords

E-Commerce Standard Terms, Hidden Nature, Consumer Misleading, Legal Regulation, 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

互联网技术的强力推动使电子商务成为全球商业领域的关键力量，传统商业模式与消费格局被重塑。据中国互联网络信息中心(CNNIC)发布的第 55 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2024 年 12 月，我国网络购物用户规模达 9.74 亿人，电子商务交易规模持续扩大[1]。电子商务凭借其便捷、高效与低成本的显著优势，为消费者提供了丰富多元的商品与服务选择。格式条款作为现代商事交易效率的产物，已深度嵌入金融、保险、电商、服务等各类经济活动中。格式条款的应用极大地简化了交易流程，降低了缔约成本，提高交易效率，推动了电子商务的蓬勃发展[2]。然而，其预先拟定、单方提供的特性，天然导致了缔约双方的地位失衡，而信息披露义务的履行与否，正是平衡这一失衡关系、实现契约正义的核心环节。在理论研究层面，国内外学界已形成诸多成果。国外研究侧重于制度构建与理论根基：德国学者从契约正义出发，强调格式条款提供者的提示与说明义务；美国则通过判例法发展出“合理期待原则”。同时，国外研究普遍将信息不对称理论作为分析基石，认为经营者与消费者间的信息鸿沟是格式条款滥用的根源，而信息披露义务正是填补该鸿沟的制度设计。国内研究近年来聚焦于实践争议，既有对《民法典》第 496~497 条适用边界的探讨，也有针对电商“点击合同”、盲盒销售等新场景下披露义务的专项分析。但现有研究多孤立讨论法律规则或单一领域问题，从实践来看，格式条款信息披露不足引发的纠纷已成为消费维权的重灾区。据市场监管总局通报，2023 年“铁拳”行动专项查处利用不公平格式条款侵害消费者权益案件中，超 80% 的违法行为与未充分披露关键信息相关，如隐瞒退卡条件、单方变更活动规则等[3]。这些数据印证了行为经济学“有限理性”理论的现实意义。

本文立足上述理论与实践背景，以信息不对称理论和有限理性理论为支撑，结合最新监管案例与投诉数据，重点分析格式条款信息披露义务的履行困境与优化路径，弥补现有研究在“理论 - 数据 - 对策”衔接上的薄弱环节，为司法实践与监管执法提供参考。

2. 电子商务格式条款概述

(一) 电子商务格式条款概念及特征

电子商务格式条款是在电子商务活动中，商家为了重复使用而预先拟定，并与消费者订立合同时未与对方协商的条款。在电商环境下，电子商务格式条款呈现出一系列独特的特点：

1) 电子化

电子商务格式条款以电子数据的形式存储于计算机系统或网络服务器中，并通过互联网进行传输与展示。与传统纸质合同格式条款相比，电子化的格式条款减少了纸张消耗和物理存储空间，同时便于修改、更新与传播。

2) 快速性

电子商务交易借助互联网实现瞬间完成，消费者在浏览商品或服务信息后，通过简单的点击操作即可完成交易，格式条款也在极短时间内被消费者接受。

3) 全球性

互联网突破地域壁垒，使电子商务交易覆盖全球，而不同国家法律体系、消费规则存在差异，也让电商格式条款面临法律适用与管辖权的复杂挑战。

4) 隐蔽性

格式条款通常隐藏在冗长复杂的合同文本里，消费者需耗费大量时间和精力去查找关键信息。有些电商平台将重要格式条款放置在二级或更深层级的页面，消费者需点击多个链接才能找到，这使得消费者在购物过程中极易忽视这些条款。

(二) 电子商务格式条款“隐蔽性”表现形式

从条款呈现方式来看，许多电商平台采用不利于消费者察觉的方式展示格式条款。部分平台使用极小字体、浅色文字或与背景颜色相近的颜色来呈现条款内容，使消费者在浏览页面时难以发现。还有部分电商平台通过弹窗形式展示格式条款，但弹窗出现时间短暂，消费者稍不留意就会错过，或者弹窗关闭按钮十分醒目，而阅读条款的按钮却很难找到，诱导消费者直接关闭弹窗，跳过条款阅读环节。

在语言表达方面，格式条款常使用专业术语、复杂句式和模糊语言，给普通消费者的理解带来极大困难。以保险类电商平台为例，保险合同条款中频繁出现“保险标的”“保险金额”“保险费率”“免赔额”“赔付比例”等专业术语，对于不具备保险知识的消费者而言，准确理解这些术语的含义存在很大障碍，导致他们无法清晰把握保险合同中的权利和义务。一些电商平台在退换货条款中使用模糊语言，如“在合理期限内办理退换货”，但对于“合理期限”的具体时长未作明确界定。

在设置位置上，格式条款往往被放置在消费者不易注意的地方。电商平台常常将重要的格式条款放在用户协议的末尾，消费者在注册或购物时，注意力通常集中在商品信息、价格、支付方式等方面，很少会滚动到页面底部查看冗长的用户协议。还有部分电商平台将格式条款隐藏在帮助中心、常见问题解答等页面，消费者只有在遇到问题主动查找时才可能发现，而在交易过程中很难提前知晓这些条款内容。

3. “隐蔽性”问题对消费者的误导危害

电子商务格式条款的“隐蔽性”问题对消费者权益造成了多方面的损害。从知情权角度来看，消费者有权知悉商品或服务的真实情况以及交易相关的重要信息。然而，格式条款的隐蔽性使得消费者难以发现和理解这些条款，导致他们在不知情的情况下接受交易，尽管消费者可以在充分查阅格式条款后确定是否缔结合同，电商经营者却通常出现有意使用冗长晦涩的语言来规避消费者对格式条款中不合理内容的质疑与否定的问题^[4]。

选择权方面，消费者本应能够自主选择是否接受某项交易以及按照自己的意愿选择交易条件。但格式条款的隐蔽性往往使消费者在未充分了解条款的情况下就被迫接受了交易，剥夺了他们真正的选择权。一些电商平台在用户注册或购买商品时，通过隐蔽的格式条款设置默认选项，消费者若不仔细查看，就会在不知情的情况下同意一些不利于自己的条款，如自动续费、共享个人信息等，这并非消费者的真实意愿，却因格式条款的误导而无法自由选择。

公平交易权也深受其害，公平交易要求交易条件公平合理，双方权利义务对等。但隐蔽的格式条款常常被商家用来排除或限制消费者权利、减轻或免除自身责任，导致交易不公平[5]。如某些电商平台在退换货条款中设置隐蔽的限制条件，如规定商品有微小瑕疵就不能退换货，或者延长消费者退换货的时间限制，使得消费者在购买到不满意的商品时难以顺利退换货，这明显加重了消费者的责任，违背了公平交易的原则。

此外，格式条款的“隐蔽性”问题还大大增加了消费者的维权难度与成本。当消费者发现自己的权益受到侵害想要维权时，可能因为难以找到相关格式条款作为证据，或者对条款的理解存在争议，导致维权之路困难重重。为了维权，消费者可能需要花费大量的时间和精力去研究合同条款、寻找法律依据、与商家协商或通过诉讼解决纠纷，这期间还可能需要支付律师费、诉讼费等费用，进一步加重了消费者的负担。

4. 现有法律规制体系及困境

(一) 相关法律法规梳理

《民法典》作为民事领域的基础性法律，对格式条款的定义、订立、效力等方面作出了一般性规定。《民法典》第四百九十六条明确，格式条款是当事人为了重复使用而预先拟定，并在订立合同时未与对方协商的条款[5]。采用格式条款订立合同的，提供格式条款的一方应当遵循公平原则确定当事人之间的权利和义务，并采取合理的方式提示对方注意免除或者减轻其责任等与对方有重大利害关系的条款，按照对方的要求，对该条款予以说明。提供格式条款的一方未履行提示或者说明义务，致使对方没有注意或者理解与其有重大利害关系的条款的，对方可以主张该条款不成为合同的内容。第四百九十七条规定了格式条款无效的情形，包括提供格式条款一方不合理地免除或者减轻其责任、加重对方责任、限制对方主要权利以及排除对方主要权利等。这些规定为电子商务格式条款的规制奠定了坚实的法律基础。

《电子商务法》则针对电子商务领域的特殊性，对格式条款作出了进一步规定。该法第四十九条明确，电子商务经营者不得以格式条款等方式约定消费者支付价款后合同不成立；格式条款等含有该内容的，其内容无效。此外，电子商务经营者提供的格式条款若存在收货人签收商品即视为认可商品质量符合约定、电子商务平台经营者依法应承担的责任一概由平台内经营者承担、电子商务经营者享有单方解释权或者最终解释权、排除或者限制消费者依法投诉、举报、请求调解、申请仲裁、提起诉讼的权利以及其他排除或者限制消费者权利、减轻或者免除电子商务经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的内容，人民法院应当依法认定无效。这些规定有力地遏制了电子商务中格式条款的滥用，切实保护了消费者的合法权益。

《消费者权益保护法》第二十六条规定，经营者在经营活动中使用格式条款的，应当以显著方式提请消费者注意商品或者服务的数量和质量、价款或者费用、履行期限和方式、安全注意事项和风险警示、售后服务、民事责任等与消费者有重大利害关系的内容，并按照消费者的要求予以说明[5]。经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式，作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定，不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。格式条款、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的，其内容无效。该法从消费者权益保护的角度出发，对格式条款的使用进行了严格规范，强化了经营者的提示和说明义务，充分保障了消费者的知情权和公平交易权。

(二) 法律规制实践中的难点

1) 法律规定的模糊性。《民法典》中虽规定提供格式条款的一方应采取合理的方式提示对方注意与对方有重大利害关系的条款，但对于“合理方式”的界定并不明确，在实践中缺乏具体的判断标准。不

同的法官、监管者可能对“合理方式”有不同的理解，导致在具体案件的处理和监管执法中出现差异。同样，对于“与对方有重大利害关系的条款”的范围也没有明确列举，使得在实际操作中难以准确把握哪些条款属于需要重点提示的范围。

2) 监管执行与监管资源。由于电子商务交易活动具有虚拟性、跨地域性和海量性的特点，监管部门难以对所有的电子商务格式条款进行全面、有效的监管。一些电商平台可能会利用技术手段规避监管，如频繁修改格式条款内容、采用隐蔽的方式展示条款等，监管部门难以及时发现和制止。此外，面对庞大的电子商务市场，监管部门有限的监管资源难以做到对每一个电商平台、每一份格式条款都进行细致的审查和监管。

3) 司法认定标准难以统一。司法实践中，不同地区的法院对于电子商务格式条款的效力认定、责任划分等问题存在不同的观点和做法。由于缺乏统一的司法裁判指引，相似案件在不同法院可能会出现不同的判决结果，这不仅影响了司法的公正性和权威性，也使得消费者和电商经营者难以预测自己行为的法律后果，不利于市场秩序的稳定。

5. 国内外法律规制经验借鉴

(一) 国外先进立法与监管模式

欧盟出台的《关于消费合同中不公平条款的指令》要求成员国确保消费者在签订消费合同时，不会受到不公平格式条款的损害。对于不公平条款，消费者有权主张其无效。2008年，欧洲议会和欧盟理事会发布的《消费者权益法案》进一步强化了对消费者在格式条款方面的保护，明确规定了商家的提示和说明义务，要求商家以清晰、易懂的语言向消费者展示格式条款，并对重要条款进行特别提示。在监管方面，欧盟建立了统一的监管框架，各成员国的监管机构相互协作，共同对电商平台的格式条款进行监督检查。一旦发现违规行为，监管机构有权采取严厉的处罚措施，如罚款、责令整改、禁止使用违规条款等，以确保格式条款的合法性和公平性[6]。

美国在电子商务领域，主要通过联邦贸易委员会(FTC)来对格式条款进行监管。FTC依据《联邦贸易委员会法》等法律法规，对电商平台的商业行为进行监督，防止商家利用格式条款欺诈消费者或损害消费者权益。美国注重通过判例法来明确格式条款的法律适用和效力认定标准。在一些典型案例中，法院会根据具体情况，对格式条款的合理性、公平性进行审查。如果格式条款被认定为不公平或不合理，法院可能会判定该条款无效或对其进行修改，以保护消费者的权益。例如，在某些涉及电商平台隐私政策的案件中，法院会审查平台收集、使用消费者个人信息的条款是否合理，是否充分保障了消费者的知情权和选择权。

(二) 国内地方探索与行业自律尝试

在国内，一些地方监管部门积极行动，加强对电子商务格式条款的监管。如江西省市场监管系统在2025年5月至10月开展合同格式条款违法行为专项整治行动，聚焦电商等行业中典型的不公平格式条款违法违规行为，加大行政指导及执法办案力度，整治经营者利用合同格式条款减轻或免除自身责任、加重消费者责任、排除或限制消费者权利等侵害消费者合法权益的违法行为。

6. 完善法律规制的多维建议

(一) 立法层面的优化构想

当前法律对“合理提示方式”“重大利害关系条款范围”的模糊界定，导致实践中商家合规标准不一、监管执法缺乏明确依据[7]。应通过立法或司法解释明确“合理提示”的具体标准，如规定涉及消费者权利限制、责任免除的条款，需以“不小于14号加粗黑体字”呈现，且在页面中单独分区展示，与其他条款形成视觉区分，不得嵌套于冗长文本或隐藏于多级链接后；同时，明确列举“重大利害关系条款”

的范围,包括但不限于管辖权约定、售后限制、数据授权、责任免除、自动续费规则等,避免商家以“非核心条款”为由规避提示义务。

针对电商格式条款的电子化特性,可制定“电子特别规则”,要求电商平台在消费者点击“同意”前,必须通过“弹窗强制阅读”或“关键条款逐一确认”的方式,确保消费者知晓核心条款内容——例如,会员自动续费条款需单独弹窗,明确标注“续费周期”“扣费时间”“取消方式”,并设置“我已阅读并同意”的单独勾选框,禁止与其他条款捆绑确认。此外,可制定《电子商务格式条款管理办法》,要求电商平台在格式条款修改后7日内,以短信、APP推送等方式主动告知消费者修改内容,且修改后的条款不得加重消费者原有义务,否则修改无效,切实保障消费者的知情权与信赖利益。

(二) 强化监管执行力度策略

监管资源的有限性与电商交易的海量性、跨地域性矛盾,需通过“协同监管+技术赋能”双重路径破解。在协同监管方面,可参考市场监管总局等七部门联合印发的《关于进一步加强电子商务领域知识产权保护工作的指导意见》中的跨部门协作机制,建立市场监管、网信、通信管理、司法行政等部门的“电商格式条款联合监管平台”,实现条款备案、风险预警、违法线索移交的无缝衔接——例如,电商平台需在新格式条款上线前30日向监管平台备案,监管部门通过系统自动筛查“隐蔽性条款”风险,对高风险条款(如未显著标注的售后限制条款)直接向平台发送整改通知[8]。

技术赋能是提升监管效率的关键。可依托自然语言处理(NLP)技术,构建电商格式条款“风险识别系统”:系统通过抓取各平台的用户协议、交易规则等文本,自动识别“模糊表述”(如“合理期限内退款”)、“隐蔽位置条款”(如藏于三级链接后的管辖权约定),并结合消费者投诉数据,生成“格式条款风险热力图”,为监管部门提供精准执法依据。同时,对违规平台的处罚力度需与违法收益挂钩,参考《电子商务法》第五十八条的处罚框架,对故意使用隐蔽条款误导消费者、造成大规模投诉的平台,可处违法所得5倍以上10倍以下罚款,并责令其暂停相关业务,直至完成整改,以提高违法成本。

(三) 司法认定与救济机制完善

司法是保护消费者权益的最后一道防线,需通过“统一裁判标准+简化救济流程”降低消费者维权门槛。在统一裁判标准方面,最高人民法院可参照《关于审理食品药品纠纷案件适用法律若干问题的规定》的制定思路,出台《关于审理电子商务格式条款纠纷案件适用法律若干问题的解释》,明确“隐蔽性条款”的司法认定标准——例如,若条款需点击3次以上才能查看,或字体颜色与背景色对比度低于1:4.5(符合《无障碍环境建设条例》的视觉标准),即可认定为“未采取合理提示方式”,消费者有权主张该条款不成为合同内容;同时,明确“误导性”的判断标准,若条款内容与平台宣传存在实质性差异(如宣传“无条件退款”却隐藏“特价商品不退款”条款),即使消费者已勾选“同意”,仍可认定条款因“欺诈性误导”而无效。

在救济机制方面,可推广“小额诉讼+公益诉讼”的双层模式。对于标的额低于1万元的格式条款纠纷,适用小额诉讼程序,实行一审终审,并依托“人民法院在线诉讼规则”,实现立案、举证、庭审全程线上化,降低消费者的时间与金钱成本;对于涉及众多消费者权益的共性问题(如某平台普遍使用隐蔽的自动续费条款),可赋予消费者协会、检察机关公益诉讼主体资格,参照《消费者权益保护法》第四十七条的规定,允许其代表消费者提起诉讼,要求平台修改违规条款并赔偿损失。此外,可建立“电商格式条款纠纷调解优先机制”,由行业协会、律师事务所组成专业调解委员会,对纠纷进行快速调解,调解协议经法院司法确认后具有强制执行力,实现“维权效率”与“司法权威”的平衡[9]。

7. 结语

本文通过剖析电子商务格式条款“隐蔽性”的表现、误导危害及现有规制困境,明确其本质是电商

效率与消费者权益的失衡。现有法律虽构建基础框架，但立法模糊、监管乏力、司法不统一等问题仍制约规制效果。欧盟统一监管、美国判例指引及国内地方整治，为破解难题提供多元路径；而立法细化提示标准、监管技术赋能、司法简化救济的多维建议，可推动“隐蔽性”问题系统性解决。

未来，需持续关注电商业态创新下“隐蔽性”新形态，通过法律刚性约束、平台主动合规与消费者认知提升的协同，构建公平透明的电商交易环境，既保障消费者权益，也为电子商务高质量发展筑牢信任基石。

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心(CNNIC). 第 55 次《中国互联网络发展状况统计报告》[EB/OL]. <https://www.cnnic.cn/n4/2025/0117/c88-11229.html>, 2025-01-17.
- [2] 柳婧. 网购合同格式条款的法律规制[J]. 河北农机, 2019(9): 103-104.
- [3] 国家市场监督管理总局. 2023 民生领域案件查办“铁拳”行动典型案例(第七批) [EB/OL]. https://www.samr.gov.cn/xw/zj/art/2023/art_8f8fa2a5ab1d4fa594c9c7ea95e0b9f0.html, 2023-09-28.
- [4] 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.
- [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] 余文皓, 吕西萍. 电子商务格式合同规制研究——以电商平台为视角[J]. 法制与经济, 2021, 30(12): 83-88.
- [7] 刘炎. 电子商务合同中的格式条款规制与消费者权益保护——以电商平台合同为例[J]. 现代营销, 2025(21): 129-131.
- [8] 姚一平. 从吴某某诉爱奇艺案看电子商务合同格式条款[J]. 现代商业, 2021(22): 75-77.
- [9] 乔富丽. 我国小额诉讼程序的实践困境及优化路径探究[J]. 华章, 2023(3): 168-170.