

电子商务中的格式条款法律规制与消费者保护

文明天

贵州大学法学院，贵州 贵阳

收稿日期：2025年11月10日；录用日期：2025年12月2日；发布日期：2026年2月13日

摘要

数字经济时代，电子商务平台通过格式条款实现交易效率与规模扩张的同时，也引发了消费者知情权受限、公平交易权受侵及单方面变更权滥用等系统性法律问题。本文基于对现有文献研究成果的系统梳理，深入剖析我国电子商务格式条款在订入控制、内容规制、单方变更及个人信息保护等方面的规定困境。研究发现，当前法律体系存在适用标准模糊、提示义务虚化、司法裁判冲突等核心症结，根源在于平台“私权力”膨胀与消费者弱势地位之间的结构性失衡。本文创新性地提出三项核心规制路径：第一，构建以平台经济地位与治理能力为基准的分级管理制度，实现差异化精准监管；第二，建立类型化与动态化的“黑名单 - 灰名单”效力评价体系，将抽象原则转化为可操作的审查标准；第三，引入程序性控权机制，确立平台成员权与强制性协商程序，从“事后救济”转向“事前事中控制”。通过平衡平台合理商业需求与消费者合法权益，本文旨在为《电子商务法》与《民法典》的协调适用提供理论支撑，推动平台经济从“规模扩张”向“秩序构建”转型。

关键词

电子商务，格式条款，消费者保护，分级管理，效力评价

The Legal Regulation of Standard Terms in E-Commerce and Consumer Protection

Mingtian Wen

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: November 10, 2025; accepted: December 2, 2025; published: February 13, 2026

Abstract

In the digital economy era, while e-commerce platforms achieve transaction efficiency and scale expansion through standard terms, they have simultaneously triggered systemic legal issues such as restricted consumer rights to information, infringed fair trade rights, and abuse of unilateral

modification rights. Based on a systematic review of existing literature, this paper conducts an in-depth analysis of regulatory challenges in China's e-commerce standard terms regarding contract formation control, content regulation, unilateral modification, and personal information protection. The study identifies core systemic issues including ambiguous legal standards, diluted disclosure obligations, and conflicting judicial rulings, which stem from structural imbalances between the expansion of platforms' "private power" and consumers' vulnerable positions. The paper innovatively proposes three core regulatory approaches: First, establishing a tiered management system based on platforms' economic status and governance capabilities to achieve differentiated precision regulation; Second, creating a typified and dynamic "blacklist-gray list" effectiveness evaluation system to transform abstract principles into actionable review criteria; Third, introducing procedural control mechanisms to establish platform membership rights and mandatory negotiation procedures, shifting from "post-event remedies" to "pre-event and in-process controls." By balancing platforms' legitimate commercial needs with consumers' lawful rights, this study aims to provide theoretical support for the coordinated application of the "*E-Commerce Law*" and the "*Civil Code*", promoting the transformation of platform economies from "scale expansion" to "order construction."

Keywords

E-Commerce, Standard Terms, Consumer Protection, Graded Management, Effectiveness Evaluation

Copyright © 2026 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

随着平台经济深度渗透至社会生活的各个维度，电子商务交易已高度依赖格式条款这一法律技术工具。平台企业通过预先拟定的用户协议、服务条款与交易规则，在数以亿计的用户间构建起标准化、自动化的契约关系，极大降低了交易成本，提升了市场效率。然而，这种效率优先的契约模式也暗含着重大的公平性危机。司法实践中，“爱奇艺超前点播案”、“百亿补贴订单取消案”等标志性争议不断揭示出，平台企业正通过格式条款将其市场优势地位转化为“私法权力”，在信息不对称、技术壁垒与认知偏差的多重作用下，消费者往往陷入“要么接受、要么离开”的被动境地，其知情权、自主选择权和公平交易权面临系统性侵蚀[1]。

更深层的问题在于，现行法律规制体系呈现出明显的碎片化与滞后性特征。《民法典》合同编虽确立了格式条款的基本规制框架，但其规则设计主要植根于传统线下交易场景，未能充分回应电子商务“虚拟性”、“广域性”与“动态性”的特质[2]。与此同时，《电子商务法》与《消费者权益保护法》的相关条款分散且缺乏体系化整合，导致司法实践中出现“同案不同判”的混乱局面[3]。平台企业一方面承担着维护交易秩序、创新商业模式的合理商业需求，另一方面又在格式条款的庇护下不断扩张单方变更权、免责范围与个人信息处理权限，这种权责失衡不仅损害个体消费者利益，更可能扭曲市场竞争机制，抑制平台经济的可持续发展[4]。

当下的问题正在于，如何在承认平台经济效率价值与自治需求的前提下，重构电子商务格式条款的法律规制体系，实现消费者保护与市场发展的动态平衡。为此，本研究将首先厘清电子商务格式条款的特殊法律属性与现行规制框架，继而深入剖析其在订入控制、内容规制、单方变更及个人信息处理等环节存在的具体困境。在此基础上，本文将突破既有研究“重原则轻操作”的局限，重点论证三项具有创

新性与可行性的核心制度构建：一是以比例原则为基础的电商平台分级管理制度，通过差异化监管精准匹配规制强度；二是建立“黑名单－灰名单”动态效力评价体系，将抽象公平原则转化为类型化、可预测的审查标准；三是引入程序性控权机制，借鉴商法自治理论确立平台成员权与强制性协商程序，实现从“事后司法救济”到“事前事中过程控制”的范式转型。通过上述研究，本文期望为我国电子商务格式条款的立法规制完善与司法实践统一提供系统性解决方案，推动构建消费者友好型的平台经济法治生态。

2. 电子商务格式条款的基本理论与现行规制框架

2.1. 格式条款的法律界定与数字化演进

格式条款作为现代交易高效化的产物，其法律内涵由《民法典》第496条明确界定为“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”。这一界定揭示了格式条款的三大核心特征：单方预先拟定性、重复使用目的性与相对人不可协商性^[5]。在传统交易场景中，格式条款主要体现为保险单、车票、银行存单等纸质化标准文本，其物理形态与缔约场景相对固定，法律规制焦点集中于订入控制与内容审查两大环节。

电子商务的兴起彻底重塑了格式条款的存在形态与作用机制。首先，条款载体完全数字化，用户协议、隐私政策、服务规则等以超链接、弹窗或勾选框形式嵌入平台界面，文本长度动辄数万字符，呈现出“信息过载”与“显著信息非显著”的悖论^[6]。其次，缔约过程高度自动化，用户注册、下单、支付等行为在毫秒级时间内完成，传统“面对面”的提示说明义务被简化为“勾选同意”的技术动作，用户的真实意思表示受到严重削弱^[2]。最后，条款内容动态化变更成为常态，平台通过“保留最终解释权”与“随时修改权”条款，将静态契约转化为持续演变的“关系型契约”^[1]。这种数字化演进使得格式条款从提升交易效率的工具异化为平台固化优势地位、转嫁经营风险的“权力装置”。

2.2. 电子商务格式条款的特殊法律属性

相较于传统格式条款，电子商务格式条款呈现出四重特殊性，这些特性构成了规制困境的深层原因。

其一，技术性遮蔽效应。平台利用算法推荐、界面设计与交互流程的技术优势，将不利条款置于隐性位置。研究表明，多数平台未对免责条款、管辖条款等关键内容设置强制性弹窗或独立确认页面，用户往往在不充分知情的情况下完成同意表示^[6]。这种技术遮蔽不仅违反了《民法典》第496条的提示义务要求¹，更消解了契约自由的信息基础。

其二，市场结构天然垄断倾向。电子商务产业具有显著的网络效应与规模经济效应，头部平台在数据、流量与技术层面形成闭环优势，导致格式条款在行业内呈现同质化趋势^[3]。当“行业惯例”成为平台制定不公平条款的正当性借口时，市场竞争机制无法有效约束条款内容，消费者选择权被架空。这种结构性垄断特征使得传统反垄断法的“事后干预”模式难以及时矫正格式条款的系统性失衡。

其三，信息不对称的加剧与异化。虽然信息披露是缓解信息不对称的基本手段，但在电子商务环境中，平台通过“信息过载”策略反而加深了信息鸿沟。冗长晦涩的条款文本、专业法律术语的堆砌以及分散的条款呈现方式，使得即便是具备专业知识的用户也难以全面理解其权利义务配置^[4]。这种策略性信息操纵扭曲了强制披露制度的初衷，使其异化为平台的“合规护身符”而非消费者的“知情权保障”。

其四，单方变更权的滥用与合同关系不稳定。平台普遍在会员协议、服务条款中植入“有权随时修改”条款，将契约稳定性置于平台商业利益之下。在“爱奇艺超前点播案”中，法院虽认定平台单方变更

¹《中华人民共和国民法典》第四百九十六条：“采用格式条款订立合同的，……提供格式条款的一方未履行提示或者说明义务，……”。

权应受公平原则限制，但现行法律并未明确变更的程序要件、内容边界与用户救济机制，导致司法裁判标准不一，消费者维权成本高昂[1]。

2.3. 我国现行法律规制体系梳理

我国对电子商务格式条款的规制呈现“多法并行、分散调整”的格局。《民法典》合同编第496~498条构成了基础框架，规定了提示说明义务、无效情形与不利解释规则[7]。其中，第496条要求“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”，但“合理方式”与“重大利害关系”缺乏细化标准，导致司法自由裁量空间过大[7]。

《电子商务法》第17条、第32条至第39条针对电子商务特性作出特别规定，要求平台以显著方式展示服务协议与交易规则，保障消费者知情权与选择权[8]。然而，该法对“显著方式”的界定同样模糊，且未对不当条款的效力评价建立专门机制。第35条虽禁止平台不合理限制平台内经营者权利，但其规制对象主要指向平台与商家的关系，对消费者直接保护力度有限[4]。

《消费者权益保护法》第26条对经营者使用格式条款作出限制，明确不得作出排除或限制消费者权利、减轻或免除经营者责任的“霸王条款”。²但该条规定过于原则化，在电子商务动态场景中的适用性不足[9]。此外，《网络交易监督管理办法》等行政规章虽对条款披露方式提出具体要求，但其法律效力层级较低，且缺乏有效的执行保障机制[10]。

综观现行法体系，其核心缺陷在于“重形式、轻内容”、“重原则、轻操作”。法律要求平台履行提示说明义务，却未规定义务不履行的明确法律后果；法律宣示公平原则，却未将其转化为可操作的审查标准；法律赋予消费者撤销权与无效主张权，却未建立低成本的救济渠道。这种规制模式在平台经济的强势逻辑面前显得力不从心，亟需体系化重构。

3. 电子商务格式条款存在的主要问题

3.1. 订入控制失效：提示说明义务的虚化与异化

订入控制是格式条款规制的第一道防线，旨在确保条款确经相对人知情同意而成为合同内容。然而，电子商务实践中这道防线几近失守。首先，提示方式的“显著性”严重不足。多数平台将用户协议设置为超链接形式，字体小、位置隐蔽，且未强制要求用户必须阅读。研究表明，大型电商平台服务协议的字符数普遍超过三万，但平均阅读时间不足30秒，用户实际阅读率低于2% [11]。这种“文本洪水”策略使得法律要求的“显著提示”沦为形式合规的摆设。

其次，提示程序的“同意”异化为“点击”。《民法典》第496条要求相对人“同意”接受条款，但电子商务中这种同意被简化为单次点击或默认勾选。平台未设置分层确认机制，未对涉及核心权益的条款（如单方变更权、管辖权、个人信息处理）要求用户单独确认，导致用户的默示同意无法反映其真实意愿[10]。在“信息过载”与“决策疲劳”的双重作用下，消费者的选择自由被技术性消解。

最后，说明义务的履行缺乏有效标准。即便用户注意到相关条款，平台也未提供配套解释说明服务。专业性法律术语、模糊表述与技术黑箱相结合，使得用户难以理解条款的真实含义与法律后果[12]。例如，个人信息处理条款常以“改善服务质量”、“优化用户体验”等笼统表述掩盖数据收集的实际范围与用途，用户知情权与控制权被虚置[13]。这种说明义务的异化，导致格式条款的订入失去了真实合意基础，为后续权益侵害埋下隐患。

² 《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十六条：“第一款经营者在经营活动中使用格式条款的，……与消费者有重大利害关系的内容，……”。

3.2. 内容控制失灵：不公平条款的泛滥与隐蔽化

内容控制是规制的核心环节，旨在通过公平原则与诚实信用原则过滤不当条款。但现行法律的内容规制标准过于抽象，难以有效约束平台的不当行为。

第一类典型问题是责任免除条款的过度扩张。平台通过“免责声明”将自身责任限制在极小范围内，免除对信息审查、安全保障、系统故障等核心义务的承担[6]。例如，部分平台条款规定“平台对用户发布信息的真实性、准确性、完整性不承担任何责任”，同时要求用户承诺其发布内容完全合法合规，这种责任配置的极端不对称直接违反了《民法典》第497条关于不合理免除责任的规定。³

第二类问题是单方变更权的无限赋权。平台条款普遍赋予自身“随时修改、无需通知、立即生效”的变更权，却未为消费者提供对等的解除权或补偿机制[1]。在“爱奇艺超前点播案”中，法院虽认定平台变更不得损害用户核心权益，但此类裁判标准尚未体系化。实践中，平台通过“微量变更”策略逐步蚕食用户权利，每次变更虽微小但累积效应显著，用户难以证明“显失公平”而主张无效[12]。这种“动态掠夺”模式使得合同关系完全置于平台单方意志之下。

第三类问题是管辖权条款的强制性与不合理性。网购合同普遍约定由“被告住所地”或“平台所在地”法院管辖，实质上增加了消费者维权成本[2]。虽然《民事诉讼法》允许约定管辖⁴，但平台未就此类限制消费者主要权利的条款履行充分提示义务，且未提供合理替代方案。司法实践中，部分法院以“未显著提示”为由认定管辖条款无效，但更多法院则尊重“契约自由”，导致裁判标准严重不统一[3]。

第四类问题是个人信息处理条款的权利侵蚀。平台通过格式条款获取广泛的个人信息处理授权，将“同意”作为提供服务的先决条件，用户无实际选择权[13]。更甚者，条款赋予平台对个人信息的使用、共享、转让几乎不受限制的权利，却豁免自身安全保护责任。这种条款不仅违反《个人信息保护法》，更构成了对用户基本权利的不合理限制。杨显滨的研究指出，此类条款若排除用户主要权利，应直接认定无效，但司法实践对此类条款的审查仍显谦抑[13]。

3.3. 单方变更权的滥用与合同稳定性危机

网络平台基于技术迭代、商业模式调整与市场竞争的需要，确实享有合理变更服务内容的正当商业需求。然而，当前格式条款将这一需求异化为不受限制的“单方变更特权”，引发了合同关系的稳定性危机。在“爱奇艺超前点播案”中，平台在会员服务期内推出额外付费服务，实质降低了VIP会员原有权益，法院最终认定该变更对原告不产生效力[12]。此案揭示了单方变更权行使的核心争议：平台商业创新自由与用户契约期待利益之间的冲突。

现行法律对单方变更权的规制存在三重缺位。一是程序要件缺失。《民法典》与《电子商务法》均未规定平台变更条款必须履行的前置程序，如提前通知期限、用户异议机制与替代方案提供义务[1]。平台可在用户无预期的情况下连夜修改条款并立即生效，用户的信赖利益被完全忽视。二是内容边界模糊。法律未明确哪些条款属于“核心条款”不得单方变更，哪些属于“非核心条款”可适度调整。平台往往将“所有条款”纳入变更范围，甚至包括已承诺的权益期限、价格标准等根本内容[2]。三是救济机制不足。当用户不满变更内容时，仅有“停止使用”即解除权这一极端选择，平台未提供按比例退费、过渡期安排或差异化服务等柔性退出机制[9]。这种“全有或全无”的救济模式迫使多数用户被迫接受不利变更。

更深层次的问题在于，平台的单方变更权与用户的合同解除权之间存在结构性不对称。魁殿富的研

³《中华人民共和国民法典》第四百九十七条：“有下列情形之一的，该格式条款无效：……(二)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；……”。

⁴《中华人民共和国民事诉讼法》第三十五条：“合同或者其他财产权益纠纷的当事人可以书面协议选择被告住所地、……标的物所在地等与争议有实际联系的地点的人民法院管辖，……”。

究指出，应明确消费者在变更后的解除权，并借鉴《电子商务法》关于平台内经营者退出机制的规定⁵，为用户提供明确的退费和数据处理保障[1]。但现行法律框架下，用户的解除权行使成本高、举证难，而平台的变更成本几乎为零，这种权责失衡助长了变更权的滥用。

3.4. 个人信息保护冲突：格式条款对基本权利的侵蚀

在数据驱动型平台经济中，个人信息处理格式条款已成为格式条款规制的新 frontier。杨显滨的研究揭示，平台通过格式条款弱化用户个人信息权的现象具有普遍性[13]。

首先，知情同意机制的异化。隐私政策作为典型格式条款，常以“使用即同意”方式强制用户授权，用户点击同意时并未真正理解数据收集的范围、目的与期限。平台通过“捆绑授权”将核心服务与数据授权绑定，用户无实际选择权[13]。

其次，权利限制条款的隐蔽性。部分平台条款规定，用户一旦授权即永久放弃数据删除权、可携带权或被遗忘权，或者为权利行使设置不合理条件，如需提供繁琐证明、承担高额费用等。此类条款实质上排除了《个人信息保护法》赋予用户的基本权利，属于《民法典》第 497 条规定的“排除对方主要权利”的无效情形。但司法实践中，法院对个人信息条款的审查标准不一，多数案件仍采谦抑态度，尊重“意思自治”[13]。

最后，自动化决策条款的脱法化。平台通过格式条款获取对自动化决策的完全控制权，用户无法拒绝画像推送与算法歧视。杨显滨提出，应建立可撤销规则与无效认定规则，若条款对信息主体主要权利构成排除或不合理限制，应认定无效。但现行法律缺乏对算法权力滥用的有效规制，格式条款成为平台算法自治的“合法性外衣”。

3.5. 司法实践标准不统一：裁判冲突与适用混乱

规制体系的碎片化直接反映在司法实践中。胡安琪与李明发的实证研究发现，网络平台用户协议格式条款的司法规制存在显著的裁判冲突与适用混乱[7]。在管辖权条款效力认定上，有的法院以“未显著提示”为由认定无效，有的则强调“契约自由”应受尊重，同类案件判决结果迥异[3]。在单方变更权审查上，部分法院采严格审查标准，要求变更不得损害用户核心权益；另一些法院则仅审查变更程序是否合规，对内容公平性不作深度审查。

这种混乱根源于三重因素。一是法律规范本身的模糊性。何为“合理方式提示”、何为“重大利害关系”、何为“显失公平”，法律规定缺乏明确界定，法官自由裁量空间过大。二是平台经济专业知识的司法能力不足。法官对技术逻辑、商业模式与数据治理缺乏深入理解，难以准确评估条款的实质公平性[14]。三是价值导向的分歧。部分裁判秉持“鼓励创新、尊重自治”的理念，对平台条款持宽松态度；另一些裁判则坚持“消费者优先、实质公平”的立场，严格审查条款效力。这种司法不统一削弱了法律的预测功能，既不利于消费者权益保护，也损害了平台企业的合规预期，亟需通过立法或司法解释建立统一裁判标准。

4. 加强消费者保护的正当性基础与利益平衡

4.1. 消费者弱势地位的理论证成与实证表现

在电子商务格式条款关系中，消费者弱势地位不仅是事实描述，更是制度性、结构性的不平等。首先，信息能力的结构性不对称。平台作为条款拟定方，拥有专业法律团队与技术资源，能够精准设计条

⁵ 《中华人民共和国电子商务法》第三十四条：“电子商务平台经营者修改平台服务协议和交易规则，……采取合理措施确保有关各方能够及时充分表达意见。……”。

款语言以规避法律风险；而普通消费者既无专业能力也无时间精力去解读冗长晦涩的协议文本。即便法律赋予其阅读义务，这种义务在实践层面也无法真正履行。这种信息鸿沟不是消费者个人疏忽所致，而是平台策略性信息操纵的结果[2]。

其次，选择自由的实质性剥夺。虽然理论上消费者可选择不接受条款而退出交易，但平台的网络效应与锁定效应使得这种选择权名存实亡。当某一平台占据市场主导地位，拒绝其条款意味着失去重要的交易渠道、社交关系或数据资产。例如，拒绝某电商平台的用户协议将影响消费者获取商品与服务的便利性；拒绝社交平台的隐私政策将导致无法参与社会交往。这种“别无选择”的困境使得同意机制失去了自治内核，沦为形式上的“强制同意”[11]。

最后，议价能力的完全丧失。格式条款的本质在于不可协商性，消费者无法就条款内容与平台谈判。这种议价能力缺失在电子商务中进一步加剧，因为平台面对的是亿万用户，个体消费者的异议对条款制定毫无影响。平台可轻易将交易风险、运营成本转嫁给消费者群体，而消费者缺乏集体行动机制来对抗这种系统性不公。余文皓与吕西萍的研究指出，正是这种结构性不平等，使得格式条款从效率工具异化为权力滥用工具[9]。

4.2. 平台合理商业需求的正当性考量

在强调消费者保护的同时，必须客观承认平台企业的合理商业需求，这既是利益平衡原则的要求，也是平台经济持续创新的基础。

第一，交易效率与成本控制的客观需要。面对海量用户与高频交易，平台通过格式条款实现标准化、自动化缔约，是降低交易成本、提升市场效率的唯一可行路径[5]。若要求平台与每个用户单独协商条款，电子商务的商业模式将不复存在。因此，法律规制应在保障公平的前提下，尊重格式条款的效率价值，避免过度干预抑制商业创新。

第二，商业模式迭代与技术创新的动态需求。平台经济处于快速演变中，新服务、新功能、新营销模式层出不穷。平台需要保有根据市场变化调整服务内容与收费标准的灵活性，这构成其核心竞争力之一[1]。例如，视频平台从会员免广告模式转向“会员 + 点播”模式，本质是对内容付费模式的探索。若完全禁止单方变更，将束缚平台响应市场变化的能力，最终损害消费者获得多元服务的长期利益。

第三，风险管理与责任划分的合理诉求。平台作为中介服务提供者，需对海量用户生成内容进行审核管理，面临巨大的法律风险与运营成本。通过格式条款合理限定自身责任范围、明确用户义务边界，是平台维持运营的必要条件[6]。例如，要求用户对其发布信息的真实性负责、禁止恶意刷单等行为，属于平台正当的治理权限。法律应区分“合理免责”与“不合理免责”，允许前者而禁止后者，而非一概否定平台的责任限制条款。

第四，数据利用与算法优化的发展需求。平台经济以数据为关键生产要素，通过格式条款获取用户数据授权、进行算法训练是提升服务质量的基础。完全禁止数据收集或算法决策将摧毁平台的个性化服务能力，降低消费者体验。关键在于，数据授权应基于充分知情与目的限制，算法应用应遵循公平透明原则，而非简单否定平台的数据需求。

4.3. 利益平衡的必要性与规制限度

消费者保护与平台商业需求并非零和博弈，而是可以通过精巧的制度设计实现动态平衡。利益平衡的必要性在于：其一，过度偏向消费者可能损害其长远利益。若法律对平台干预过度，导致其运营成本激增、创新动力下降，最终结果是服务质量降低、服务价格上升，消费者反而受损[15]。其二，过度偏向平台则破坏市场信任基础。若允许平台任意制定不公平条款，消费者将丧失对平台经济的信任，市场交

易萎缩，平台自身也难以为继。其三，社会整体福利最大化要求最优平衡。规制目标应是实现“有效率的不公平”，即在保障基本公平底线的前提下，最大化交易效率与创新激励，而非追求绝对平等而牺牲效率。

规制的限度应当遵循三项原则。一是比例原则。规制措施应与平台行为的危害性成正比，对轻微不公平的格式瑕疵采取柔和指导方式，对严重侵害消费者基本权利的条款则坚决否定其效力[2]。二是区分原则。根据平台类型、用户群体差异与交易性质实施分类规制。例如，对社交平台、电商平台、内容平台应设定不同的提示义务标准；对消费性合同与商事合同应适用不同的公平审查强度。三是动态调整原则。随着平台经济成熟度的提升与消费者权益保护意识的增强，规制标准应适时调整，从严格管控逐步转向鼓励自律。周莉欣的研究强调，平台自治法律机制的构建必须明确内在边界(抵御平台过度干预)与外在边界(防止政府过度介入)，这正是利益平衡的精髓所在。

5. 格式条款法律规制的完善路径：三项核心制度构建

面对前述规制困境与利益平衡需求，本文突破既有研究分散化、表面化的建议模式，聚焦三项具有根本性、创新性与可操作性的核心制度构建，以期实现从“原则宣示”到“规则落地”、从“事后救济”到“事前控制”、从“统一规制”到“精准监管”的体系转型。

5.1. 核心制度一：构建基于比例原则的电商平台分级管理制度

1. 制度设计的理论基础与比较法借鉴

分级管理制度的创新性在于，它直面平台经济“自然垄断”的规模效应特征，不再将平台视为同质化的规制对象，而是根据其市场力量、用户依赖程度与风险等级实施差异化精准监管。这一制度植根于比例原则与回应型监管理论，强调规制强度应与平台行为的负外部性相匹配。比较法上，欧盟《数字市场法》对“守门人平台”施加特别义务，美国 FTC 对大型平台实施更严格的条款审查，均体现了分级监管思路[15]。国内研究中，吴双最早提出建立电商评级制度的构想，但未细化操作标准[2]；常亮进一步提出 A、B、C 三级评级体系，但缺乏与格式条款规制的直接衔接[15]；周莉欣的平台自治研究则为分级管理提供了组织法基础[4]。本文的制度设计将上述理论转化为可操作的法律规则，核心在于建立“三维评估、四级分类、动态调整”的管理框架。

2. “三维评估”指标体系的具体构建

平台分级应基于三个维度的量化评估：

维度一：市场支配力评估。包括市场份额(用户规模、交易额占比)、网络效应强度(用户锁定程度、多栖成本)、数据控制能力(数据种类、规模、独占性)。具体可设定：市场份额超过 30% 或用户规模超过 1 亿的平台，得高分；数据具有不可替代性(如社交关系链、信用记录)的，加重权重。这一维度旨在识别哪些平台具有“必需设施”属性，消费者依赖性强、选择替代品的成本高。

维度二：用户权益影响评估。考察平台格式条款对用户核心权益的侵害风险程度。重点评估：(1) 个人信息处理范围(是否涉及生物识别、金融账户等敏感信息)；(2) 资金占用规模(预付款、押金金额)；(3) 条款不公平指数(通过 AI 文本分析识别免责、限权条款占比及严重程度) [10]；(4) 投诉纠纷率(涉及格式条款的投诉占比)。这一维度直接反映平台行为对消费者的实际危害程度。

维度三：平台治理能力与合规意愿评估。考察平台内部合规机制建设情况，包括是否设立独立合规部门、是否定期审查格式条款、是否建立用户申诉处理机制、是否参与行业自律组织等[4]。同时评估其历史合规记录，如是否曾因不公平条款被行政处罚或司法判决败诉。这一维度体现“柔性规制”理念，鼓励平台主动承担治理责任。三个维度分别赋予权重 40%、40%、20%，综合计算得出平台风险等级分数，

确保评估全面客观。

3. “四级分类”监管措施的差异化配置

根据评估得分，将平台分为四类，实施差异化规制：

A类(高风险平台): 市场支配力强、用户权益影响大、合规记录差的超大型平台。对此类平台实施最严格监管：(1) 格式条款制定前需向市场监管部门备案，接受合法性审查；(2) 核心条款(收费、数据使用、单方变更、责任限制)变更需提前 30 日公告，并召开用户听证会；(3) 强制性要求使用“负面清单”，禁止条款数量占比较高；(4) 建立平台内部“成员代表机构”，参与规则制定；(5) 提高违法处罚标准，按营业额百分比而非固定金额罚款。

B类(较高风险平台): 市场支配力较强但合规意愿尚可的平台。实施严格监管：(1) 核心条款变更需提前 15 日公告，并提供用户反馈渠道；(2) 条款文本需通过第三方合规认证；(3) 建立快速申诉处理机制，纠纷处理周期不超过 7 日；(4) 定期接受监管部门现场检查。

C类(中等风险平台): 市场影响力有限、合规记录良好的中型平台。实施标准监管：适用现行一般法律规定，不做额外特殊要求，但鼓励其采用最佳实践。

D类(低风险平台): 初创期或细分市场的小型平台。实施宽松监管与扶持：采取“监管沙盒”模式，允许其灵活创新条款模式，监管部门提供合规指导而非强制约束，保护其商业模式创新空间。

4. “动态调整”机制的引入与激励兼容

分级管理不是静态标签，而应建立年度评估与动态调整机制。平台可通过改善合规表现实现“降级”(风险等级降低)，获得更宽松监管环境；反之，若出现严重侵害消费者权益事件，则立即“升级”，面临更严格规制。这种机制将监管压力转化为平台优化治理的内生动力，实现激励兼容。

为确保制度落地，建议由市场监管总局建立全国性电商平台分级管理数据库，公开平台评级结果与合规报告。同时，将评级结果与平台上市、融资、并购等资本运作挂钩，形成市场约束。常亮的研究指出，构建电商评级体系能有效解决一刀切监管与平台差异化特征之间的矛盾[15]，本文的制度设计将此设想全面细化为可执行的法律规则，既保护消费者权益，又为平台创新预留空间，实现精准规制。

5.2. 核心制度二：构建类型化与动态化的“黑名单 - 灰名单”条款效力评价体系

1. 从抽象原则到类型化规则的转化必要性

现行《民法典》第 497 条采用“概括条款”模式，将无效情形表述为“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”，这种抽象标准导致司法实践中“同案不同判”现象突出。法官对“不合理”、“主要权利”的理解差异巨大，平台企业也因标准模糊而缺乏合规预期。正如胡安琪与李明发所言，亟须从传统信息规制转向以内容规制为中心，构建具体的“黑名单”与“灰名单”制度[7]。一些学者也分别提出类似设想，但缺乏体系化构建。

2. “黑名单”制度：绝对无效条款的明确列举

“黑名单”应明确列示严重违反公平原则、直接损害消费者基本权利、无任何正当化理由的条款，一旦识别即判定无效，无需个案利益衡量。具体应包括以下类型：

类型一：绝对免责条款。包括：(1) 免除平台故意或重大过失责任的条款；(2) 免除平台对非法集资、诈骗等犯罪行为审查义务的条款；(3) 免除平台因系统故障、数据泄露造成损失的赔偿责任的条款[6]。这些条款将平台核心义务推卸殆尽，无任何正当性基础。

类型二：单方变更权的绝对化条款。包括：(1) 规定平台可“随时、无条件、无需理由”修改任何条款的；(2) 规定平台变更即时生效、用户必须无条件接受的；(3) 规定用户异议不影响变更效力的[1]。此类条款完全否定契约稳定性，应属无效。

类型三：剥夺消费者基本救济权的条款。包括：(1) 约定争议只能通过平台内部仲裁，排除诉讼权利的；(2) 约定消费者放弃索赔权或限制索赔金额的；(3) 约定管辖法院为平台所在地且不得异议的(针对消费性合同)。这些条款使消费者维权无门，违反公共政策。

类型四：过度个人信息授权条款。包括：(1) 要求用户授权平台收集与合同目的无关的个人信息(如通讯录、位置信息)的；(2) 授权平台永久使用个人信息且不可撤销的；(3) 授权平台将个人信息用于歧视定价或自动化决策且不提供拒绝选项的。此类条款侵犯个人信息基本权利，违反《个人信息保护法》强制性规定。

3. “灰名单”制度：可撤销条款的弹性评价

“灰名单”条款具有违反公平原则的嫌疑，但可能基于特定商业模式具有部分合理性，应交由司法机关根据具体案情进行个案审查，赋予用户撤销权而非直接无效。主要包括：

类型一：有限免责条款。平台对间接损失、利润损失、数据丢失等设定赔偿上限，但未完全免除责任。此类条款的合理性需结合平台类型、用户性质(消费或商事)、赔偿限额是否明显过低等因素综合判断[6]。例如，对C端用户设定的限额过低可能显失公平，但对B端用户具有一定合理性。

类型二：有条件单方变更条款。平台约定在“法律法规变化”、“技术升级”、“业务模式调整”等特定情形下可变更条款，但提供通知期与退出机制。此类条款的效力取决于通知期是否合理(一般不少于30日)、用户退出是否便捷、是否提供补偿方案等。

类型三：限制性管辖条款。平台约定由“合同履行地”或“原告住所地”法院管辖，虽对消费者更为便利但可能增加平台应诉成本。此类条款需权衡双方利益，若平台能够证明该约定对维持商业模式必要性且未过度增加消费者成本，可认定有效。

类型四：个人信息处理限制条款。平台为数据使用设定合理条件，如明确使用目的、期限、范围，提供便捷的撤回同意机制[13]。此类条款具有正当性基础，但需审查其透明性与用户控制权的实际保障程度。

4. 动态评价机制与司法审查顺位

为增强可操作性，应引入动态评价机制。对“灰名单”条款，建立“红黄绿灯”预警系统：初次识别为“黄灯”(需整改)，平台应在指定期限内优化条款；逾期未改或引发大量投诉则转为“红灯”(冻结效力)，暂停该条款执行直至司法确认；合规良好的条款则为“绿灯”(正常有效)。这种机制为平台提供了合规缓冲期，避免“一刀切”导致商业模式瘫痪。

司法审查应遵循“从具体到抽象”的顺位。法官首先判断条款是否落入“黑名单”，若是则直接无效；若不是，再判断是否属于“灰名单”，进而进行个案利益衡量；若均不属于，最后才适用《民法典》第497条的抽象标准。这种审查顺序既提高了裁判效率与确定性，又保留了司法自由裁量空间，实现类型化与灵活性的统一。

5.3. 核心制度三：引入程序性控权机制——平台成员权与强制性协商程序

1. 从实体规制到程序控权的范式转型

前述两项制度主要着眼于实体规则的完善，但无法根本改变平台与用户之间的权力不对称。周莉欣提出的平台自治法律机制理论启示我们，应借鉴商法自治的控权思维，将规制重心从“事后审查”转向“事前事中控制”，通过程序性权利赋予用户集体行动能力。这一制度的核心创新在于，在平台内部构建民主协商机制，将用户的“原子化”个体权利整合为“组织化”的集体力量，从而实质性地平衡平台“私权力”。

2. 平台成员权的确立与权能配置

平台成员权是指用户(包括消费者与平台内经营者)作为平台共同体成员，参与平台治理、监督规则制定的程序性权利。其法理基础在于，现代平台的“混合型产权结构”——平台规则、信誉体系、数据资产由平台企业与用户共建共享，已具备准公共物品属性，用户应享有相应的治理参与权。

平台成员权应包括以下核心权能：

权能一：规则制定参与权。对涉及用户核心权益的格式条款(收费、数据使用、责任限制、争议解决)，平台在制定或重大修改前，必须提交平台成员大会或成员代表机构审议[4]。成员代表由用户选举产生，平台不得干预。审议程序遵循多数决原则，但平台拥有最终否决权(以确保商业可行性)，必须公开说明否决理由并接受监督。

权能二：重大变更异议权。当平台拟对“灰名单”类条款进行变更时，若超过一定比例成员(如 5%)提出书面异议，平台必须启动强制性协商程序，与异议代表进行不少于两次的正式协商，协商记录向社会公开。协商期间，变更条款暂停生效。这为用户提供了表达利益诉求的正式渠道，防止平台恣意变更。

权能三：监督与问责权。成员代表机构有权定期审查平台格式条款执行情况，调取相关数据，对平台违规行为提出整改建议。若平台拒不整改，成员机构可向监管部门举报或提起公益诉讼。这种内部监督机制大幅降低了监管成本，提高了规制响应速度。

权能四：集体退出与数据迁移权。当平台条款严重损害用户权益且协商无果时，成员代表机构可发起集体退出动议，平台必须提供数据迁移服务，使用户能够便捷地将个人信息、交易记录、社交关系等数据转移至其他平台[13]。这一权能直接破解平台锁定效应，强化用户的选择自由。

3. 强制性协商程序的具体构建

强制性协商程序是平台成员权落地的关键制度。应设计为五阶段流程：

第一阶段：提案公示。平台在官网显著位置公示拟变更条款全文，附详细说明材料(变更理由、影响评估、替代方案)，公示期不少于 30 日。

第二阶段：异议征集。用户可通过平台专门渠道提交异议意见，异议需达到法定数量(如用户数 5% 或特定绝对数)方可触发协商。这一门槛设置防止恶意滥用协商程序。

第三阶段：代表选举。从异议用户中选举产生协商代表，代表人数根据异议规模确定，确保充分代表性。平台不得干预选举过程。

第四阶段：正式协商。协商会议至少举行两次，由独立第三方主持，平台高管必须出席。协商聚焦条款的公平性、可行性与替代方案，双方可进行实质性谈判。协商全程录音录像并公开纪要。

第五阶段：决议与备案。协商结果分为三类：(1) 达成共识，平台按协商意见修改条款；(2) 部分共识，平台说明未采纳意见的理由；(3) 未达成共识，平台可推进变更但需向监管部门备案，并为用户提供特别退出方案。无论何种结果，均需向社会公开，接受监督。

4. 制度的互补性与实施保障

平台成员权与强制性协商程序与前述两项核心制度形成互补：分级管理为协商程序提供组织基础(A类平台必须建立成员代表机构)；黑名单 - 灰名单制度为协商提供实体参照(协商重点围绕灰名单条款)；协商程序的开展又为黑名单的更新提供实践反馈(反复引发争议的条款应纳入黑名单)[16]。三者共同构成“事前协商 - 事中监管 - 事后审查”的完整规制链条。

为确保制度实施，应在《电子商务法》修订中增设专章规定平台成员权，明确其法律性质与救济途径。市场监管部门应制定《平台成员代表机构组织与运行指南》，提供标准化模板。司法机关应认可成员代表机构在公益诉讼中的原告资格，强化其法律效力。同时，平台应将成员权实现成本纳入运营成本，通过商业保险或专项基金分担风险，避免成本过高抑制创新。

6. 结论

电子商务格式条款的法律规制是一个涉及效率与公平、自治与管控、创新与安全的多维平衡难题。揭示了现行规制体系在订入控制、内容审查、单方变更与个人信息保护等方面的深层困境，指出其核心症结在于平台“私权力”的结构性膨胀与消费者集体行动能力的缺失。在论证消费者保护正当性时，本文特别强调了对平台合理商业需求的尊重，主张规制目标应是实现“有效率的不公平”，而非以牺牲效率为代价的绝对平等。

基于这一平衡理念，本文突破传统研究的分散化建议模式，集中构建三项具有根本性与可操作性的核心制度：一是基于比例原则的电商平台分级管理制度，通过“三维评估、四级分类、动态调整”实现精准监管；二是类型化与动态化的“黑名单 - 灰名单”条款效力评价体系，将抽象公平原则转化为可预测、可操作的审查标准；三是引入程序性控权机制，确立平台成员权与强制性协商程序，赋予用户集体行动能力，实现从“事后救济”到“事前事中控制”的范式转型。

三项制度相互支撑、层层递进，共同指向一个核心目标：在承认平台经济效率价值的前提下，通过制度创新重建契约关系的实质平等。分级管理解决“谁来管、管多严”的问题，效力评价解决“管什么、怎么判”的问题，程序控权解决“用户如何参与、权力如何制衡”的问题。这一制度体系既回应了数字经济的市场逻辑，又坚守了契约正义的法治底线，为《电子商务法》的修订与司法裁判的统一提供了系统性方案。

未来研究可进一步深入探讨三项制度的实施细节，如分级评估指标的具体权重设计、黑名单条款的司法审查技术、成员代表机构的选举机制与运行成本等。同时，应关注跨境电商平台格式条款的规制协调、人工智能生成条款的审查标准等前沿问题。唯有通过持续的理论创新与制度优化，才能在数字时代实现平台经济的健康发展与消费者权益的有效保护的有机统一。

参考文献

- [1] 魁殿富. 网络会员服务协议中格式条款的变更——以“爱奇艺超前点播案”为例[J]. 太原学院学报(社会科学版), 2021, 22(4): 52-58.
- [2] 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.
- [3] 曹鹃, 相平平. 网购合同中格式管辖条款的效力[J]. 现代法学, 2020(5): 112-128.
- [4] 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.
- [5] 李志恬. 网络服务合同格式条款的规制: 困境与对策[J]. 上海商业, 2024(5): 189-191.
- [6] 黄东东, 喻柳. 电子商务平台服务合同免责条款的法律规制——基于文本与案例的实证研究[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2022, 34(3): 46-56.
- [7] 胡安琪, 李明发. 网络平台用户协议中格式条款司法规制之实证研究[J]. 北方法学, 2019, 13(1): 53-62.
- [8] 杜可清. 我国《电子商务法》对消费者合法权益的保护[J]. 法制博览, 2021(34): 175-176.
- [9] 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.
- [10] 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.
- [11] 孔杏如, 刘秋悦. 网络服务合同格式条款的提示义务之法律探究[J]. 现代交际, 2020(11): 58-60.
- [12] 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.
- [13] 杨显滨. 网络平台个人信息处理格式条款的效力认定[J]. 政治与法律, 2021(4): 14-25.
- [14] 赵旖超. 我国电子合同中格式条款立法规制[J]. 合作经济与科技, 2021(18): 184-185.
- [15] 常亮. 论如何加强电商不平等格式条款监管, 维护消费者的合法权益[J]. 南方农机, 2019, 50(10): 240.
- [16] 梁栋. 电商平台“仅退款”条款的法律规制分析[J]. 中国品牌与防伪, 2025(5): 12-14.