

电商平台预付式消费的法律规制研究

程 岩

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2026年6月27日; 录用日期: 2026年7月13日; 发布日期: 2026年8月17日

摘 要

预付式消费作为一种新的消费模式, 在电商场景下呈现出主体复杂化、交易虚拟化、资金隐蔽化的新特征, 传统规制框架面临适用困境。2025年施行的《最高人民法院关于审理预付式消费民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》在责任主体认定、格式条款规制、举证责任分配等方面实现制度创新, 但在电商场景下仍存在适用局限。文章以电商场景为切入点, 分析现行规制框架的规范供给与适用, 揭示准入监管虚置、资金监管困境、消费者救济程序障碍三重制度困境, 并提出规制的完善建议。电商预付式消费规制的核心是在消费者保护与商业创新之间寻求动态平衡, 应从准入监管、资金监管、消费者救济、平台责任四个维度推进制度完善。

关键词

预付式消费, 电子商务, 法律规制, 消费者保护

Research on Legal Regulation of Prepaid Consumption in E-Commerce Platforms

Yan Cheng

Law School, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: June 27, 2026; accepted: July 13, 2026; published: August 17, 2026

Abstract

As a novel consumption model, prepaid consumption exhibits distinctive characteristics in e-commerce scenarios—including complex stakeholder relationships, virtualized transactions, and concealed fund flows—posing challenges for traditional regulatory frameworks. “The Supreme People’s Court’s 2025 Interpretation on Civil Disputes Involving Prepaid Consumption” introduced institutional innovations in liability determination, standard contract clause regulation, and burden of proof allocation, yet its applicability remains limited in digital commerce contexts. This study

examines current regulatory provisions through e-commerce frameworks, identifying three systemic challenges: ineffective market access oversight, funding supervision dilemmas, and obstacles in consumer redress mechanisms, while proposing improvement recommendations. The core of regulating prepaid consumption lies in achieving a dynamic equilibrium between consumer protection and business innovation, requiring comprehensive institutional enhancements across four dimensions: market entry supervision, fund monitoring systems, consumer relief mechanisms, and platform accountability frameworks.

Keywords

Prepaid Consumption, E-Commerce, Legal Regulation, Consumer Protection

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

预付式消费作为一种“先付费、后消费”的商业形态，在零售、住宿、餐饮、健身、培训等领域广泛应用。对经营者而言，该模式能提前锁定客户、回笼资金；对消费者而言，可享受折扣优惠与消费便利。然而，近年来商家跑路、爆雷事件频发，严重侵害消费者权益，也削弱了公众消费的活力。

当预付式消费进入电商场景，风险被技术进一步放大。数字平台预付式消费深刻影响着电商、生活服务、在线娱乐等领域。与线下交易不同，电商场景呈现主体多元、交易虚拟、证据失衡、资金隐蔽等特征，原本单一的消费关系演变为消费者、平台、商家和支付机构多重相交织的法律关系。这一变化对传统规制框架提出新的难题。

2025年5月1日，《最高人民法院关于审理预付式消费民事纠纷案件适用法律若干问题的解释》¹(以下简称《解释》)正式施行。该《解释》在适用范围、责任主体认定、合同解除、格式条款规制、举证责任分配等方面作出系统规定[1]。但问题在于，以线下交易为原型构建的规制规则，能否有效回应电商场景的特殊需求。本文以电商平台为切入点，分析现行规制框架的规范供给与适用，揭示制度困境并提出完善建议。

2. 电商预付式消费的规范界定

2.1. 法律定性：消费合同与资金融通的双重结构

预付式消费的法律关系具有双重结构。从消费关系维度看，消费者与经营者之间成立消费合同，经营者负有按约定持续或分次兑付商品或服务的义务。从资金关系维度看，消费者提前支付款项，经营者形成对预付资金的占有与使用，二者之间形成事实上的资金融通关系。这一双重结构决定了预付式消费规制的特殊性。一方面，作为消费合同，应适用《中华人民共和国消费者权益保护法》关于经营者义务、格式条款规制、消费者权利保护的规定。另一方面，作为资金融通关系，涉及预付款的归集、存管、使用，需要公法层面的监管介入。

《解释》对预付式消费的界定采取列举方式，明确适用于零售、住宿、餐饮、健身、出行、理发、美容、培训、养老、旅游等生活消费领域。这一定义虽未明确涵盖电商场景，但从规范目的来看，电商平台

¹<http://gongbao.court.gov.cn/Details/415add6e9c15736f2fbd871bdb1538.html>

上的充值、预售、会员储值等行为应可纳入适用范围。

2.2. 电商场景的特殊性

预付式消费在电商平台下存在其特殊性，主要表现为以下内容。

第一，责任主体复杂化。传统预付式消费关系相对简单，主体仅为消费者与经营者。电商平台下，平台、商家、支付机构、第三方服务商多方参与，责任认定面临全新挑战。平台兼具交易场所提供者、规则制定者、数据掌控者等多重角色，其责任边界模糊。平台究竟应限于中介通道，还是须承担资质审核、资金监管等守门人责任，并没有明确的法律认定。平台内中小商家偿付能力薄弱，第三方支付机构资金管理义务不明，加剧了责任分配困境^[2]。

第二，交易方式虚拟化。线下预付式消费以实体预付卡为载体，电商场景下则以电子账户、充值码、银行账户等为交易形式。交易依赖算法与数据驱动，法律关系呈现多层嵌套，资金流向隐蔽难寻。消费者对交易信息的掌握仅仅依赖于经营者提供的数据界面。

第三，证据控制权失衡。消费记录、交易数据由经营者单方掌控，消费者面临技术性证据灭失风险。《解释》第 25 条虽规定经营者无正当理由拒不提交证据的，法院可以根据消费者的主张认定争议事实^[3]，但在电商场景下，电子合同、支付记录、聊天截图等证据形式存在易篡改和灭失的特点，消费者即便获得举证责任的减轻，仍可能面临证明力不足的障碍。

第四，资金流转隐蔽化。平台资金池、第三方支付、虚拟货币等新形态带来监管难题。当前资金流向缺乏第三方托管机制，商家可自由支配预付款形成资金池，用于高风险投资或盲目扩张。一旦经营波动，消费者的预存资金便面临打水漂的风险。

2.3. 现行规制框架：私法与公法的二元结构

我国预付式消费的法律治理已形成中央与地方、一般法与特别法、公法与私法组成的总体框架。

私法层面，以《中华人民共和国民法典》合同编的一般规则为基础，以《解释》为核心依据。《解释》在程序与实体两方面实现制度创新：程序层面，明确降低起诉门槛、便利集体诉讼、优化举证责任分配；实体层面，统一合同性质认定、明确格式条款无效情形、引入惩罚性赔偿机制。这一框架偏重事后司法救济，注重对消费者权益保护为导向。

公法层面，《单用途商业预付卡管理办法（试行）》²（后文简称《预付卡试行办法》）以备案登记、资金监管、信息公开为核心内容。地方层面，上海、北京、江苏、甘肃等地陆续出台地方性法规或规章，在资金监管标准、备案门槛等方面存在差异。这一框架偏好事前行政监管，但监管依据分散、监管主体多元、执行效果参差不齐。

这种二元结构在电商场景下面临适用难题，《解释》解决的是纠纷裁判规则，但对电商场景中的风险难以彻底消解。行政监管规则以线下实体商家为规制对象，对平台内经营者、跨地域电商的监管不足。

2.4. 分析框架：整体主义治理与协同治理融合

预付式消费法律规制的既有研究多聚焦于具体制度层面的修补，缺乏对规制理念的自觉反思。本文尝试引入整体治理与协同治理的双重理论视角，构建一个更具解释力的分析框架。

整体主义治理理论主张以系统性、一体化的视角看待规制问题，强调跨越公私法界限、整合多层次规则。该理论认为，有效的规制不能仅依赖单一法律部门或单一治理层级，而应将公法与私法、中央与地方、事前与事后等原本相互割裂的要素纳入一个统一的治理框架中加以协调。该理论揭示了当前规制

²https://www.mofcom.gov.cn/zfxgk/zc/gz/art/2021/art_82805c1937a64a4186ea15c23fc675c5.html

困境的深层根源，公法与私法各成体系、中央与地方规则不一，事前监管与事后救济相互割裂。

协同治理理论则为多元主体的合作提供了路径指引。该理论强调，在现代复杂社会中，仅靠政府单中心的监管已难以应对预付式消费领域的风险，需要推动政府、经营者、消费者、行业协会、第三方平台等主体之间的互动与协作。

本文以整体主义治理为统领性视角，融入协同治理的主体合作逻辑与风险预防的事前管控理念，以此审视电商预付式消费的困境根源与完善路径。

3. 规制困境的原因分析

3.1. 准入监管虚置

准入监管是公法层面预防预付式消费风险的机构监管措施。但现行规则存在虚置问题。《预付卡试行办法》将发卡企业划分为规模发卡企业、集团发卡企业、品牌发卡企业和其他发卡企业，对不同类型设置差异化的备案材料要求。但这一划分以企业规模为标准，对数量庞大的中小商家、平台内经营者未设置实质性准入条件。同时地方监管规则大多未采纳这一类型划分，转而采取负面清单模式，规定不得发行预付卡的情形，如经营者被列入失信名单、经营异常名录等。但负面清单模式无法替代准入监管的制度功能。准入监管的核心在于事前筛选，确保进入市场的经营者具备持续履约能力[4]。

电商场景的低门槛特性加剧了这一困境。平台内经营者往往规模小、资质弱、存续周期短，以企业规模为准的准入规则对其难以适用。造成这种现象的主要原因在于，现行规制以线下实体商家为原型构建，对企业规模标准的依赖无法适应电商平台内经营者规模小、资质弱、存续周期短的现实。司法实践中认定平台明知或应知时缺乏统一裁判标准，确认平台所采取措施是否必要亦缺少明确的程度衡量规范[5]。公法层面的准入规则与电商场景的低门槛特性之间存在结构性脱节。

3.2. 资金监管的困境

资金监管是公法层面行为监管的重心，主要包括总额控制、第三方存管。但在电商场景下，这些制度面临执行难题。

总额控制方面，《预付卡试行办法》规定零售、住宿、餐饮业发卡企业预收资金余额不得超过上一会计年度主营业务收入的40%。但实践中，各地规则差异较大。上海仅要求超过一定规模的预售资金实行部分或全部存管，北京未规定总额控制但设置了免备案门槛。电商平台的资金归集往往跨区域、跨行业，总额控制的适用标准难以统一。第三方存管方面，各自标准与力度不一，缺乏统一有力的规定，从而无法形成全面、强有力的监管[6]。在电商场景下，平台资金池的风险更为突出，平台收集的预付款与平台自有资金混同，资金挪用的技术便利性极高。

资金监管困境的深层原因在于，现行资金监管规则分散于中央与地方多个规范文件中，缺乏统一的监管标准和执行机制。在电商场景下，平台资金的跨区域、跨行业归集进一步放大了规则适用的不确定性。应构建分级分类监管框架与技术治理工具的融合路径，根据平台用户基数、市场份额、算法复杂度等指标建立风险评价模型，实现监管资源精准匹配[7]。

3.3. 消费者救济的程序障碍

《解释》为消费者维权提供了更有利的规范依据，但在执行层面仍面临多重程序障碍。

沟通存在障碍。电商平台普遍采用智能客服处理消费者咨询，人工服务通道设置隐蔽。当消费者要求退款时，往往陷入与智能客服的循环对话，难以与人工客服有效沟通。这构成一种程序性侵权，经营者利用技术手段设置沟通壁垒，实质性地阻碍消费者行使权利。

消费者举证艰难。在预付式消费下，经营者与消费者存在信息不对称的现象，消费合同文本、预付款余额、消费次数等关键证据通常由经营者控制，消费者难以自行获取完整记录[8]。尽管《解释》第25条强化了经营者举证责任。但是在电商场景下，交易数据由经营者单方控制，电子证据易篡改、易灭失，消费者仍面临难以收集证据的障碍。特别是涉及算法定价、大数据杀熟等新型消费风险时，消费者更难获取有效证据。

责任主体追责艰难。主体识别难题突出，电商平台能以自营或第三方身份存在，《解释》对不同模式下平台与商家的责任边界未作明确规定。“职业闭店人”即帮助经营者的股东或者出资人逃债[9]。这种现象在电商领域同样存在。异地管辖条款、责任主体虚化，进一步加剧追责难度。

消费者的赔付需求难以保障。即便胜诉，消费者仍可能面临执行落空。资金监管缺位下，经营者账户往往已无资金可供执行。跨域执行难题突出，商家注册在异地甚至境外，司法救济效果大打折扣。

消费者救济的困境在于，私法层面强化保护与公法层面分散监管之间缺乏有效衔接。事后司法救济无法替代事前风险预防，而事后行政监管又因规则分散、执行不力难以落地，二者未能形成闭环。

4. 规制进程的完善建议

4.1. 理念更新：从分散规制走向整体治理

电商预付式消费的法律规制，需要理念层面的更新。整体主义治理的核心在于，将预付式消费视为一种商业模式，其本质是面向不特定消费者的资金归集行为。法律治理的目标是促进经济秩序、经营者利益与消费者利益之间的平衡。以整体主义治理的逻辑强化事前事中规制，同时做好事后纠纷解决。

4.2. 准入与资金监管的完善

准入监管方面，应以经营能力稳定性为核心重构统一标准。对平台内经营者设置差异化要求，根据预付费发行规模、经营年限、信用记录等因素，确定是否需履行备案、资金存管等义务。通过差异化的模式监管，使得不同经营者在进入行业便清楚自身的风险情况。负面清单模式应保留，但不能替代准入监管。

资金监管方面，需完善总额控制、第三方存管制度。具体而言，可根据商家预付费年发行规模设置差异化的资金监管标准：其一，年预付费年发行额较低的商家，可采取自愿备案制，鼓励其通过平台提供的标准化资金存管工具进行管理；其二，年发行额适中的商家，应强制实行第三方存管，预付资金须全额存入指定存管账户，按消费进度分批划转至商家账户；其三，年发行额较大的商家，除全额第三方存管外，还应按预付费余额的比例缴纳保证金或购买履约保险，以应对集中退费风险。使得总额控制的适用标准兼顾行业差异与平台特性。第三方存管应探索担保机制创新，如保证保险、银行保函等方式冲抵部分存管资金。同时，对于第三方存管设置统一模式，使得该模式更加规范，消费者也能了解行业标准。

4.3. 消费者权益救济的强化

程序性权利的保障。应强制要求电商平台设置便捷的人工服务通道，规范智能客服的使用。智能客服不得成为拒绝沟通的工具，消费者要求转人工时应在合理时间内得到响应。

举证责任的优化。在《解释》第25条基础上，可进一步探索举证责任转移的适用情形。涉及算法定价、大数据杀熟等新型消费风险时，应由经营者证明其定价规则的合理性。

责任主体的强化。对职业闭店人、实际控制人的追责机制应予强化。最高人民法院发布的典型案例已明确，职业闭店人通过虚假清算注销公司、规避债务的行为无效，应与原股东共同承担民事责任。这

一裁判规则应在电商场景中同等适用。

履约担保制度的建立。在预付式消费模式下的消费合同对消费者而言，是一种以消费者给予经营者信任为基础的合同，对经营者而言，是一种以经营者对消费者的诚信经营为基础的合同[10]。在促进双方合作共赢，拉动消费的情况下，可以建立多元化的履约担保方式，引入第三方金融机构作为资金托管方，负责监督预付资金的流入与流出，确保资金按照合同约定的用途使用。以及保证金制度，要求经营者缴纳一定数额的保证金作为应对潜在风险的缓冲垫，一旦出现经营异常或者消费者退款需求激增等情况，保证金可先行赔付，保障消费者资金安全[11]。

4.4. 平台责任的再定位

电商平台的角色应从技术服务提供者向治理参与主体转变。平台的治理责任应以其控制力为基础，依据其参与程度分层分类设定。

平台责任的界定不应采取简单的二元模式，而应根据平台的控制能力与获益程度构建差异化的责任阶梯。具体而言，可依据以下三个维度进行分级：其一，平台对交易的参与程度，区分为自营型平台、深度参与型平台与纯粹中介型平台；其二，平台对预付费资金的管控能力，包括是否掌握资金划转权限、是否参与资金结算流程等；其三，平台从预付式交易中的获益程度，包括是否收取佣金、是否通过资金沉淀获取收益等。基于上述维度，平台责任可分为三个梯度：第一梯度，自营型平台应承担与经营者同等的责任；第二梯度，对交易具有实质性参与或对资金具有管控能力的平台，应承担资质审核、风险监测、信息披露及特定条件下的先行赔付义务；第三梯度，纯粹提供技术服务的平台，承担合理注意义务，主要包括协助消费者获取交易信息、配合行政监管与司法调查等。电商平台自治规制应立足于私法赋权与意思自治，公权力介入须以用尽既有制度规范为前提，且应限定在合理且必要的范畴之内[12]。

规范基础层面，平台责任的认定可依据《中华人民共和国电子商务法》关于平台经营者义务的规定，并结合《解释》关于责任主体的规则。平台未尽资质审核义务、未履行信息披露义务、未建立有效的纠纷解决机制，应根据其过错承担相应责任。

5. 结语

电商预付式消费的法律规制，核心是在消费者保护与商业创新之间寻求动态平衡。2025年《解释》的施行为这一领域提供了新的规范基础，其关于责任主体认定、格式条款规制、举证责任分配的制度创新，强化了对消费者的司法保护。但电商场景的特殊性，主体复杂化、交易虚拟化、证据控制权失衡、资金流转隐蔽化，对传统规制框架提出了新的挑战。本文分析表明，现行规制困境的根源在于，规制理念滞后于商业模式创新，公法与私法衔接不足。破解的方法在于从整体主义理念出发，推进准入监管、资金监管、消费者救济、平台责任四个维度的制度完善。当商家从靠资金沉淀生存转向以服务质量竞争，当消费者的选择权与商家的生存权在健康市场中达成平衡，预付式消费才能真正实现其商业价值，成为值得托付的消费模式。

参考文献

- [1] 陈体贵, 刘绍斐. 数字平台预付式消费的责任认定研究[J]. 山东法官培训学院学报, 2025, 41(6): 138-152.
- [2] 杨立新. 预付式消费合同纠纷法律适用规则的理解与适用[J]. 法律适用, 2025(5): 21-34.
- [3] 赖雨嫣. 预付式消费中消费者权益保护的法律困境及应对[J]. 中国价格监管与反垄断, 2025(12): 78-80.
- [4] 冯辉. 整体主义视野下预付费商业模式的法律治理[J]. 现代法学, 2025, 47(6): 37-52.
- [5] 肖峰. 数字经济条件下电商平台责任认定难题和治理出路[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2024, 36(3): 72-82.

-
- [6] 肖建钧. 论预付式消费新规视域下消费者权益的保护[J]. 商场现代化, 2025(19): 44-46.
 - [7] 曹世超. 数字经济与平台治理: 中国数字平台监管实践与全球治理启示[J]. 现代商贸工业, 2025(19): 23-25.
 - [8] 纪雅. 预付式消费中消费者权益保护的困境与法治化对策研究[J]. 法制博览, 2025(29): 157-159.
 - [9] 谢勇. 预付式消费中经营责任主体的认定[J]. 法律适用, 2025(5): 3-20.
 - [10] 朱广新. 预付式消费中消费者的特别保护机制[J]. 政法论坛, 2025, 43(6): 102-114.
 - [11] 刘娅玲. 预付式消费中消费者权益保护的问题与对策[J]. 中国价格监管与反垄断, 2025(10): 113-115.
 - [12] 金善明. 电商平台自治规制体系的反思与重构——基于《电子商务法》第 35 条规定的分析[J]. 法商研究, 2021, 38(3): 41-52.