

论网购合同格式条款的规制

赵金洁

上海海事大学法学院, 上海

收稿日期: 2024年4月7日; 录用日期: 2024年4月16日; 发布日期: 2024年5月17日

摘要

随着互联网的发展, 网络购物规模迅速壮大, 网购合同格式条款得到了广泛应用。区别于传统格式条款, 网购合同格式条款具有隐蔽性、虚拟性等特点, 在应用过程中出现了很多新的问题, 如经营者提示义务不完全履行、消费者救济受到限制等。我国现行法律对此存在诸多不足, 可以从立法体系、明确提示义务、加强对消费者权益的保护等方面进行立法完善, 促进网购行业的健康发展。

关键词

格式条款, 法律规制, 完善建议

On the Regulation of Standard Terms in Online Shopping Contracts

Jinjie Zhao

Law School of Shanghai Maritime University, Shanghai

Received: Apr. 7th, 2024; accepted: Apr. 16th, 2024; published: May 17th, 2024

Abstract

With the development of the Internet, the scale of online shopping has grown rapidly, and the standard terms of online shopping contracts have been widely used. Different from traditional standard terms, standard terms in online shopping contracts have the characteristics of concealment and virtuality, and many new problems have emerged in the application process, such as incomplete performance of the operator's obligation to remind, and limitations on consumer remedies. There are many shortcomings in the current laws in our country, and legislation can be improved from the aspects of legislative system, clear reminder obligations, and strengthening the protection of consumer rights, to promote the healthy development of the online shopping industry.

Keywords

Standard Terms and Conditions, Legal Regulation, Improvement Suggestions

Copyright © 2024 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. 网购合同格式条款的特性

1.1. 网购合同格式条款具有隐蔽性

在网购合同中，格式条款通常以数据电文的形式出现，与纸质合同相比，互联网环境下的格式条款往往晦涩冗杂，消费者面对这些繁杂的条款，耐心逐渐被耗尽，导致他们只审查了部分条款，甚至根本没有审查合同。再者，电脑屏幕会导致消费者阅读理解能力下降，再加上其本身法律知识、阅读能力的不足，对格式条款中不利于己方的内容不够敏感。在这种情况下，网购格式条款的提供者为了追求更多的利益，会利用其优势地位和对网购合同格式条款的控制力，使消费者忽视了那些涉及自身重大权益的条款。实践中，商家会将重要条款掺杂在众多的合同条款中，然后提供给消费者是否同意的链接，消费者往往难以察觉隐藏的风险，进而点击“同意”，从而为后续可能发生的网购合同格式条款纠纷埋下了隐患。

1.2. 网购合同格式条款具有虚拟性

不同于实体购物，消费者可以直接接触到交易对象、合同条款等等，网上购物具有虚拟性。消费者在浏览网页时看到的商品材质、尺寸、颜色等信息都是通过文字描述、图片的方式展现出来，而不能直接感触到实物的细节。买家通常依据卖家在网络上单方披露的服务信息或者商品信息来作出购买决定，而信息披露的内容、时间长短等均掌握在卖方手中，在这种情况下可能会出现因为卖家主观故意或者客观因素导致信息失真，进而影响消费者的判断，损害消费者的权益。

1.3. 网购合同格式条款主体身份具有不确定性

交易双方订立网购合同都是通过互联网缔结，合同通过电子数据的形式展现出来，不需要像传统合同面对面签订。经营者在提供网购合同格式条款时，并不知道合同相对人是否成年、是否具有完全民事行为能力等情况。这种身份的不确定性可能导致一系列潜在问题，特别是当消费者因缺乏相应的民事行为能力而使合同效力待定或者无效时，纠纷往往难以避免。

2. 我国现行立法对网购合同格式条款的规制

目前我国对于网购合同格式条款的规定主要存在于《民法典》、《消费者权益保护法》、《电子商务法》和相关司法解释中。

《民法典》第 496~498 条对格式条款的订立、效力和解释加以规定，与原《合同法》相比，做了以下修改：第一，只要条款与相对方有重大利害关系，提供方就必须提醒对方注意，明确了提供方义务范围；第二，相比于《合同法》将免责、限责的格式条款一律无效，《民法典》新增了“不合理”要件，将“不合理”作为无效的事由；第三，将申请撤销条款修改为主张该条款不成为合同内容，相对方不再需要通过诉讼、仲裁方式请求，节约了成本。这些规定使得体系更为科学、严谨，对于格式条款的规制具有重要意义。

《消费者权益保护法》规定只要经营者向消费者提供存在“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”内容的格式条款、声明、店堂告示等[1]，就直接认定为无效，相比《民法典》更有利于保护消费者。

《电子商务法》对网购合同格式条款的规定更少，只规定了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，未能弥补对网购合同格式条款规制的不足[2]。

3. 我国网购合同格式条款法律规制存在的问题

3.1. 对传统合意理论提出挑战

网购合同格式条款是由经营者制定的，消费者无法与之协商，为了购买商品和服务，消费者只能被动接受合同，此时的合意并非其真实意思表示。由于网络具有虚拟性，消费者对于交易的存在感往往会被弱化，导致他们很少认真注意条款内容。在这种情况下，消费者不知道自己同意了什么，导致本该处于核心的合意规则变成了稀薄的合意状态。因此，如何使消费者真实感知网购合同格式条款并在此基础上作出理性决定亟需进一步研究。

3.2. 条款提供者提示义务不完全履行

《民法典》第 496 条为了防止提供方滥用格式条款损害相对方利益，要求提供方采取合理的方式提示相对方注意条款[3]，但是没有具体化说明义务履行的标准，导致提示义务的履行未达到预期效果。在实践中，网购合同格式条款提供方占据了优势地位，其对于条款的解释相比处于弱势地位的消费者往往更具说服力，消费者面对这些解释难以进行有效的反驳，这使得所谓的“合理方式”实际上更多地是基于提供方的观点和立场。其次，很多消费者在网购过程中，往往忽略了纷繁复杂的合同，而更关注商品本身，也不会要求经营者提供说明义务，导致双方信息不对称。实践中消费者一般需点击超链接才能看到合同内容，即使经营者在合同中以标红、加粗字体等方式提请消费者注意，但如果消费者没有点击超链接查看合同，提示也就失去了实际意义。

3.3. 消费者的法律救济受限制

在互联网环境下，交易双方签订格式合同并非面对面的，消费者通过点击同意选项，即代表着受该格式合同约束。但消费者往往不会仔细审查格式条款，并且也没有机会与销售者协商条款，如果想要购买商品，只能接受条款的约束。在这种情况下双方就条款发生争议，消费者会因为其在先的同意行为而处于不利地位，而格式条款的提供方凭借着信息不对称和专业知识、技术占据了优势地位，将格式条款解释成有利于自己的条款，消费者难以反驳。当交易双方无法协商时，消费者可能会通过诉讼、仲裁的方式解决。在我国交易双方可以约定诉讼管辖的法院，格式条款提供方往往会在协议中约定提供方公司所在地为纠纷发生时的管辖法院，这会给消费者的维权带来极大的不便。在实践中消费者可能因为维权成本较高，投入的时间成本、金钱远大于胜诉所能获得的补偿而无奈放弃维权。

4. 网购合同格式条款规制建议

4.1. 立法完善建议

明确规定了格式条款的概念、规制原则、订入规则、效力规则和合同解释规则，对于规制格式条款具有重要意义。但随着格式条款在现代经济社会中扮演的角色日益重要，并且订立规则、内容等方面又有特殊性、复杂性，因此可以借鉴《德国民法典》对格式合同的相关立法体系，在我国《民法典》合同编对格式合同相关内容进行集中规定[4]。其次，在《民法典》的框架下，修改和完善我国电子商务相关

规定,对电子商务经营者特别是平台经营者的义务与责任作必要的补充完善,保证交易安全,保护用户和消费者权益,为规范网购合同格式条款提供明确可行的指导。最后,网购合同格式条款与消费者息息相关,完善消费者权益保护立法对规制格式条款有着重要作用。我国《消费者权益保护法》第26条规定了格式条款的披露和效力制度,加强了对消费者的保护,将与《民法典》等进行衔接适用[5]。

4.2. 明确条款提供者的提示义务

网购合同格式条款由经营者主导订立,经营者占据了主导地位,并且在互联网环境下,消费者往往不会仔细阅读格式条款的具体内容,因此经营者有义务提醒消费者注意条款。我国法律对于提示义务的标准并不详细,不利于解决条款争议纠纷,借鉴《德国民法典》,细化经营者在订立网购合同时的告知义务的履行要求及其内容,促进网购行业的健康发展。经营者的提醒方式要显著,不能只通过对格式条款采用加粗下划线等提示方式来履行提示义务,这样不足以引起消费者的注意。经营者需要采取显眼的形式明示,如使用不同的颜色、字体或字号;使用超链接提醒的,要将超链接给予不同颜色的区分,并放在显眼的位置;也可以采取语音提醒方式,既简便又能有效提醒消费者。提示义务的程度可以根据格式条款的内容来判断,对消费者权益有重大影响的条款,提示注意的程度也应该提高。由于网购合同格式条款庞杂,消费者一键同意所有格式条款的行为过于草率,对于重要条款内容还可采取多次点击确认的方式,以确保消费者注意到,经营者可通过的文本框弹出等方式对二次提醒消费者,也不会增加太大的成本负担。

4.3. 加强对消费者权益的保护

4.3.1. 健全格式条款订立的合理审查制度

由于网购合同格式条款具有隐蔽性和虚拟性的特点,因此有必要对格式条款进行网络审查。格式条款中有大量的专业术语,审查机构和人员应当具备一定的专业知识和经验,可以选择具有专业法律知识的人员审查,或者由政府组织专业的审查委员会。同时应该加强对网络格式条款审查的监督,不仅要经营者加强监督,定期对网络合同格式条款进行审查,还要防止行政主管部门滥用职权。

4.3.2. 健全网购信用评价机制

消费者在购买商品或者服务时,往往会看商家的信用状况来决定是否购买,因此信用评估对构建真实的网络交易环境、预防纠纷出现起着非常重要的作用。当前我国网络购物信用体系的构建还不是很完善,例如有些商家会在消费者“差评”之后,联系消费者修改评价,导致商品评价不真实,甚至有经营者通过“刷单”行为来提高网店的可信度等等。有关部门应建立第三方信用评价平台,支持鼓励第三方信用评价平台作出更为客观的评价,建立相关的失信惩罚制度,为完善我国网络购物信用体系奠定基础。

4.3.3. 增加管辖法院选择空间

网购合同格式条款由经营者提供,消费者并没有协商的机会,因此合同中管辖条款的订立不具备自愿性,当格式条款提供者占据优势地位而迫使消费者同意了对自己不利的管辖条款时,该条款应被排除。但如果管辖条款经经营者和消费者事先约定并且没有对消费者产生不利影响,甚至给予了更高层次的保护,应肯定其合法性、有效性。此外,可以通过互联网法庭这一新诉讼形式解决网购合同格式条款纠纷,不仅可以降低诉讼成本,还能有效地解决双方在管辖上出现的争议。

参考文献

- [1] 张晓梅,周江洪. 格式条款提供者的单方变更问题研究[J]. 浙江大学学报(人文社会科学版), 2022, 52(10): 84-96.

-
- [2] 杨立新. 电子商务法规定的电子商务交易法律关系主体及类型[J]. 山东大学学报(哲学社会科学版), 2019(2): 110-120.
- [3] 孙博亚. 网购合同格式条款控制的模式选择[J]. 学术交流, 2019(12): 86-97.
- [4] 张良. 我国民法典合同法编格式条款立法研究[J]. 四川大学学报(哲学社会科学版), 2019(1): 133-140.
- [5] 吕冰心. 论网络格式合同条款的特性与规制[J]. 法学杂志, 2022, 43(3): 132-148.