

doi:12.3969/j.issn.1672-0598.2014.01.017

网络购物合同中格式条款无效的认定规则

——评陈某诉某某网络科技有限公司网络购物合同纠纷案*

孙建伟

(上海市徐汇区人民法院,上海 200030)

摘要:网络购物格式条款提供方未尽到合理提示义务,且条款中含有对消费者“不公平、不合理”的规定,人民法院即应认定该网络购物格式条款无效。所谓“不公平、不合理”的规定,可以理解为排除了消费者的法定权利或者通常情形下享有的主要权利,包括实体权利和程序权利。

关键词:网络购物合同;格式条款;无效

中图分类号:D923.6 **文献标志码:**A **文章编号:**1672-0598(2014)01-0101-03

2011年9月初,被告某某公司推出庆融资迎中秋手表一折起的广告,原告陈某为赠送亲朋好友,9月6日、7日,原告提交了11份订单,并支付了其中7笔订单价款。9月9日,被告客服人员短信通知因无现货,需海外采购,预计在9月19日左右发货。9月28日,被告通知原告取消所有订单,并将货款返还其某某网账户。原告主张合同已成立,起诉至原告所在地即合同履行地人民法院;被告依据《某某网用户协议》中合同成立条款辩称合同未成立。一审审理过程中,被告对管辖权提出异议。一审法院依据《某某网用户协议》管辖条款内容,将案件移送至被告住所地人民法院。原告不服,提起上诉,二审法院撤销一审裁定,发回重审。

一审法院认为,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。提供格式条款一方免除其责任、加重对方责任、排除对方主要权利的,该条款无效。经营者不得以格式合同等方式作出对消费者不公平、不合理的规定。本案中,陈某通过被告的某某网

购买物品,必须先注册并同意《某某网用户协议》,该用户协议属于格式合同。其中虽注明了“本站的价目和声明均不构成要约……仅在本站向您发出送货确认的短信或电子邮件通知您本站已将商品发出时,本站对您合同要约的接受和承诺才成立”的条款,但被告并未以合理方式提请陈某注意。且若按此交易流程,在合同尚未成立的情况下,陈某必须按订单约定及网站规定在24小时履行支付货款义务,否则系统将自动撤销订单;即便陈某履行完全部合同义务,被告仍可根据此条款主张合同尚未成立。该条款显然属于对陈某不公平、不合理的规定,严重不合理地加重了陈某的交易负担。故该条款对陈某无效。被告发布的广告系要约,原告提交订单为承诺,原告与被告之间的网络购物合同已成立。

二审法院认为,陈某注册某某网时以网络点击的方式与某某公司签订《某某网用户协议》,该协议内容虽系格式条款,但某某公司对该协议的具体内容通过其某某网已经向用户作了全面展示,条款内容也没有违背公平原则,导致权利义务

* [收稿日期]2013-05-23

[作者简介]孙建伟(1980—),男;硕士研究生,在上海市徐汇区人民法院工作,主要从事合同法、侵权法研究。

失衡,申请人可以根据个人情况选择是否接受协议条款,陈某通过注册登记成为某某网用户的行为表明其已经了解并接受了协议条款,故该协议对双方当事人均有约束力,应属合法有效。原告提交订单为要约,被告尚未作出承诺,原告和被告的网络购物合同未成立。被告应承担缔约过失责任。

据中国互联网信息中心最新发布的《中国互联网发展统计报告》,截至2012年6月,网络购物用户达2.1亿,使用率提升39.0%,较2011年年底用户增长8.2%。在飞速发展的同时,因此而起的网络购物合同纠纷也随之而来。本案争议焦点在于网络购物中格式合同免责条款效力的认定。

尽管网络购物与传统购物在具体交易环境与方式上有明显的区别,但二者在交易实质上是相同的。^[1]现行法律中关于格式条款的规定,都适用于网络购物合同。但是,网络购物毕竟具有无纸化、数字化等特殊性质。因此,在认定格式条款效力时亦应考虑这些差异。

一、格式条款的基本内涵

《中华人民共和国合同法》(以下简称《合同法》)第三十条第二款规定:“格式条款是当事人为了重复使用而预先拟订,并在订立合同时未与对方协商的条款。”王利明教授也认为:“所谓格式条款是指由一方当事人为了反复使用而预先制定的、并由不特定的第三人所接受的,在订立合同时不能与对方协商的条款。”^[2]格式条款具有如下特征:第一,是当事人一方事先制定的;第二,必须是未经磋商的;第三,目的是多次重复使用且稳定不变的;第四,签订过程的附和性。上述四个条件相结合共同构成格式条款的特征。我们在认定格式条款的时候必须从整体着眼,而不是单独的从一个或几个特征入手,来判断条款的性质。

本案中,陈某通过点击与某某公司签订的《某某网用户协议》。该《某某网用户协议》系某某公司为反复使用,单方面、事先制定的,协议内容也未和消费者磋商,消费者只有选择是否点击的权利,无更改协议内容的机会。《某某网用户协议》显属格式条款。

二、格式条款的实体规则

《合同法》第三十九条第一款规定:“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

取合理的方式提请对方注意免除或者限制其责任的条款,按照对方的要求,对该条款予以说明。”可见,格式条款提供方负有三项法定义务,即遵循公平原则确定当事人之间的权利义务、对于免责或限责条款采取合理的方式提示对方注意以及依对方的要求给予说明的义务。所谓采取合理的方式提示对方注意是指采取足以引起对方注意的文字、符号、字体等特殊标识。笔者认为,相对于实体购物模式的网络购物,网站可采取的提示对方注意的标识更为多样,且网络消费者对网站提供的协议内容也更容易忽视,故网站应尽到更为严格的提示注意义务。

合同法第四十条规定了格式条款无效的三种情形:一是符合合同法第五十二条一般合同无效情形的格式条款无效,二是格式条款免除造成对方人身伤害的或者因故意或者重大过失造成对方财产损失的责任时无效,三是格式条款提供方免除自身责任、加重对方责任、排除对方主要权利的,格式条款无效。免除自身责任、加重对方责任、排除对方主要权利应是并列关系,须同时具备方属于上述第三种情形。^[3]同时,合同法司法解释二第十条规定:“提供格式条款的一方当事人违反合同法第三十九条第一款的规定,并具有合同法第四十条规定的情形之一的,人民法院应当认定该格式条款无效。”综上,认定格式条款无效须具备两个要件:第一,格式条款提供方未尽到合理的提示或说明义务;第二,属于合同法第四十条规定的免责条款。

同时,《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十四条又规定:“经营者不得以格式合同、通知、声明、店堂告示等方式作出对消费者不公平、不合理的规定,或者减轻、免除其损害消费者合法权益应当承担的民事责任。格式合同、通知、声明、店堂告示等含有前款所列内容的,其内容无效。”所谓“不公平、不合理”的规定,可以理解为排除了消费者的法定权利或者通常情形下享有的主要权利,包括实体权利和程序权利。

本案中陈某陈述其购买涉案手表系为了赠与朋友,该解释符合常理,若被告某某公司不能举证陈某购买涉案手表系为了赢利之目的,则可认定陈某系为了生活需要购买手表,本案符合适用消费者权益保护法的前提,可依据消费者权益保护法第二十四条之规定来认定本案中格式条款之效力。

三、本案格式条款无效的认定

(一) 管辖条款的效力

被告某某公司对一审法院的管辖权提出了异议,其所依据的是被告网站公布的《某某网用户协议》。该协议明确约定,凡因与本站销售的商品或提供的服务有关的争议,应提交被告所在地有管辖权的法院管辖。原告在注册成为某某网会员时已同意该协议。

笔者认为,人民法院对于协议管辖问题虽主要进行形式审查,但不能完全排除实体方面的相关考量,不能截然排除实体法的适用,尤其是涉及消费者权益保护方面。该协议管辖格式条款排除了消费者可依据合同履行地即送货地享受管辖便利的法定诉讼权利,加重了消费者的诉讼负担,系对消费者“不公平、不合理”的规定。况且,某某公司并未能举证证明,其对该管辖条款通过加粗、改变字号、颜色等足以引起消费者注意的方式,尽到提示注意义务。因此,应认定该协议管辖条款无效,一审人民法院对本案有管辖权。

(二) 合同成立条款的效力

本案另一争议焦点系认定用户协议中“本站的价目和声明均不构成要约……仅在本站向您发出送货确认的短信或电子邮件通知您本站已将商品发出时,本站与您的合同才成立”条款的效力。该格式条款将消费者付款等履行义务前置承诺之前,直接结果是消费者发出要约并履行完全部合同义务后,该网站运营商仍可据此条款主张合同尚未成立,并无理由占用消费者支付的资金。该条款改变了通常情形下合同成立、履行的规则。即便充分考虑买方即消费者的虚拟性和卖方即网站运营方的确定性、唯一性,消费者若选择在线付

款,确应先付款后发货;但网站运营方完全可以在消费者提交订单(即发出要约)与付款之间,设置一个回复(承诺)环节,以示公平、合理。此外,网站运营方即本案被告某某公司仅是对用户协议进行了全面展示,并未尽到合理提示注意的义务。因此,该合同成立条款系对消费者“不公平、不合理”的规定。至于二审法院认为“客户可以选择货到付款以免资金被占用增加交易负担,也可以自由择定交易对象”的论点,笔者认为不能以设置消费者的选择权,来变相增加每一种选择中消费者的交易负担,这本身就不合理。因此,该合同成立格式条款亦仍认定为无效。

本案中,被告某某公司推出庆融资迎中秋手表一折起的广告系商业广告。商业广告可为要约,也可为要约邀请。区别的关键在于商业广告是否有一经受要约人承诺,即受该意思表示约束的意思表示,亦即同意成立合同的意思表示。本案中某某公司推出的商业广告不宜被认定为要约。原告陈某提交订单为要约,9月9日某某公司的短信通知,实际上未对要约内容作出实质性变更,可认定为承诺,此时,原告陈某与被告某某公司的网络购物合同已成立。

[参考文献]

- [1] 肖光亮.电子商务中格式条款的认定及其效力[J].法律适用,2011(10):114.
- [2] 王利明.合同法研究:第一卷[M].中国人民大学出版社,2002:384.
- [3] 杨朱瑞.格式条款提供方的合理提示义务与格式条款效力的认定[J].人民司法案例,2010(18).

(责任编辑:杨睿)

Determining Rules on Invalidation of Specified Clauses in Online Purchase Contracts ——Comment on the Dispute on Online Purchase Contract between Mr. Chen and a Network Scientific and Technological Co., Ltd

SUN Jian-wei

(People's Court of Xuhui District, Shanghai 200030, China)

Abstract: When a provider of specified clause for online purchase does not perform its reasonably mentioned duty and when the clause contains “unfair and unreasonable” contents to consumers, a people's court should immediately regard the specified clause of the network purchase as invalidation. The so-called “unfair and unreasonable” clause can be regarded as the clause excluding legal rights of the consumers or main rights in general condition enjoyed by the consumers, which include substantive right and procedural right.

Key words: online shopping contract; specified terms; invalidation