

DOI: 10.53104/fxsy.2025.01.01.003

“到期自動續費”的協議設計是否符合消費者的明示同意原則

林昱辰¹

1. 中南財經政法大學，湖北省 武漢市 430073

摘要：近年來，隨著數字平臺經濟的迅速發展，“到期自動續費”已成為線上視頻、音樂、網路文學、線上教育、健身等多個行業的常見運營模式。該機制在提升平臺用戶留存率和收益的同時，也引發了大量法律爭議和消費者投訴。尤其是在協議設計中，顯著提示不足、預設勾選、取消路徑複雜、續費提醒缺失以及條款變更未重新確認等問題普遍存在，使得消費者在不完全知情或未明確表達同意的情況下被動進入續費週期，導致“明示同意”原則在實踐中頻頻失效。

本文以“明示同意”原則為分析框架，首先梳理了《中華人民共和國民法典》《消費者權益保護法》《電子商務法》等現行法律中與顯著提示、合理說明及消費者自主選擇相關的規定，界定了明示同意在網路自動續費場景下的制度內涵。其次，通過對國內主流平臺自動續費條款的典型設計模式進行分析，總結出當前實踐中存在的五類高發爭議點，並結合若干司法判例，提煉出法院在效力認定中普遍關注的提示顯著性、意思表示的真實性、取消路徑的便利性及條款變更的重新確認等裁判標準。研究發現，現行制度在細化操作標準、統一司法尺度及應對技術規避行為方面仍存在不足，導致同類案件在不同地域和審級中裁判結果差異明顯。

在此基礎上，文章提出多項制度與合規建議，包括立法上明確顯著提示的操作細則和禁止性條款設計清單、建立強制續費前提醒制度、簡化並直觀化取消流程、引入條款變更的強制重新確認機制，以及通過行業自律和協力廠商審查提升平臺運營透明度。通過立法、執法與技術優化的協同推進，可在保障平臺商業模式靈活性的同時，有效落實明示同意原則，平衡經營者利益與消費者權益，從根本上減少因自動續費引發的法律糾紛與信任危機。

關鍵字：到期自動續費；明示同意；格式條款；消費者權益；平臺合規

Does the Agreement Design of “Automatic Renewal upon Expiration” Comply with the Principle of Explicit Consumer Consent

LIN Yu-chen¹

1. Zhongnan University of Economics and Law, Wuhan 430073, P.R.China

Correspondence to: LIN Yu-chen; Email: llyyuchen@sina.cn

Abstract: In recent years, with the rapid development of the digital platform economy, “automatic renewal upon expiration” has become a common operational model in industries such as online video, music streaming, digital literature, online education, and fitness services. While this mechanism enhances user retention and boosts platform revenue, it has also triggered numerous legal disputes and consumer complaints. In particular, issues such as

收稿日期：2025-08-03 返修日期：2025-08-06 錄用日期：2025-08-08 出版日期：2025-08-11

通信作者：llyyuchen@sina.cn

引用格式：林昱辰. “到期自動續費”的協議設計是否符合消費者的明示同意原則[J]. 法學視野, 2025, 1(1): 27-32.

insufficient prominent disclosure, pre-ticked checkboxes, complicated cancellation procedures, lack of renewal reminders, and failure to reconfirm contractual changes are prevalent in agreement design, often leading to situations where consumers enter renewal cycles without full knowledge or explicit consent, thereby undermining the practical effectiveness of the “explicit consent” principle.

Using the explicit consent principle as an analytical framework, this paper first reviews the provisions of the Civil Code of the People’s Republic of China, the Law on the Protection of Consumer Rights and Interests, and the E-commerce Law, focusing on rules regarding prominent disclosure, reasonable explanation, and consumer autonomy, and clarifies the institutional connotation of explicit consent in the context of online automatic renewal. Second, by analyzing the typical design patterns of automatic renewal clauses on major domestic platforms, the study identifies five common dispute-prone models and, through the examination of judicial cases, extracts the criteria generally applied by courts when determining validity, including the prominence of disclosure, the authenticity of intention, the convenience of cancellation procedures, and the reconfirmation of contractual changes. The findings reveal that the current system still lacks operational detail, uniform judicial standards, and mechanisms to address technical circumvention, resulting in inconsistent judgments across regions and court levels for similar cases.

Based on these findings, the paper proposes several institutional and compliance recommendations, such as specifying detailed operational rules for prominent disclosure and a list of prohibited clause designs in legislation, establishing a mandatory pre-renewal reminder system, simplifying and visualizing the cancellation process, introducing a mandatory reconfirmation mechanism for contractual changes, and enhancing transparency through industry self-regulation and third-party audits. By advancing legislation, enforcement, and technical improvements in a coordinated manner, it is possible to safeguard both the flexibility of platform business models and the effective implementation of the explicit consent principle, thereby balancing the interests of operators and consumers and fundamentally reducing legal disputes and trust crises caused by automatic renewal.

Key words: automatic renewal upon expiration; explicit consent; standard form contract; consumer rights; platform compliance

引言

近年來，隨著數字平臺經濟的快速發展，越來越多的網路服務平臺在會員訂閱、增值服務及數位內容付費等業務中普遍引入“到期自動續費”機制。用戶在首次支付後，若未主動取消，系統將預設在訂閱週期結束後自動扣費並續期。這一商業模式在提升平臺使用者留存率和利潤空間的同時，也引發了廣泛的法律爭議，尤其是在消費者是否知情、是否同意及如何同意的問題上。中國消費者協會於 2021 年發佈的調查報告指出，自動續費相關投訴在數字消費糾紛中占比超過 30%，其中涉及“默認勾選”“取消難”“資訊提示不清”等情形尤為常見。

在此背景下，如何認定“到期自動續費”協議條款的效力，關鍵在於是否符合《中華人民共

和國民法典》《消費者權益保護法》以及《電子商務法》中關於“明示同意”的要求。根據《民法典》第 496 條，格式條款提供方應履行合理說明義務，並不得借助技術手段規避用戶的知情權和選擇權；而“明示同意”作為判斷格式條款有效性的核心標準之一，關係到合同自由與消費者保護之間的平衡。特別是在數位環境下，消費者常因介面複雜、資訊冗長、預設勾選等機制而在不知情或不完全知情的情況下被迫“同意”，使得“明示”的真實性受到質疑。

目前，雖然監管機關與部分法院已對“自動續費”條款的提示義務、預設行為、顯著標識等方面提出裁判觀點或行政要求，但整體規範體系仍存在較大模糊空間與解釋分歧。本研究擬以“到期自動續費”協議中的具體設計樣態為物件，分析其在法律實踐中能否構成對“明示同意”原則的有效滿足，進而揭示其中的風險類型

與制度空缺，並提出切實可行的制度完善建議。

1 研究背景

“到期自動續費”機制最初源於歐美訂閱服務與平臺經濟實踐，近年來在中國迅速擴展，廣泛用於線上視頻、音樂、網路文學、健身、教育等領域。其核心商業邏輯是通過在使用者首次付款時自動綁定下一週期服務，在使用者未主動取消的情況下，系統自動扣款完成續費。平臺通過默認勾選、模糊提醒、隱藏取消路徑等方式提高使用者黏性，卻頻繁引發“誘導性簽約”爭議。

根據中國消費者協會《2023 年全國消費維權年報》資料，自動續費問題連續多年位列熱點投訴榜單，用戶集中反映的問題包括：平臺在付款頁面未作明顯提示、自動勾選條款、取消路徑複雜、扣費前未提醒、試用期結束自動轉正價等。這些現象背後折射出對“明示同意”原則的系統性挑戰。

“明示同意”是現代合同法中對格式條款有效性的基本要求。依據《中華人民共和國民法典》第 496 條規定，提供格式條款的一方應採取合理方式提請對方注意免責或限制責任的內容，並按照對方要求予以說明；未盡說明義務的，該條款無效。消費者權益保護法與電子商務法亦對資訊披露義務和顯著提示義務作出了明確規定。然而，實際運行中平臺採用“點擊即同意”“沉默視為同意”“彈窗易忽視”等形式設計條款，大量使用者在不知情狀態下即被綁定續費義務，極易侵犯其知情權和選擇權。

學界已有研究指出，若平臺未在續費前以短信、彈窗或郵件等方式進行充分提示，或預設勾選服務協定條款而未提供便捷退訂入口，可能構成對消費者的誤導性設計，應被認定為無效格式條款。例如李宇指出：“自動續費若未能在續費前三日通過顯性通知提示消費者，或隱藏取消路徑，通常違反明示同意原則，屬無效行為”^[1]。

此外，司法實踐中對自動續費條款的效力判斷尚不統一。部分法院更傾向於認定“用戶點擊即同意”構成有效同意，但也有案例強調未作顯著提示者違反格式條款說明義務，應認定為無效。這種標準的不明確，反映出我國平臺條款監管體系仍存在規範模糊與裁量彈性空間，亟需通過理

論研究與實務總結完善“明示同意”的適用邏輯。

因此，本文將圍繞“到期自動續費”協議中明示同意的表現機制與合法性判斷問題，系統梳理相關法律規範與裁判標準，並結合平臺典型設計案例，探索如何在制度層面實現消費者權利保障與平臺商業利益之間的合理平衡。

2 “明示同意”原則的法律基礎與 制度內涵

[illegible]

在我國現行法律體系中，“明示同意”雖然並非直接以概念入法，但其精神已廣泛嵌入多部法律與部門規章之中。《中華人民共和國民法典》第 496 條確立了格式條款提供方的提示義務和說明義務，並明確規定未履行此義務的條款無效；《消費者權益保護法》第 26 條則強化了對不公平、不合理格式條款的否定性評價，並禁止通過格式合同排除或限制消費者的法定權利；《電子商務法》第 17 條進一步強調了“顯著方式”提請注意的重要性，要求平臺在涉及重大權益的條款中採用足以引起使用者注意的標識方式。

值得注意的是，現行立法對“明示”的判斷標準多集中於“顯著方式”與“合理提示”的原則性要求，缺乏具體的、可量化的操作指引。例如，法律並未明確規定提示文字的字體大小、顏色、在介面中的位置，也未強制要求二次確認機制或分步驟確認路徑。這一模糊性使得部分平臺可以通過技術設計，形式上履行提示義務，實質上卻降低了提示效果。

在司法實踐中，法院在判斷“明示同意”時，一般會從三個方面綜合考量：

第一，資訊提示的充分性與顯著性——提示內容是否清晰具體，是否通過字體、顏色、位置

等方式突出顯示，是否避免與其他資訊混淆；

第二，用戶操作的主動性與可控性——用戶是否通過點擊、勾選等明確行為表示同意，是否有機會拒絕或修改相關條款；

第三，操作記錄的可追溯性——平臺是否保留了使用者操作的時間、方式、介面截圖等記錄，以備事後核查。

不過，由於缺乏明確的法律技術標準，法院對同類案件的裁判結果仍存在差異。一些判決傾向於將“點擊即同意”視為有效，另一些則強調“顯著性不足”或“隱藏取消路徑”構成無效。

從國際比較看，歐盟在《消費者權益指令》中明確要求對自動續費等持續性合同，經營者必須在續費前以清晰、顯著的方式提供相關資訊，並獲得消費者的明確確認，否則合同自動續費條款無效。美國部分州則要求在每次續費前向消費者發送電子郵件或短信提醒，並提供一鍵取消管道。這些做法在技術細節和用戶操作便利性方面均較我國現行規定更為具體，也更有利於保障“明示同意”原則的落實。

因此，從制度內涵上看，“明示同意”不僅是合同效力判斷的法律工具，更是一項跨越法律、技術、用戶體驗多重領域的綜合性保障機制。其在“到期自動續費”場景中的有效適用，必須建立在法律明確、提示顯著、路徑簡潔和證據留痕等多重條件的共同作用之上。

3 “到期自動續費”協議的典型設計與問題呈現

在國內數位平臺經濟中，“到期自動續費”已成為線上視頻、音樂訂閱、網路文學、線上教育及健身等服務的常用運營模式。這類機制的協定設計通常融合合同文本、技術設置和介面交互三個要素，既關係到用戶體驗，也直接影響明示同意原則的落實程度。

第一類典型設計是默認勾選且未顯著提示。在部分平臺的介面中，自動續費選項在使用者首次開通服務時即被系統預設為勾選狀態，相關提示多以灰色小字體或置於頁面底部的方式呈現，難以引起使用者注意。這種模式在形式上附有“使用者已閱讀並同意”的聲明，但用戶往往是

在未被充分提醒的情況下完成支付，主動選擇空間被極大壓縮，導致同意行為的真實性和明示性受到質疑^[1]。

第二類是“優惠試用+到期自動轉正”模式。平臺通過“首月 1 元”“免費試用 7 天”等行銷策略吸引用戶，在試用期結束後自動按標準價格續費，並直接從綁定支付帳戶扣款。在部分案例中，續費價格與試用價格差距顯著，且平臺未在扣費前提供價格提醒，增加了消費者在無充分知情條件下繼續支付的風險^[2]。這種模式利用了消費者對低價試用的心理預期，使其在無明確同意的情況下進入較高價格的續費週期。

第三類是取消路徑複雜化。部分平臺將關閉自動續費的功能隱藏在多級功能表或非直觀入口中，有的甚至需要跳轉至協力廠商支付平臺進行關閉操作。多步驟、跨平臺的取消機制不僅增加了用戶退訂的時間成本，還可能因操作難度導致用戶放棄取消，從而延長了續費時間。這種行為在技術上並不構成阻斷服務，但在法律上可能被認定為對消費者選擇權的限制。

第四類是續費提醒缺失或弱化。部分平臺未在合理期限（如到期前 3—5 日）通過短信、推送或彈窗等顯著方式提示使用者續費資訊，而僅在應用內部發佈非顯著通知。使用者可能在不知情的情況下被續費，從而引發爭議。研究表明，有效的續費提醒機制是保障明示同意原則的重要一環，其缺失往往意味著提示義務的實質落空^[3]。

此外，還存在價格與條款變更未重新確認的問題。一些平臺在服務週期中調整會員權益、續費價格或條款內容，但並未要求用戶重新確認，而是繼續依託原有的自動續費授權扣款。這種做法將用戶的“初次同意”無限期延伸，可能導致當下服務內容與當初合同約定嚴重脫節，違反了合同變更須經雙方一致同意的原則。

綜合來看，這些協議設計問題有一個共同點：平臺在追求商業利益最大化的同時，通過介面與流程設計降低了使用者注意門檻，卻在實質上削弱了明示同意原則的可執行性。技術手段與合同文本的結合，使消費者處於資訊劣勢和選擇不對等的狀態，也為後續糾紛的發生埋下隱患。

因此，對“到期自動續費”協議的合法性審查，不應僅停留在條款文本上，還應延伸至介面

交互與流程設計，確保形式上的合規與實質公平相統一。

4 司法實踐中的有效性認定標準與

裁判規則分析

在司法實踐中，“到期自動續費”條款的效力認定，核心在於審查平臺是否履行了顯著提示義務、是否保證了用戶真實意思表示，以及是否為消費者提供了便捷的取消途徑。近年來的判例表明，法院普遍從提示方式、提示內容、操作路徑、條款公平性等方面進行綜合判斷。

首先，在顯著提示標準方面，法院通常要求平臺在涉及自動續費的關鍵條款中，使用能夠引起普通消費者注意的方式，例如字體加粗、顏色突出、頁面彈窗、二次確認等。如果提示資訊以灰色小字置於頁面底部，或與無關資訊混排，則可能被認定為未履行顯著提示義務。例如，北京互聯網法院在一起視頻會員自動續費糾紛中指出，平臺雖然在協議中包含續費條款，但提示位置不顯著、字體過小，難以引起普通用戶注意，因此認定該條款無效^[1]。

其次，在真實意思表示的審查中，法院傾向於考察用戶是否在充分知情的前提下作出同意。如果使用者是在預設勾選狀態下完成支付，或平臺利用優惠試用、複雜流程等方式減少使用者注意力，導致用戶在未明確意識到續費的情況下接受條款，法院多傾向於認定該同意行為不符合合同成立的意思自治原則^[2]。這類案件中，舉證責任一般由平臺承擔，需要提供足夠證據證明使用者已被顯著提醒並自願接受。

第三，取消路徑的便捷性也是司法審查的重要環節。法院在裁判時，不僅關注平臺是否提供取消功能，還會評估取消步驟的合理性和使用者的可操作性。如果取消路徑被隱藏在多級功能表中，或必須通過協力廠商平臺操作，法院可能認定該設計構成對消費者權利的實質限制，從而否定條款效力。

第四，在續費前的提示與告知方面，部分法院已將“提前提醒”視為保障明示同意原則的重要組成部分。雖然法律沒有明確規定提醒的時間節點，但多數學者和裁判實踐傾向於 3—5 日的合

理期限，以確保用戶有充足時間作出是否續費的決定。若平臺在續費前完全沒有進行提示，或僅在 APP 內部非顯著位置發佈消息，則可能被認定為未盡到合理的提示義務。

最後，在價格與條款變更情形下，法院一般要求平臺重新征得用戶同意。如果平臺在續費週期內調整價格或更改服務內容而未通知使用者，繼續依賴原先的自動續費設置扣款，則可能構成條款無效或履行瑕疵。這一觀點已在部分涉及線上教育、遊戲會員的案件中得到確認。

總體而言，我國法院在“到期自動續費”條款效力認定中形成了較為一致的裁判思路：

- 1) 形式審查——重點看提示位置、樣式是否顯著；
- 2) 內容審查——評估使用者是否處於充分知情和自主選擇狀態；
- 3) 程式審查——檢查取消路徑是否便捷、續費前是否有合理提醒；
- 4) 變更審查——確認價格和條款調整是否獲得用戶新一輪明示同意。

這種裁判模式體現出司法對於“明示同意”原則的多維度理解，也反映出法院在處理數位消費爭議時，正在從單純依賴合同文本審查，轉向對技術設計與用戶體驗的綜合評估。

5 制度完善路徑與平臺合規建議

針對“到期自動續費”協議在實踐中存在的顯著提示不足、用戶意思表示不充分、取消路徑複雜、續費提醒缺失以及條款變更未重新確認等問題，制度完善與平臺合規建設應當從法律細化、行業自律和技術優化三個層面協同推進。

第一，完善立法與司法解釋的細化規則。

現行《民法典》《消費者權益保護法》《電子商務法》雖對顯著提示義務和合同公平原則作出規定，但缺乏對“明示同意”在數字環境中的操作細節指引。建議在後續司法解釋或行業規範中明確：顯著提示應包含字體大小、顏色、介面位置等要求；預設勾選不得作為使用者同意的替代方式；涉及自動續費的條款應通過二次確認機制予以落實。這不僅有助於統一司法裁判標準，也能為平臺提供可遵循的合規邊界。

第二，建立強制性續費提醒機制。

可在行業標準或監管規則中明確規定，平臺在自動續費扣費前三至五日，應通過短信、應用推送或郵件等顯著方式向使用者發送提醒，告知續費金額、服務週期和取消途徑。此舉既能保障用戶的知情權和選擇權，也有助於降低因資訊不對稱引發的糾紛。

第三，優化取消路徑與操作便利性。

平臺應當在使用者帳戶設置或支付管理頁面提供“一鍵關閉”自動續費的功能，且入口應易於查找，不得隱藏在多級菜單或非直觀位置。對於綁定協力廠商支付管道的，應在平臺和支付端均同步提供取消選項，並確保使用者在任何一個管道操作均可即時生效。

第四，建立條款變更的重新確認機制。

當續費價格、服務內容或權益發生變動時，平臺應暫停自動續費設置，並要求用戶重新確認條款。僅依賴用戶在初次授權時的同意而不告知後續重大變更，可能構成對合同變更程式的規避。此類機制的落實，有助於避免使用者在不知情的

情況下繼續接受與原合同顯著不同的服務。

第五，加強行業自律與監管協作。

可以依託行業協會建立統一的自動續費合規指引，並推動平臺間共用使用者投訴和不合規記錄。監管部門可對違規率較高的平臺實施信用扣分、公開曝光、限期整改等措施。對於屢次違規的平臺，應考慮將其列入重點監管名單，形成高壓態勢，促使平臺主動調整業務模式。

第六，引入技術合規工具與協力廠商監督。

鼓勵平臺開發用戶視覺化的續費管理工具，即時顯示自動續費狀態、剩餘週期和扣費金額，並支持一鍵取消。同時，可探索由協力廠商機構定期對平臺的自動續費條款與介面進行合規審查，並將審查結果向社會公開，提高透明度與用戶信任度。

綜上，通過立法細化、技術改進與行業自律的多維協同，可以在保障平臺商業模式靈活性的同時，有效落實“明示同意”原則，平衡經營者利益與消費者權益，減少因自動續費機制引發的法律糾紛。

參考文獻：

- [1] 李宇. 電商平臺預付式消費中消費者權益保護研究[J]. 電子商務評論, 2025, 14(5): 3389-3395. <https://doi.org/10.12677/ecl.2025.1451653>
- [2] 吳長梅. 電子商務合同中格式條款效力認定與規制探討[J]. 電子商務評論, 2025, 14(6): 3448-3453.

版權聲明

© 2025 作者版權所有。本文依據“知識共用署名 4.0 國際授權合約”（CC BY 4.0）以開放獲取方式發佈。該許可允許使用者在任何媒介中自由使用、複製、傳播與改編文章（含商業用途），惟須明確署名原作者及出處，並注明所作修改（如有）。完整協議詳見：<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.zh-hans>

出版聲明

所有出版物中的陳述、觀點及資料僅代表作者及供稿者個人立場，與 Brilliance Publishing Limited 及/或編輯人員無關。Brilliance Publishing Limited 及/或編輯人員對因內容所提及的任何理念、方法、說明或產品所導致的人身或財產損害概不負責。