

司法裁判视角下网购商家标错价格的法律分析

● 袁美麒



[摘要] 随着电子商务的发展,网络购物因其不可替代的实惠性和便利性,逐渐成为人们日常生活的一部分。商家为了吸引流量,纷纷采取降价的促销方式。然而,在大量促销活动的开展过程中,商家错误标示价格而被“薅羊毛”的情形屡见不鲜,同时,也存在消费者利用商家标错价格的漏洞恶意与商家缔约的情况。在这样的背景下,本文将针对商家错标价格的行为,分析其中的法律问题以及司法裁判观点。

[关键词] 网购合同;价格表示错误;格式条款;重大误解;显失公平

Q 信息网络买卖合同是否成立

本文检索了大量判决书,绝大多数的司法案例的争议焦点都是网络购物合同是否满足要约和承诺的构成要件。其中最核心的焦点是网站展示商品信息的下单页面能否构成要约。在2019年之前,商品信息页面列为要约邀请,但在2019年以后,商品信息页面属于要约的观点逐渐取代了之前的观点。法院裁判风向发生变化的根本原因在于,与原《合同法》相比,2019年出台的《电子商务法》第四十九条第二款否定了约定消费者支付价款后合同不成立的格式条款。而新发布的《民法典》的第四百九十一条第二款虽然吸收了《电子商务法》第四十九条第一款的规定,但并未完全延续其第四十九条第二款的内容。综上,司法实务在认定网购合同是否成立的问题上存在新旧法错位规定的适用困惑。本文将《电子商务法》和《民法典》的实施为时间节点,分析不同阶段司法实践对商品信息页面法律属性的观点。

(一)《电子商务法》实施前的司法实践

在2019年《电子商务法》出台前,网购合同适用于1999年颁布的《合同法》。在我国电子商务发展初期,几乎没有商家恶意砍单的行为,并且当时法律没有明确规定平台约定合同成立时间的格式条款无效,虽然该格式条款将合同成立的决定权保留在商家手中,但并未违反法律的强制性规定。

大部分的法院都充分尊重和认可“合同在卖家发货时才成立”的条款,如果商家能证明尽到了提示义务,则法院就认定该格式条款有效。例如,赵某某网络购物合同纠纷一案中,法院认为,合同的本质是意思自治,既然合同双方事先已经对商品页面的法律属性达成共识,那么应当尊重合同

当事人的意思自治,按照双方约定对商品信息页面进行认定。此外,从法律后果考虑,首先,由于网络销售主体的不特定性,如果将商品信息页面视为要约,那么在商品库存远不足以满足订单所需的商品数量时,商家会因不能继续履行合同而构成违约。其次,如果合同是购买者下单后就成立,那么购买者在商家尚未发货前就擅自取消下单的行为也应当属于违约。综上,在法律无明确规定、当事人亦无明确约定的情况下,将商品购物页面认定为要约邀请,无论是从双方利益和后续司法裁判角度而言,还是从商家和消费者角度而言都是公平的。

当然,因为没有明确的强制性规定,民事判决中也存在截然相反的观点,即认为商品页面信息属于要约。部分法院从要约的构成要件出发,认为商品页面信息符合内容具体确定、表明经受要约人承诺,要约人即受该意思表示约束的特征。法院认为,第一,商品页面提供的信息包括商品的外观、型号、规格等,并不会让消费者对其和其他商品之间产生混淆。消费者可以在购买页面自行选择符合需求的商品下单购买,此举能够产生一经购买者成功提交订单就可使合同成立的效果,符合要约具体确定的要件。第二,商品展示页面不仅详细展示了商品信息,消费者还可以直接在该页面提交订单购买商品,表明了商家希望消费者提交订单与之缔结合同。此举符合要约的第二个特征“一经购买者承诺即受该意思表示约束”的意旨,故商品页面信息属于要约。第三,根据交易习惯可知,网购平台商家在销售商品时都会自行设置商品库存数量,消费者每下单一次,其库存数量都会随之相应地减少,并不存在订单数量超过库存数量而导致商家构成预期违约的情况。而且商品库存数量也反映了商家履行交付合同标的的义务能力。如果案涉合同标

的没有库存,根据交易习惯可知,消费者是无法进行下单购买商品。

(二)《电子商务法》实施后《民法典》实施前的司法实践

《电子商务法》实施后,基本所有法院都站在《电子商务法》第四十九条第二款的立场基础上,认为“支付价款后合同仍不成立”的格式条款违反法律强制性规定当然无效。法院认为,消费者履行付款义务后合同却不成立不符合现今的交易习惯,支付价款后商家不一定产生履行交付义务,相当于商家保留了合同成立的决定权,将消费者放置于更加弱势的地位。如果格式条款被认定为有效,将会助长商家恶意砍单的行为,不利于电子商务的平稳发展。因此,平台所提供的商品发货时合同才成立的格式条款无效,案涉网购合同成立,双方存在合同关系。

当然,即使《电子商务法》明确规定,约定支付价款后合同不成立的格式条款无效,但标错价格的网购合同并不必然成立。商家仍可以主张恶意缔约的下单用户不是消费者,而不是《电子商务法》第四十九条第二款的规范主体进行抗辩。因为《电子商务法》第四十九条第二款的立法目的在于规制商家“恶意砍单”行为,要保护的是消费者权益。如果商家能证明购买者不属于《消费者权益保护法》第二条规定的消费者,则该合同可能会被认定为不成立。

《电子商务法》第三十三条规定了电子商务平台经营者应当在首页显著位置持续公示平台服务协议和交易规则,或者上述信息的链接标识。新法的修订加重了格式条款提供方的提示义务,也就是说电子商务平台经营者除了采取业内加粗或下划线的提示方式外,还应当将其格式合同公示以便于平台用户的随时查看。只有满足《电子商务法》第三十三条的规定,才有可能被认定为尽到了提示义务。另外,是否尽到提示义务是对格式条款订入控制方面的审查。格式条款提供方在尽到了提示义务,以及确定格式条款属于合同内容后才会进行下一步的审查,也就是格式条款的效力评价问题。在司法实践中经常有司法实务人员将二者混淆。

(三)《民法典》实施后的司法实践

《电子商务法》出台后,法官一般直接以其为法律依据,直接否定卖家保留合同成立权的格式条款,但因为《民法典》第四百九十一条第二款并未完全吸收《电子商务法》第四十九条第二款的规定,司法裁判案例也因新法与旧法是否冲突,而产生了对法律适用的不同解读。

《电子商务法》第四十九条第一款规定,“电子商务经营者发布的商品或者服务信息符合要约条件的,用户选择该商品或者服务并提交订单成功,合同成立。当事人另有约定的,从其约定”。第二款规定,“电子商务经营者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;格式条款

等含有该内容的,其内容无效”。《民法典》第四百九十一条第二款规定,“当事人一方通过互联网等信息网络发布的商品或者服务信息符合要约条件的,对方选择该商品或者服务并提交订单成功时合同成立,但是当事人另有约定的除外”。由此,《民法典》第四百九十一条第二款的规定与《电子商务法》第四十九条第一款的规定基本一致,但《民法典》并未吸收或借鉴《电子商务法》第四十九条第二款,即《民法典》并不认为互联网平台预先制定的“商品发货后合同才成立”的格式条款必然无效。

比如,在王某某与南京千影汇数码科技有限公司网络购物合同纠纷一案中,购买者曾多次利用商家价格标示错误的漏洞购买商品,并采取恶意诉讼的方式以牟取不正当利益。法院认为恶意缔约“薅羊毛”的购买者违反了诚实信用原则、破坏了市场经济秩序、滥用了司法资源。根据《关于适用〈中华人民共和国民法典〉时间效力的若干规定》第二条的规定,《民法典》施行前的法律事实引起的民事纠纷案件,适用《民法典》的规定更有利于保护民事主体合法权益,更有利于维护社会和经济秩序。

Q 信息网络买卖合同能否基于重大误解撤销

最高人民法院发布的《关于贯彻执行〈中华人民共和国民法通则〉若干问题的意见(试行)》第七十一条规定,行为人因对行为的性质、对方当事人、标的物的品种、质量、规格和数量等的错误认识,使行为的后果与自己的意思相悖,并造成较大损失的,可以认定为重大误解。而为了回应“薅羊毛”现象的频发,经营者在商品价格方面的标示错误而引起的主张撤销合同,最高人民法院发布的《关于适用〈中华人民共和国民法典〉总则编若干问题的解释》第十九条在重大误解的典型情况中增加了行为人对标的物价格产生错误认识,并不再以给行为人“造成较大损失”作为构成要件。

例如,在某食品网络购物合同纠纷一案中,法院认为,网络页面显示的商品价格不是其真实意思表示,其真实意思为单价1009.98元,但平台方将单价错标为109.98元,两者相差悬殊。若按照平台价格计算,涉案食用油每升的价格仅为1.10元,低于普通矿泉水的价格,出现“水比油贵”的违背常理的情形,故本案价格标示错误应属于重大误解。如果下单价格与平时销售价格相差相当悬殊,即使在“双十一”期间经营者搞促销活动,也没必要如此亏本销售,该行为显然不符合商事主体的营利性及趋利性。交往中将涉案商品以极其低价出售的意思表示并非其真实意思表示,应属重大误解的行为,涉案合同应属可撤销合同的请求成立,本院予以采纳。

虽然大多数法院认为标错价格的行为属于“重大误

解”，但也有法院认为其不属于“重大误解”情形，不支持商家撤销合同的主张。例如，在王某某与寺库公司网络购物合同纠纷案中，法院认为，经营者作为商事主体有着与之相匹配的商事能力以及更高的注意义务。况且标错价格属于经营者从事商业活动的经营风险，不能将其转移给消费者。法院认为其不属于重大误解，合同不予撤销。

阻却合同撤销事由除了不构成重大误解之外，还有除斥期间已过。《民法典》第一百五十二条规定，重大误解的除斥期间为九十日。具体到网络交易活动中，以商家知道或应当知道价格标错的时间点作为九十日的起算点。商家宜主动起诉，避免因超过除斥期间而丧失权利。

Q 信息网络买卖合同能否基于显失公平撤销

在司法实践中，与重大误解不同，显失公平的诉求很少被法院所支持。显失公平是指合同一方利用合同相对人处于危困状态，缺乏判断能力等情形，致使双方在从事民事法律行为时权利义务明显有违公平的情形。合同的订立是否属于“显失公平”，考量的是订立合同当时的情形，即在订立合同时是否有利用对方处于危困状态、缺乏判断能力等情形，而不是考量订立合同后继续履行合同时是否显失公平。例如，在北京毅文公司与须某某买卖合同纠纷案中，法院认为，在网络购物合同缔约时，经营者显然不存在危困状态或缺乏判定能力等情形，故不属于显失公平。

Q 信息网络买卖合同能否继续履行

《民法典》第五百八十条规定，合同不能继续履行的法定情形有三种：（1）法律上或者事实上不能履行；（2）债务的标的不适于强制履行或者履行费用过高；（3）债权人在合理期限内未请求履行。如上文所述，一部分民事判决认为，标错价格的案涉合同因履行费用过高而不能继续履行。根据《民法典》第五百八十条规定，涉案商品的价格因价格设置错误造成，合同价格与日常销售价格差距较大，如果商家继续履行交货义务，显然会给商家造成过高的履行费用，违背民事活动的公平原则，不利于社会资源的合理利用。

在类似案件的民事审判活动中，也有法官依据诚信原则作为法律适用的补充进行裁判。例如，在戴氏家居有限公

司合同纠纷一案中，法院认为，涉案商品价格设置错误，由于系统接受订单，在商家发现并采取措施前，没有办法避免标错价格的网络合同被订立。但由于消费者并未支付合理的或者符合经营者期待的对价，如果履行合同，消费者将因价格的差值而获得不正当利益，经营者也会承受本不应承受的损失，出现了利益的失衡。合同如果继续履行则有悖于诚信原则。也能适用诚信原则和公平原则进行裁判，法院认为，无论消费者是否注意到订单商品明显低于市场价，既然经营者在消费者下单后与其及时沟通协商涉案商品的价格标示错误，并且能主动给予购买者一定的补偿（例如，发放代金券等方式）。在这样的情况下，购买者仍然要求经营者继续履行交货义务的行为违反了公平原则。按照法理学的观点，合同既然依法成立并生效，那么当事人就应当按照合同约定履行合同。但如果当事人按照合同约定行使权利，违反诚信原则，构成权利的滥用，则应对该权利的行使予以合理限制，即合同履行会与合同效力出现不一致的情况。

随着电子商务的发展，越来越多的消费者会利用商家标错价格的漏洞与商家恶意缔约以牟取不正当利益。在这种情况下经营者并非强势的一方，而经营者也并非什么都不了解。此时，如果仍对消费者进行优待和保护，则会导致商家承受大量的损失，有损市场经济秩序和网络交易安全。所以，司法者应当具体情况具体分析，防止“羊毛党”恶意缔约牟取不正当利益。

参考文献

- [1]蔡立东,关悦.网络消费者恶意缔约的司法应对[J].吉林大学社会科学学报,2020,60(05):92-102,237.
- [2]石冠彬.论民法典网购合同成立时间规则的适用[J].东方法学,2022(03):160-172.
- [3]诸葛竣燕.《民法典》背景下网购合同成立时间的司法认定规则[J].法制博览,2023(14):97-99.

作者简介:

袁美麒(2003—),女,汉族,辽宁沈阳人,大学本科,沈阳师范大学,研究方向:法学。