



会员除名条款法律效力的认定

案例

在一起服务合同纠纷中，A 先生主张其作为一名外语翻译，其职业需要频繁出差工作，因为看中某酒店行政酒廊等会员权益自 2016 年起在网上注册成为该酒店会员，并经过不断积累积分已成为高级会员。2019 年的某一日，A 先生如常前往某酒店办理入住手续时，酒店前台突然告知其会员账户已被关闭，无法享受会员优惠价格，账户内积分也随同注销。A 先生当即表示异议，认为其不存在违约行为，账户内积分是其所有的财产，某酒店无权予以注销并诉至人民法院，请求恢复会员账户及账户中的积分等各项权益。某酒店辩称，A 先生违背会员服务合同中会员权益必须本人行使条款，滥用会员权益，其有权按协议取消会员资格并撤销积分。人民法院经审理后认为通过网络订立的会员服务合同，网络管理方尽到提示、说明义务，会员除名条款并不存在无效或不成立事由，会员违反约定的，酒店有权解除合同取消会员资格并撤销积分。故人民法院判决驳回了 A 先生的所有诉讼请求。

格式条款系一方当事人为了重复使用之需要事先拟定，无需与相对方个别协商的条款。一方面，在现代社会生活中，格式条款无处不在。格式条款在简化交易流程，降低交易成本，提升交易效率方面具有无以比拟的优势，另一方面，格式条款相对方所能做的仅仅是要么接受要么拒绝，存在格式条款提供方利用其优势地位，强制缔约、侵害消费者权益的风险。

会员除名条款的内涵及性质

会员除名条款，是指当会员悖于诚实信用原则，以违反合同约定的方式行使会员权益时，企业有权解除会员服务合同并无条件取消会员资格的条款，其并非专业法律概念，实质是合同约定解除权条款。

要约、承诺是合同成立最基本的方式。随着数字时代的到来，要约、承诺的表达早已跳出传统的纸质介质，企业除了可向会员提供纸质载体的会员服务合同，还可在官网中通过自动化程序设置会员条款，线下消费者或线上消费者想要成为会员并进行交易，必须同意并接受所有条款内容。可见，无论是

线下还是线上缔结的会员条款均具备重复使用、事先拟定、排除个别协商的特征，仍然属于企业一方提供的格式条款。会员除名条款作为会员服务合同的组成部分，当然具备格式条款的品性。

会员除名条款的价值分析

会员制对激活消费者热情，维护固有客群，吸引潜在客群，提升企业竞争力具有重要意义。以酒店行业为例，据报道，我国目前酒店行业会员人数均以亿为计。在酒店集团设计的会员体系下，会员可以享受到仅限会员的增值服务和权益，包括会员优惠价、迎宾礼物、免费早餐、行政酒廊等，甚至可以用积分抵扣房费。再比如大型会员制商超，宽敞的购物环境、高品质、有竞争力的价格与超大量包装、热情高效的会员服务，都是会员制所带来的独特优势，也是其吸引消费者的关键所在。会员权益的诱惑，催生出了代订、代购行业的“繁荣”，一边是会员使得非会员可以享受到仅限于会员的低价订房、低价购买商品等权益，一边是会员利用产生的代订消费累积新的积分，而这些积分成为企业内部“信用货币”，代订的次数越多，累计积分就越高，在会员级别保持最优的同时，从中谋取更多不当利益品信息。

然而，代订、代购行业的“繁荣”带来的是企业的“萧条”，代订、代购行为模糊了会员与非会员的区别，损害了其他会员利益和企业的可期待收入，冲击了现有管理秩序，不利于行业的健康长远发展。为了规避上述风险，企业通常在会员服务合同中对会员权益仅限于本人使用作出严格规定，一旦企业依据会员除名条款解除双方合同关系，会员面临的将是账户被拉黑，积分被清零的不利局面，以此达到对代订、代购行为的规制、引导。

会员除名条款效力审查之路径分析

会员除名条款作为格式条款，并不是天然属于无效条款，要区分格式条款有效、无效、不成立等不同情形予以处理，同时效力的判断夹杂着形式上的提示说明以及实质上的权利义务对等，如何避免条款效力混沌不清，实现快速定位条款

效力，笔者认为可遵循“实质—形式—实质”的三步审查模式。

（一）实质审查先行—定性

根据我国民法典第四百九十六条规定，格式条款提供方对关乎相对方重大利益事项的条款必须尽到合理的提示、说明义务。而合同中诸多条款，比如价款、质量、违约金等条款无一不对相对方发生重大影响，但我国民法典第四百九十六条规定的适用范围仅限于异常格式条款，常见的异常格式条款为免除或者减轻格式条款提供一方责任、排除或者限制对方权利条款。会员除名条款，限制会员本人行使权益的方式，属于关乎会员重大利益事项的异常格式条款。

（二）形式审查居中—定调

提供异常格式条款的一方未履行提示或者说明义务，致使对方没有注意或者理解重大利益事项条款的，对方可以主张该条款不成为合同的内容。会员除名条款是否成为合同内容，即条款是否成立从形式上进行审查，意味着必须审查企业是否尽到合理地履行提示与说明义务，对此，应区分线下、线上缔约模式分别对“通常足以引起注意”及“通常足以理解”为标准进行判断。传统纸质介质的会员服务合同文本是否对会员除名条款进行了特别的标识，如字体加粗加黑、采用标记线，足以使一般消费者注意，文本内容意思是否确定，足以使得一般消费者理解或在说明后理解。而通过线上缔结的会员服务合同文本，民法典合同编通则解释第十条对企业规定了更为严格的提示、说明义务，企业一方仅采取了设置勾选、弹窗等方式，尚不构成其已经履行提示义务或者说明义务。通过“通常足以引起注意”及“通常足以理解”为标准的识别与运用，企业若对会员除名条款未尽应尽的提示、告知义务，那么条款不成立，无需再启动实质审查，反之进入第三阶段再次进行实质审查。

（三）实质审查后置—定效

格式条款内容应遵循公平原则确定双方权利和义务。如果格式条款提供一方不合理地免除或者减轻其责任、加重对方责任、限制或排除对方主要权利，格式条款应属无效。企业采用商品优惠、积分奖励、赠送礼品等方式激励会员持续消费，实质上是增强了会员黏性，提升市场占有率和竞争力的让利行为，会员在此种让利行为中处于得利的地位。同时，会员所负有的本人行使会员权益的义务，该义务的约定并未导致双方之间权利与义务失衡，并非不合理地免除或者减轻其责任、加重对方责任、限

制或排除对方主要权利，会员除名条款对会员发生法律效力。

需要注意的问题

（一）会员除名条款下约定解除权的限制

通过会员除名条款，企业享有一定事由发生时，单方解除会员服务合同的权利。本文所探讨的主要是针对代订、代购等滥用会员权益行为带来的约定解除权效力问题，企业作为会员除名条款的提供一方，其利用自身优势地位无限扩充条款内容的风险不可小觑，故对会员除名条款效力的认定，应在个案中进行具体分析。若会员除名条款中解除合同的事宜属于会员一方轻微违约行为，并不会对合同目的实现造成实际阻碍，企业仍不得主张依据会员除名条款解除合同。

（二）会员积分的处理

会员积分，主要是通过会员消费累计，当累计达到一定额度可以抵扣金钱、获得抽奖资格、维持会员等级等，具有虚拟性、依附性、不可流通性的特点，应属于不可转让的财产性利益。该种财产性利益的享有以会员恰当行使会员权利为基础，会员滥用会员权益导致会员账户被取消，积分利益应随之丧失。

（三）举证责任分配

一般而言，民事诉讼中“谁主张，谁举证”。会员除名条款的双方因在信息掌握程度和经济地位上存在巨大差距，对效力认定需要进行举证责任倒置。具体而言，主张会员除名条款不成为合同内容的会员应先举证证明条款属于格式条款，从而完成初步举证责任，后续企业应对已尽合理程度提示与说明义务、会员权利与会员义务未失衡承担举证责任。

结语

会员除名条款实质是合同约定解除权，约定解除作为合同生命终结的方式之一，属于形成权，此种权利一旦行使，无需征得合同相对方同意即发生合同权利义务终止的法律效果。作为企业一方提供的条款，可使用“实质—形式—实质”三步走审查方式，结合举证责任的分配对条款效力作出认定。在会员制的风潮下，企业应秉持公平原则确定企业与会员之间权利义务，会员在享受自身会员权益“薅羊毛”的同时应注意恪守自身会员义务，“莫贪小便宜吃大亏”。

（作者系上海市浦东新区人民法院法官助理）