

电子商务信用评价体系法律规制研究

杨子硕

四川大学法学院, 四川 成都

收稿日期: 2022年1月6日; 录用日期: 2022年2月2日; 发布日期: 2022年2月9日

摘要

近年来, 电子商务在我国获得快速发展, 但虚拟化的交易对商事信用体系提出挑战。尽管我国《电子商务法》等法律构建了电子商务信用评价制度的雏形, 但是, 立法本身的原则性和模糊性导致可操作性不足, 电子商务信用评价乱象屡禁不止。本文将类型化我国现存电子商务评价滥用行为, 在此基础上分析多元共治体系下的各评价主体职能及其不足, 系统检视我国电子商务信用评价的法律规制所存在的缺陷, 并基于我国现实与域外立法实践, 探讨第三方的电子商务平台信用评价法律规制体系, 以寻求合理可行的电子商务信用评价的路径。

关键词

电子商务, 第三方信用评价体系, 评价滥用

Research on Legal Regulation of E-Commerce Credit Evaluation System

Zishuo Yang

Law School, Sichuan University, Chengdu Sichuan

Received: Jan. 6th, 2022; accepted: Feb. 2nd, 2022; published: Feb. 9th, 2022

Abstract

In recent years, e-commerce has developed rapidly in China, but virtual transactions pose challenges to commercial credit system. Although the *Electronic Commerce Law* and other laws in China have established the rudiment of the electronic commerce credit evaluation system, the principle and ambiguity of the legislation itself lead to the lack of operability, and the chaotic situation

of electronic commerce credit evaluation is repeatedly prohibited. This paper will type the existing e-commerce evaluation abuse behavior in China. On this basis, it analyzes the functions and deficiencies of each evaluation subject under the multi-governance system, and systematically examines the defects of the legal regulation of e-commerce credit evaluation in China. And based on China's reality and overseas legislative practice, the third party's legal regulation system of e-commerce platform credit evaluation is discussed in order to seek a reasonable and feasible path of e-commerce credit evaluation.

Keywords

Electronic Commerce, Third Party Credit Evaluation System, Evaluation Abuse

Copyright © 2022 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. 引言

交易达成、履行与完成的过程，往往充斥着当事人所无法完全掌握、无法预知的各种情势，当事人在商事交易的过程中承担着交易无法达成的风险，因此当事人之间的相互信任成为商事交易契约精神的核心要素。但仅靠信誉和当事人的自觉性所约束的契约精神被长久以来的交易实践证明并不可靠，因而完备的信用制度就显得必不可少。完善的信用制度可以减少商事交易中的不确定性，使当事人为自身违约行为承担不利的商事及法律后果，从而有效地降低交易风险。

近年来，互联网经济在我国快速发展，电子商务业已成为现代商事活动的重要组成部分，网络购物逐步取代传统的购物方式，消费者在网络购物时对于商品的形态、质量、规格、性能等以及对于服务的提供者、提供方式等信息的了解来源于销售者所做的商品或服务描述，这种藉由网络的购物方式增加了交易风险。信用作为商事活动与商事制度的脉络主线[1]，对电子商务这种新型经营活动而言就显得更为重要。电子商务对原有的信用体系制度提出了新的挑战，社会信用体系建设也有待进一步推进，作为对完善信用制度的现实需求的回应，电子商务信用体系建构之法律开始受到学界关注，随之而来的是世界范围的电子商务立法潮。

在今日之经济社会发展现状下，商事信用不断受到现实因素的冲击，这一点在电子商务中尤其得到体现。此外，由于目前电子商务平台信用评价尚未形成统一的或是相像的信用评价标准，加之平台外评价主体缺失，现存立法本身的原则性和模糊性导致法律现实可操作性不足，电子商务信用评价滥用状况屡禁不止。

电子商务本身的发展相对比较晚，例如我国《电子商务法》于2019年方正式实施，尽管该法建构了电子商务信用评价的基本框架，但是，立法也仅仅是电子商务评价的指引，由于现存法律制度过于粗略，缺乏可操作性，实践中电子商务信用评价时常缺乏法律的约束。而就我国目前电子商务立法中法律关系主体类型而言，尚缺乏对第三方信用评价服务者的关注[2]。从目前来看，有关电子商务信用评价及其法律规制的研究虽已受到学界关注，但是，目前的研究尚处起步阶段，有关电子商务信用评价法律规制的系统研究仍需要进一步深化，电子商务信用评价法律规制体系的运行更需要实践的检验。有观现行法和现实需求的错位，笔者将对现存电子商务领域信用评价乱象及其治理予以浅薄讨论。

2. 电子商务信用评价滥用手段及侵害法益探讨

2.1. 电子商务信用评价滥用手段

2.1.1. 恶意差评

恶意差评是指买家对卖家作出的无根据的、恶意的评价[3]。根据参与主体的不同,主要有两类:一是同行业经营相同或相似产品或服务的竞争对手所做的恶意评价,通常表现为一方经营者为作恶意评价,非出于生活需要而购买其他经营者之商品,或者雇佣他人虚构、扭曲事实,无根据地故意作出差评,借此诋毁竞争者信誉,损害公平竞争权的行为;二是以恶意差评为手段牟利的“职业差评师”,职业差评师往往组成明确分工的团队,非出于生活需要而购买商品,并作出虚假的、毫无根据的恶意差评,借此要挟甚至勒索商品经营者,从而实现不正当的利益诉求。

2.1.2. 好评返现

好评返现本质上是一种利益诱惑,即经营者以现金返还、优惠券发放等经济利益为条件,引诱消费者对所购买商品作出正面评价的行为。这种诱导消费者作出虚假信用评价的方式具备较高的隐晦性,较低的成本,通常不易被电商平台所监测,常能取得良好的效果,因而为经营者所普遍采用,有问卷调查显示,98%的人在网购时遇到过电商“好评返现”、“好评有礼”[3],足可见显示这种情形的普遍性。

2.1.3. 经营者刷单

经营者刷单是指网络平台经营者雇请他人假扮消费者购买,用购买后退款、虚假发货、发货商品不实等虚假交易创造交易流量、获得评价机会,借以提高网店的销量和好评。虽然淘宝等平台会对刷单的经营者实施删除信誉、清空交易量、商品降权排序等惩罚措施,但庞大的利益与较小的审查风险相较之下,刷单行为屡禁不止。

2.1.4. 算法操纵

因电子商务经营者资格准入不严,在电商平台与电商平台之间的激烈竞争中,运动员和裁判员身份兼备的电商平台作为呈现给消费者信用评价的一方,会有可能选择“算法作弊”的方式,通过伪造信用评价,或者通过修改评价算法,来使自身平台商品表现得更加物美价廉,通过这种构成信用评价滥用的欺骗手段吸引消费者。

2.2. 电子商务信用评价滥用的法益侵害

信用评价滥用的行为大多数都涉嫌信息造假,增加了电商平台、卖家、买家之间得信息获取不对称。这样的行为不仅破坏了公平竞争秩序,也侵害的消费者的合法权益,信用评价滥用行为的侵害法益主要体现在以下两个方面:

2.2.1. 算法操纵破坏公平竞争秩序

之所以要建立电子商务信用评价机制,一个重要目的便是建立公平公正、诚实信用的电子商务公平竞争秩序。无论是消费者主导的第一层级评价机制,抑或是政府、行业协会、第三方机构等主体参与的多元共治评价体系,其目的都在于通过实际体验或是科学、量化的评价机制来对商家商品或服务的质量、消费体验以及经营者信誉等级作出判断。此类评判将呈现给包括众多潜在消费者在内的社会公众,对商家未来交易的进行产生巨大影响力,借此维护市场竞争秩序。

信用评价被滥用的后果是使潜在消费者所获知的产品或服务评价失真,产生对商品和服务的错误认知,作出无意的非真实意思表示决策,公平竞争营业的经营者因此失去交易机会或竞争优势,催生“劣币驱逐良币”的市场乱象。在此情形下公平公正的市场竞争秩序的实现将难以想象,更遑论电子商务的

健康发展。

2.2.2. 侵害消费者的合法权益

在商品、服务类型极度多样的网络购物平台上，消费者凭借对商品信息及评价的判断，无论身份与资历如何，都拥有平等的商品选择和交易权利。然而虚假的信用评价会误导消费者的交易决策，使得消费者在面对海量商品时，消费行为被所谓的销量或信用评价的表象所蛊惑和牵引，无法依凭自身知识和经验准确地鉴别信息[4]，从而丧失独立判断性，在网络交易中成为羊群效应的追随者，陷入到虚假信用评价所确立的“主流”之中，被动地效仿跟从，消费者的自由选择权和知情权因虚假信用评价之操纵而无从保障。

3. 电子商务信用评价主体及可能的困境

3.1. 消费者

我国《电子商务法》第39条从维护消费者言论自由的角度出发强调消费者有权利对所购买的商品进行评价，由消费者主导的评价体系可以看做电子商务评价体系的第一层级。但现行法之规定一方面过于简单抽象，另一方面条文中“应当”等用词使得法条更像是对于电商平台所做的指导性而非强制性规制，声誉机制的有效性故此大打折扣。同时，网商平台评价规则与算法技术多为平台经营者各自主导制定掌握，统一不同电商平台的评价规则几无可能，平台经营者可以利用自身与消费者之间的信息差所产生的“黑盒效应”，改变消费者所做信用评价的生成与传递路径，致使声誉机制所能发挥的激励与约束效果实效受损。

3.2. 政府

市场调节具有盲目性、逐利性、被动性的问题，由政府“有形之手”的有限渗透矫正偏差成为市场经济机制有效运行的必然要求。由于政府易于掌握市场信息，因而可以更为方便快捷地作出监管，由政府或授权机关进行商业评价发挥对经营者的激励与约束作用具有较强的针对性与准确性。

但这样也存在一定的问题：政府作为评价主体可能在无形中拔高了市场准入的门槛，并且行政机关可能存在的专业知识不足、程序讲话、权力寻租等问题，可能导致政治主导的行政监管力度过大，对市场经济运行产生过度干预，有“政府失灵”之虞，反而不利于激活市场活力，促进市场经济发展。同时，行政机关常采取“一刀切”的僵化手段，在面对纷杂繁复的市场交易活动时不能科学有效地做出应对，更遑论作出合理的信用评价。

3.3. 行业协会

商事领域公私合作中最具代表性的主体是行业协会[1]。经营者出于自身发展以及维护行业经营集体声誉的考量而设立的行业协会，所吸引的经营者成员参与程度高，积极性好，行业协会所做出的决定往往对行业经营者具有较强的约束力，在信用体系建构过程中自然也因此被寄予厚望。

然而，行业协会却难以自发地保持独立性，一方面这种由商家主导的组织在发展过程中可能会采取抱团取暖、互相包庇的不正当竞争行为，破坏公正信用评价的基础。另一方面，在我国特殊国情下，行业协会职能的行使往往需要以政府赋权为前提，行业协会与行政部门的关联不可谓不密切，这使得行业协会的信用评价有时会不可避免地带有行政色彩，行业协会可能沦为行政机关的下属机关。过度依赖政府的行业协会会失去行业自治的优势底色，如若行业协会之职能发挥有赖于政府授权管理，那么充分发挥其在行业治理方面的自律管理职能将变得难以想象[5]。

3.4. 第三方信用评价机构

在美国、欧盟等发达国家及地区，对企业的信用评估或信用等级评定工作大都通过“独立第三方”信用评价公司来完成，每个信用评价机构都有自己的评级方法、评级标准和评级模型，对所评级的各方面都确定了不同的指数，评价结果由市场验证。因此，企业的信用评级由具第三方身份的信用评价机构来完成具备合理性和现实可行性。

以第三方身份参与信用评价的有关机构，在市场激烈竞争的背景下会秉持较为客观公正的立场，确保评级的公正性。理想状态下，采用付费咨询等盈利模式的第三方信用评价机构所作信用评价客观与否，不仅可以由市场验证，也会反过来决定消费者是否愿意支付一定费用在该机构中查询对应商家的信用评价，市场竞争将倒逼第三方信用评价机构做出客观公正的信用评价，一旦第三方机构信用受损，就面临被市场淘汰的风险。

相较其他评价主体而言，笔者认为第三方信用评价机构应为电子商务信用评价的重点。第三方信用评价机构作为独立的、中立的机构，可以有效实现线上线下信用的整合，进行科学的数据分析，从而得出客观公正的信用评价结果，真实反应信用状况，利于保障消费者的知情权和选择权。同时，第三方机构相较于普通消费者而言无疑具备更为雄厚的信用调研、信用评价和维护自身权益的能力，其主导的信用评价也可以最大程度上摆脱政府和行业协会的行政色彩。

但是，第三方电子商务信用评价依然存在一些问题，急需法律的规制确保其不偏离“第三方”的中立立场和法治轨道，对此笔者将在下文作以论述。

4. 电子商务信用评价法律规制路径探析

4.1. 我国信用评价法律规制体系所存问题

4.1.1. 立法不足

目前，《网络交易管理办法》《反不正当竞争法》《消费者权益保障法》等法律法规对虚假交易等不法行为都有相应的规定，例如《反不正当竞争法》规定电商平台完全可以根据相关的法律法规，追究信用评价滥用者的民事责任，但无论是民事责任追究抑或行政责任追究，均缺乏具体的实行措施，于是产生执法无法可依的窘境，使立法颇有“空中楼阁”之味。

4.1.2. 电子商务平台消费信用评价的法律监管不足

我国电子商务信用评价体系需要把各方主体纳入同一套法律规制框架之下，在明确不同评价主体评价目的的前提下，探索如何化解不同评价主体之间、消费者与电子商务经营者以及电子商务平台信用评价主体三方之间的利益冲突。但是，电子商务平台消费信用评价的主体不同，多方主体内部也缺乏统一客观的评价标准。《电子商务法》第70条虽然对信用评价机构的建立做出了鼓励性规定，同时根据电子商务的现实需求，电子商务信用评价确实应主要由权威、独立的第三方机构完成，但立法对第三方信用评价机构如何进行信用评价以及信用评价机构监管体制都未作出明确规定，也缺少信用评价机构作出不公正评价后承担何种法律后果的相关规定，立法遗漏势必会导致第三方信用评价机构无序性发展，且不合理信用评价作出的对于社会整体利益的负面影响无疑是巨大的。因此，如何在电子商务平台消费信用评价方面探寻出一条法律监管的道路，正是应该研究的问题。

4.2. 域外电子商务信用评价法律规制经验

4.2.1. 美国

即便是已经建立起较为成熟社会信用体系的美国，在电子商务信用体系化建设过程中同样也因信用

评价被滥用而饱受其害。为此,美国联邦贸易委员会发布的《关于在广告中使用代言和客户意见书指南》和《网络公司披露指南》。美国各州立法也迅速发展,比如俄亥俄州所立《俄亥俄州欺骗性交易行为法》等。同时,美国众多独立的第三方信用评级机构,如穆迪、惠誉和标准普尔,已经建立起相当复杂精准的信用评价规则和算法;而且,美国法律为信用评级机构提供强有力的保护的同时,也对信用评级机构利益冲突行为进行有效制衡[6]。

4.2.2. 日本

日本政府对于网络商品交易立法条目较少,立法的针对性较弱,尽管这在一定程度上造成了电子商务监管部门面临可依据法律条文过少、不利于监管的局面,但日本法律体系经过多年的发展完善,已经比较完整,通常情况下,网络交易纠纷可以适用之前就有的法律条文,如针对有形市场的《个物营业法》以及针对网络购物市场的特殊性颁布《特定商品交易法》,加上本就存在的较为完善的法律体系,基本建构了规制恶意利用信用评价体系的法律制度。

4.2.3. 韩国

韩国政府针对电子商务领域存在的信用问题,设立有公正交易委员会[7],专门负责网络企业的并购、消费者权益保护等事项。同时,韩国推行网络购物活动实名制,基本断绝恶意差评、好评刷单等为之逃避可能。同时,韩国出台的《电子商务消费者权益保护法》以及《电子商务交易保护指南》对于利用刷单、虚假交易等利用信用评价行为作出了极为细致的立法限制规定。

4.3. 电子商务信用评价法律规制的框架考虑

4.3.1. 完善电子商务信用评价立法规制

目前,无论是《电子商务法》抑或《网络交易管理办法》,针对电子商务信用评价体系而设的规制条款都不可谓全面有效。《电子商务法》只强调了消费者权益,禁止商家进行虚假商业宣传,却并未将好评返现等不正当信用评价行为包含在禁止范围,适用过窄的现状削减了法律的实际功效。同时,网络平台内经营者作为虚假好评的直接受益者或者作为诋毁竞争对手商誉的恶意差评者,虽在《网络交易管理办法》中被规制,但涉及电子商务平台消费的其他主体,例如作为网络交易中信用评价滥用主体的职业差评师、网商、刷单手和网络交易平台等,《网络交易管理办法》却未予规定,对除网络平台内经营者以外的其他行为人所做的违法评价行为难以责任。

故此,有鉴于域外立法实践,应针对电子商务信用评价滥用的实践扩张法律调整的范围,换言之,有必要对《电子商务法》《网络交易管理办法》进行修改或出台相关实施条例,将更多虚假商业宣传行为囊括在禁止之列,以求增大法律适用的广度,提高法律与现实需求的契合度,为治理信用评价乱象提供法律依据。

4.3.2. 明确电子商务平台的信用评价监督法律责任

现实中,网络交易平台常常采取交易抽成、广告营利等方式取得收益,交易流量和交易成交量成为交易平台收益的决定性因素,这便可能引发网络交易平台的道德风险,即网络交易平台可能会采取作为或不作为的方式纵容滥用信用评价的行为。根据权利与义务相一致原则,提供平台服务的经营方在享有收益权的同时,也要承担起监管职责[4]。

为此,应立法明确网络交易平台的监管义务,并确定平台在不法信用评价滥用行为中的法律责任,关于这一点,笔者认为可以参考我国《消费者权益保护法》的有关内容,规定若平台服务提供者明知平台内经营者存在评价滥用行为,仍放任或支持评价滥用行为的,与平台内经营者一同承担侵权连带责任。

4.3.3. 保障第三方机构依法进行电子商务信用评价

我国目前尚缺少具备高度公信力的第三方信用评价机构，也缺失对于第三方信用评价机构的市场地位、内部组成、权利义务等内容所作的明确有效的立法指引。然而不管是基于《电子商务法》的立法精神指引，还是立足电子商务的现实需求，电子商务信用评价都应主要由权威、独立的第三方机构完成，现实与客观需求的错位是导致我国目前电子商务评价体系问题频现的一大原因。基于此，我国政府应该出台相关指引文件，鼓励第三方信用机构的设立和发展，甚至可以根据我国实际，给予此类机构或企业以政策优惠，来适应我国第三方评价机构和企业起步晚、起步难现状。同时，第三方也应参考发达国家的成熟经验，建构完整的具有公信力的电子商务信用评价体系。当然，第三方机构也必须在法定的权利义务框架内活动，承担中立客观评价的法律义务并承担违反义务导致的法律责任，这部分则需要相关立法来补全空缺。

5. 结语

构建完善、科学、具备现实可操作性的电子商务信用评价体系，是适应我国当今电子商务发展迅猛的现状的必然要求，我国现行的《电子商务法》《网络交易管理办法》等法律、规章虽建构了电子商务评价体系的雏形，表现出对此领域关注的立法态度，但过于简单的条文表述却在现实中缺乏适用情形。因此应遵循立法精神及电子商务行业需求的指引，在日后的立法修法实践中引入完整的第三方信用评价体系，构建消费者、第三方信用评价机构、政府、行业协会四位一体的电子商务信用评价体系，以期规制电子商务信用评价乱象，从而促进电子商务信用评价的健康发展。

参考文献

- [1] 阎维博. 《电子商务法》中的信用评价: 运行逻辑与实施路径[J]. 中国流通经济, 2020, 34(10): 117-128.
- [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] 应飞虎. 消费者评价制度研究[J]. 政法论丛, 2018(1): 113.
- [4] 周昌发. 论网络交易中虚假信用评价的法律规制[J]. 江汉论坛, 2020(5): 116.
- [5] 张钦昱. 行业协会是创新社会治理的助推器[J]. 人民论坛, 2020(25): 69.
- [6] 孙迎春. 加强对电商“炒信”行为的民事法律规制[J]. 人民论坛, 2019(24): 42.
- [7] 邢冠云. 工商行政管理部门对网络交易实施监管的探讨与研究[D]: [硕士学位论文]. 呼和浩特: 内蒙古大学, 2011.