

网络购物不正当信用评价規制研究

许明翠

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年3月25日; 录用日期: 2024年4月23日; 发布日期: 2024年5月31日

摘要

随着数字时代的到来, 网络经济蓬勃发展, 网络购物已成为最日常的购物方式。网络购物极大地方便我们的生活的同时, 也加深了消费者与平台经营者之间的信息不对称问题, 其中不正当信用评价则是其表现之一。本文介绍了不正当信用评价的特征以及表现形式; 并分析了产生不正当引用评价的原因, 包括再提出网络购物不正当信用评价规制的建议, 如从立法角度规范权利的行使, 从平台角度明确平台的处理权限等, 以此解决不正当信用评价对公平竞争以及消费者权益造成的侵害。

关键词

网络购物, 不正当信用评价, 消费者, 规制

Research on the Regulation of Unethical Credit Evaluations about Online Shopping

Mingcui Xu

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 25th, 2024; accepted: Apr. 23rd, 2024; published: May 31st, 2024

Abstract

With the development of the digital era, the online economy has flourished, and online shopping has become the most common way of purchasing goods. While online shopping has greatly facilitated our lives, it has also exacerbated the problem of information asymmetry between consumers and platform operators, with unethical credit evaluations being one of the manifestations. This article introduces the characteristics of unethical credit evaluations—the covert nature of the behavior and the extensive scope of its dissemination, as well as the manifestations of unethical credit evaluations in online shopping, including fake positive reviews and malicious negative reviews. Finally, suggestions for regulating unethical credit evaluations in online shopping are proposed,

such as standardizing the exercise of rights from a legislative perspective and clarifying the handling authority of platforms, in order to address the infringement of unethical credit evaluations on fair competition and consumer rights.

Keywords

Online Shopping, Unethical Credit Evaluation, Consumer, Regulation

Copyright © 2024 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. 问题的提出

随着互联网的迅猛发展，网络购物已成为现代生活中不可或缺的一部分。在网络购物环境中，信用评价体系扮演着举足轻重的角色，它不仅是消费者选择商品或服务的重要参考，也是商家信誉和经营状况的直观体现。然而，近年来网络购物不正当信用评价的问题日益凸显，严重干扰了市场秩序，损害了消费者和诚信商家的利益。

网络购物不正当信用评价的表现形式多种多样，包括但不限于虚假评价、恶意差评等。这些不正当信用评价不仅误导消费者，使他们难以做出明智的购买决策，同时也破坏了市场竞争的公平性。例如，一些商家通过雇佣“水军”进行虚假好评，提高自己的信用评分，以此吸引更多消费者；或者，也有商家利用不正当手段进行恶意差评，损害竞争对手商业信誉。

面对这些不正当信用评价行为，如何进行有效规制成为了一个亟待解决的问题。虽然我国相关法律法规对此已有一些规定，但在实际操作中仍存在诸多困难。例如，取证难、追责难、处罚力度不够等问题都制约了规制的实际效果。本文旨在深入探讨网络购物不正当信用评价的规制机制，以期为构建一个更加健康、公正的网络购物环境提供参考。

在此基础上，我们需要对网络购物不正当信用评价的特征、表现形式、产生原因进行深入分析，进而提出切实可行的规制建议，以保护消费者权益，维护市场秩序，促进网购行业的健康发展。

2. 网络购物不正当信用评价的特征

2.1. 行为隐蔽性

在当今的网络购物环境中，消费者的评价行为涉及到隐蔽性的问题，这体现在不正当信用评价主体的潜在匿名性上。在许多网络购物平台上，并非所有的交易都要求消费者在购买商品时提供真实的姓名和准确的身份信息，即消费者在进行交易时，并不总是使用真实的个人信息。即使一些平台要求用户提供真实信息进行注册以完成交易，但是在评价商品或服务的阶段，消费者仍然拥有选择匿名的权利。当消费者在评价行为完成后选择匿名时，其评价内容对所有其他消费者可见，但评价主体的相关信息却保持不可见。对于合法的消费者评价而言，匿名并不会导致评价内容缺乏参考价值，因为其他消费者仍能从评价内容中受益。然而，对于不正当信用评价行为者而言，采取匿名方式发布评价则无疑增加了更多的隐蔽性。另一方面，不正当信用评价的隐蔽性问题还在于评价形式的多样性，导致难以确定是否为不正当信用评价。随着网络经济的不断发展，评价行为不再局限于文字，还可以采用图片或视频形式。行为人可以利用多样化的方式，通过夸大或贬低的手法对产品或服务进行评价。

因此，隐蔽性在消费者评价行为中引发了一系列问题，不仅降低了评价的可信度，还为不正当行为者提供了更多的机会。解决这一问题可能需要平台强化身份验证机制，以确保评价的来源真实可信，并提高评价的透明度。通过明确评价标准和形式，可以有效减少不正当信用评价的发生，从而保障消费者获得更公正、真实的反馈信息。

2.2. 传播范围广泛性

在线消费者评价与传统的线下评价最显著的不同之一在于其广泛的传播范围。网络购物的评价发生在开放的网络平台上，具有迅速传播和广泛传达的特点，一旦不当评价在网络购物中出现，其面向的受众是所有查看评价的消费者。评价内容的传播途径可分为两种，一是在网络购物平台上的评价区域，消费者在该平台购买商品或服务后，在商家店铺的相应产品处发表评论。尽管消费者需要进入评论区才能看到这些评价，但对于电商平台而言，每天的流量庞大，评价的潜在影响范围无法估量。另一种是第三方平台，随着互联网的发展，消费者的评价不仅限于电商平台，还可以在第三方平台如小红书、抖音、哔哩哔哩等上发表对购买商品或服务的评价。在第三方平台中，评价主体并没有义务证明是否真实完成了交易，即使没有实际购买，也可以假装是消费者并在公共平台上发布不当评价。这种多渠道的评价传播增加了不当评价的难以控制性和对商家声誉的潜在威胁。

3. 网络购物不正当信用评价的表现形式

3.1. 虚假好评

虚假好评主要体现为刷单性好评。这是商家通过金钱直接购买的虚假评价，评价行为人与经营者之间并没有实际交易。因此，评价行为人实际上不能被准确称为消费者，因为并未真正进行消费行为，他们发表评价的唯一目的是为了谋取不正当的利益。在外表上，虚假好评看似容易辨认，但随着发展过程的演变，经营者通常采用一种巧妙的手法，发送一个虚假的空快递，制造消费者已经收到商品的假象以规避监管。这也是刷单性好评的主要特征之一，即在评价发表的过程中普遍缺乏实际的交易行为，评价只是基于经营者与评价人达成的刷单协议。这种巧妙的伪装增加了识别虚假好评的难度，使其更具欺骗性。因此，一些商家巧妙地利用这一点，为竞争对手在一个时间段内大量购买好评，触发平台内部机制，使其遭遇平台的处罚^[1]，如禁售，从而使其遭受巨大的损失。

平台的处罚方式多种多样，包括要求商家下架涉及的产品或对其施加一定的权利限制。即使事后查实真相，这也可能导致商家损失一定的利润，特别是在一些关键时刻如“双十一”促销期间，大量为竞争对手刷单性好评可能导致竞争商家被剥夺一段时间内的销售权利，从而面临巨大的经济损失。这种策略性的刷单行为不仅有可能损害竞争对手的声誉，还会在竞争激烈的市场中导致实质性的经济损失。

3.2. 恶意差评

恶意差评涵盖多种形式，首先是个人牟利性差评，指的是消费者为谋取利益而故意发布差评。这种行为将不当的评价作为与网络平台经营者进行价值互换的筹码，通过差评迫使经营者与之交换金钱或其他利益，实质上属于一种“敲诈勒索”行为。尽管个人牟利性差评的利益较少，往往达不到刑事犯罪的实质要件，但其形式与诱导性好评相似，都涉及与商家交换利益的条件。不同的是，诱导性好评主导者为商家，而个人牟利性差评则由消费者主导，使商家陷于被动境地。其次，同行竞争性差评是指处于竞争关系的经营者之间，出于诋毁对手的目的而进行恶意差评。其中一种是刷单差评，通常通过微信群或QQ群组织数百名群成员，由群主协调连接评价人与经营者，集中进行刷单，并在事后支付刷单费用。这种同行竞争性差评旨在损害竞争对手的声誉，通过虚假的差评行为达到破坏市场竞争的目的。这种手法

不仅危害了商家的声誉，还可能导致不正当的竞争行为的加剧。

4. 网络购物不正当信用评价产生的原因

网络购物不正当信用评价产生的原因，除激烈的市场竞争外，还是其他多方面因素共同作用的结果。

首先是信用评价体系本身存在漏洞。现阶段各网购平台的信用评价体系往往依赖于消费者的评价和反馈，也即只要消费，就可获得进行信用评价的资格。因此，一些商家通过虚构交易，进而虚假评价、刷单等，以此来提高自己的信用评分。此外，一些商家也会利用信用评价体系的算法和机制，以不正当手段提升自己的信用评价。

其次是消费者和商家信息的不对称[2]。在网络购物中，消费者难以直接接触到商品，只能通过商家的描述和其他消费者的评价对商品的质量、款式等进行了解。于是，商家便可利用双方的信息不对称，通过虚假宣传以及虚假评价方式，操纵商品的信用评价方向，从而误导消费者进行购买，以此获利。

最后则是监管的确实和法律制度的不完善。尽管目前已经存在相关法律法规对网络购物中的不正当信用评价进行规制，但在实际操作中仍存在诸多监管空白和法律漏洞。如，目前面对快速发展的网络购物市场，商家可采用的违法手段越来越多，但监管部门的监管手段和方法不能及时更新，难以有效应对新型的不正当信用评价行为；又如，由于网络购物的跨地域性和匿名性特点，现有法律制度难以解决取证难、追责难等问题。因此，监管与法律制度的确实也是不正当信用评价大肆存在的原因之一。

综上所述，网络购物不正当信用评价的产生是多方面因素共同作用的结果。为了解决这一问题，需要从多个角度出发，如引入平台赋予其一定的处理权限，从而解决信息不对称以及降低评价体系漏洞的风险，完善现行法律制度中“评价权益”性质、“违法性”界定标准等模糊问题，以促进监管机关更为有效的进行监管。

5. 网络购物不正当信用评价规制的建议

5.1. 明确平台的处理权限

《电子商务法》于 2018 年颁布，至 2019 年 1 月 1 日开始施行，原本评价行为可以由电子商务平台单独进行规制变为由国家 and 平台共同进行治理[3]。该法第 39 条第 2 款规定，平台经营者不得删除消费者对其平台内销售商品或提供服务的评价。网络购物中涌现出各种评价信息，而在市场经济中，市场的独特敏感性和特点使得行业内部了解更胜于公权力。相对于公权力，平台拥有更多信息优势，作为行业主导者更能了解该产业的发展走向。同时，平台凭借信息优势能够更迅速地做出反应。为构建有利的网络市场秩序，网络平台经营者在特定情况下理应享有删除评价的权利。然而，这并不意味着平台经营者可以随意、主观判定下进行评价删除。删除评价的权利必须受到严格规范。在进行评价删除时，网络平台经营者或相关管理者不仅需要综合考虑评价的整体内容，还应在删除程序中给被删除评价的消费者留一定的反应时间，制定基本流程，注重在行使删除权的同时最大限度地保护消费者的言论自由。这样的规范有助于确保评价管理更加公正、合理，促使网络市场保持良性运行。

5.2. 规范权利行使

不正当信用评价的产生是建立在正当评价权益的基础上的，因此，在对不正当信用评价的主体和范围进行明确规制的同时，我们需要确保对其基础的正当评价权进行清晰认定，以更好地维护消费者的正当评价权益。评价权益在网络购物中是一项新兴的权利[4]，专属于消费者。尽管《消费者权益保护法》中规定了消费者的批评监督权，但这并不能涵盖所有关于评价的权益。因此，在《消费者权益保护法》中，有必要对消费者的评价权进行明确确权，以明晰规定消费者在网络购物中享有的评价权益。这样的

明确规定有助于确保消费者在评价商品或服务时能够充分行使其权利，同时有效地防范不正当信用评价的滋生。

5.3. 明确违法性认定标准

在法律规定中，针对网络购物中的不正当信用评价，应当确立法律规定的主导地位。由于不正当信用评价是由消费者的评价权产生的，直接损害的是消费者的权益。因此，在总体上，应确立《消费者权益保护法》在不正当信用评价规制中的主导地位，《电子商务法》和《反不正当竞争法》作为协同力量，共同规制不正当信用评价乱象。在《消费者权益保护法》中，对消费者评价权进行确权的同时，应对消费者滥用评价权的行为进行规制。应将消费者的评价行为与其个人评分信用相关联，在确定消费者滥用评价权的同时，对其相关权益予以一定程度的限制。这种限制的程度应与消费者滥用评价权的程度相匹配，而在该消费者再次进行好评时，根据其具体信用水平进行显示。这样的规定有助于确保消费者评价权的合理行使，同时防范不正当信用评价的滋生。

5.4. 明确不正当的界定

在不正当信用评价中，“不正当”的认定标准往往更依赖于裁判者主观层面的判断，法律上并未对不正当的认定标准作出明确的规定，司法实践中也缺乏相关的判例和惯例可供参考。随着不正当信用评价形式的不断发展，对“不正当”的认定标准应在综合考虑行为主体、评价的客观性和真实性以及评价的目的的基础上进行全面判断。首先，从行为主体的角度看，需要判断评价人是否真正是消费者。其次，从评价的客观性和真实性的角度看，评价是否符合客观事实应成为判断的一个方面。最后，对评价的目的进行判断，其目的是否正当应成为评价的标准之一。这种全面的判断标准旨在综合考虑评价行为的各个方面，从而更全面、公正地判定评价是否属于不正当行为。这样的方法有助于适应不断变化的不正当信用评价形式，确保评价的公正性和真实性。

5.5. 细化责任主体

对于消费者滥用评价权的责任承担，主要关注虚假好评和恶意差评的情况。消费者滥用评价权的职业行为，如职业差评师或刷单团队，应根据其侵权情节和后果做出相应规定。由于不正当信用评价权的特殊性，消费者的责任应根据实际情况分层次。对个人而言，若恶意做出轻微的差评，网络经营平台可以根据评价程度删除或计分评价，按照平台内部规则进行规制。当消费者的不当评价超过一定限度时，平台有权进一步追责。若消费者的评价明显不当且导致网络平台经营者损失或潜在损失，平台有权在收集基本证据后追求民事诉讼，追究相应的民事责任。在消费者自身或指使他人利用评价权进行敲诈勒索等刑事犯罪领域，应受到刑事制裁。这样的责任承担机制有助于根据不同情形采取适当的法律手段，保障网络平台经营的公正和合法。

6. 总结

网购不正当信用评价是当前网络交易中亟待解决的问题之一，造成了严重的不正当竞争现象且侵害了消费者的合法权益，通过赋予平台一定独立处理不正当信用评价的权利、明确违法性认定标准、明确不正当的界定、细化消费者滥用评价权的责任承担主体等措施，可以有效地规制网购不正当信用评价行为，维护网络交易的公平性和诚信度，促进网络经济的健康发展。

参考文献

- [1] 吴璇. 恶意好评型反向刷单行为的刑法规制探索[J]. 太原理工大学学报(社会科学版), 2023, 41(1): 63-73.

-
- [2] 夏慧慧. 网络购物不正当评价的法律规制[D]: [硕士学位论文]. 南昌: 南昌大学, 2023.
- [3] 张康之. 合作的社会及其治理[M]. 上海: 上海人民出版社, 2014.
- [4] 李超. 论消费者评价权[J]. 河北法学, 2021, 39(5): 154-170.