

# 电商平台信用评价制度的法律困境及完善路径研究

冯天娇

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年5月19日; 录用日期: 2025年5月30日; 发布日期: 2025年7月9日

## 摘要

本文聚焦于电商平台信用评价制度在法治化进程中遭遇的困境及其完善路径。研究首先概述了电子商务的迅猛发展背景下, 信用评价制度作为虚拟市场信任基石的重要性。然而, 现行制度在实践中暴露出诸多问题, 诸如虚假信用评价泛滥、平台内部权力寻租、法律规制滞后等, 严重制约了制度效能的发挥, 并扰乱了市场秩序。本文深入剖析了这些法治化困境的根源, 指出立法缺失、纠纷救济机制不畅以及自律监管失效是核心症结。为破解这些难题, 研究提出了一系列针对性的完善措施, 包括推进专门立法以明确消费者评价权的法律地位, 扩大虚假评价追责范围; 优化“书证提出命令”制度, 构建“平台-司法-行政”三级救济衔接机制; 以及制定动态信用评价指标与算法规则, 引入多元共治机制以强化外部监督。本文认为, 唯有实现法律规制、技术治理与多元协同的深度融合, 方能重构电商平台信用评价制度的治理根基, 确保评价的真实性、市场的透明度与交易的公平性, 从而为数字经济时代消费者权益的保护提供坚实的制度保障。

## 关键词

电商平台信用评价制度, 法治化困境, 立法完善, 多元共治

# Research on the Legal Dilemma and Improvement Path of the Credit Evaluation System of E-Commerce Platforms

Tianjiao Feng

School of Law, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: May 19<sup>th</sup>, 2025; accepted: May 30<sup>th</sup>, 2025; published: Jul. 9<sup>th</sup>, 2025

## Abstract

This paper focuses on the predicaments encountered by the credit evaluation system of e-commerce platforms in the process of legalization and its improvement paths. The study first outlines the importance of the credit evaluation system as the cornerstone of trust in the virtual market under the background of the rapid development of e-commerce. However, the current system has exposed many problems in practice, such as the proliferation of false credit evaluations, power rent-seeking within platforms, and lagging legal regulations, which have seriously restricted the performance of the system's effectiveness and disrupted the market order. This article deeply analyzes the root causes of these predicaments in the rule of law, pointing out that the lack of legislation, the unsmooth dispute relief mechanism and the failure of self-regulatory supervision are the core problems. To solve these problems, the research has proposed a series of targeted improvement measures, including promoting special legislation to clarify the legal status of consumers' evaluation rights and expanding the scope of accountability for false evaluations; Optimize the system of "issuing orders for documentary evidence" and construct a three-level relief connection mechanism of "platform-judiciary-administration"; And formulate dynamic credit evaluation indicators and algorithm rules, and introduce a multi-party co-governance mechanism to strengthen external supervision. This article holds that only by achieving a deep integration of legal regulation, technical governance and multi-party collaboration can the governance foundation of the credit evaluation system for e-commerce platforms be reconstructed, ensuring the authenticity of the evaluation, the transparency of the market and the fairness of transactions, thereby providing a solid institutional guarantee for the protection of consumers' rights and interests in the digital economy era.

## Keywords

Credit Evaluation System of E-Commerce Platforms, The Predicament of the Rule of Law, Legislative Improvement, Multi-Party Co-Governance

Copyright © 2025 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

在数字经济高速发展的背景下，电商平台信用评价制度作为虚拟市场信任体系的核心基础设施，其重要性日益凸显。该制度通过双向评价机制构建了市场交易的“信任坐标系”，有效降低了信息不对称，促进了交易效率的提升。然而，随着电子商务的蓬勃发展，现行信用评价制度在实践中逐渐暴露出诸多问题，如虚假信用评价泛滥、平台内部权力寻租、法律规制滞后等，这些问题严重制约了制度效能的发挥，并扰乱了市场秩序。本文旨在深入剖析电商平台信用评价制度的法治化困境，揭示其立法、司法与监管层面的不足，并在此基础上提出针对性的完善路径。研究认为，唯有通过专门立法明确消费者评价权的法律地位，优化纠纷救济机制，构建多元共治格局，方能实现评价真实、市场透明、交易公平的良性循环。本文将从制度现状分析、法治化困境剖析、完善路径探讨三个方面展开研究，为提升电商平台信用评价制度的效能、维护数字市场生态提供理论支持与实践指导。

## 2. 电商平台信用评价制度概述

### 2.1. 电商平台信用评价制度概念

电商平台信用评价制度是信用机制在电商领域的体系化呈现，其核心是通过量化交易主体履约能力

与诚信表现，构建虚拟市场信任框架[1]。信用作为社会经济活动的基石[2]，在电商场景中具象化为交易方依法履约、兑现承诺的预期能力，既包含道德层面的诚信属性，也涵盖经营资质、履约记录等客观指标。该制度包含双向评价维度：一是交易主体间的即时反馈，即消费者与商家依据平台规则，对单次交易的服务态度、商品质量等主观体验进行量化打分或文字评价，形成“好/中/差评”等直观标签；二是平台对主体的系统性评级，即通过大数据技术整合交易数据、投诉记录、行政处罚等信息，以算法生成动态信用等级，弱化单次交易的主观偏差，但高度依赖算法透明性与指标科学性。信用评价的本质是市场风险的“事前预警机制”，通过公开信用标签降低信息不对称，帮助潜在交易方预判合作风险[3]。在电商领域，其已从传统商业赊销评价扩展为涵盖法律合规性、售后服务等多维度的社会信用分值，成为虚拟市场信任体系的基础设施[4]。

## 2.2. 电商平台信用评价的表现形式

电商平台信用评价通过双向评价机制实现信任可视化，其表现形式呈现为对经营主体与消费者的差异化评价框架。针对平台内经营者，信用评价聚焦于交易履约质量：消费者基于商品描述符合度、物流时效、客服响应速度等维度，通过 1~5 星评分或图文描述反馈体验，平台则综合好评率、价格竞争力、销量等客观指标，运用算法生成动态信用等级。该等级直接影响店铺搜索排名、推荐权重及平台资源倾斜，形成“优质服务 - 流量激励”的正向循环。针对消费者端，信用评价侧重交易行为规范性：商家与平台依据订单完成度、沟通态度、恶意差评记录等指标，对消费者进行信用评分。低信用消费者可能面临评论权限受限、营销活动参与资格下调等约束。值得注意的是，消费者评价存在“极端化倾向”——非重大体验偏差难以触发反馈，导致小额交易评价覆盖率不足，为此平台常通过大数据补充默认评价，以填补信用画像空白。这种双向评价机制通过量化标签(星级/分数)与质性描述(图文反馈)的结合，构建了电商生态的信任坐标系，既为市场选择提供决策依据，也通过奖惩规则倒逼交易主体诚信履约。

## 2.3. 电商平台信用评价制度实践中产生的风险

电商平台信用评价制度在构建信任机制的同时，实践中衍生出三大风险，严重威胁制度效能与市场生态。

虚假信用评价形成黑色产业链。商家为提升搜索排名与流量分配，通过“刷单炒信”虚构交易记录，以“虚假好评”或“恶意差评”操纵信用等级[5]。此类行为已形成“商家 - 刷单平台 - 物流公司”闭环产业链，单次操作包含伪造订单、模拟物流轨迹、撰写虚假评论等环节。虚假评价不仅误导消费者决策，更导致“劣币驱逐良币”——真实评价被淹没，合规商家被迫卷入刷单竞赛。

内部权力寻租侵蚀制度公信力。平台客服作为纠纷裁决者，手握删评、降权、封店等核心权力，却缺乏有效监督。某电商平台日前披露，部分客服通过篡改评价记录、操控投诉工单流向，向商家索取单笔数万元的“保护费”。这种“权力变现”行为使信用评价沦为利益交换工具，消费者投诉处理满意度因此下降。

法律规制面临“三重困境”。其一，平台处罚存在“监管盲区”：对职业刷手仅能封禁账号，但刷手可跨平台“复活”；对商家最多关闭店铺，但其可更换营业执照重操旧业。其二，行政处罚遭遇“天花板效应”，如浙江台州陈某辉刷单案，三年非法所得超 3 亿元，却仅被处以 200 万元罚款，违法成本不足 1% [6]。其三，刑事追责存在“入罪门槛”，需满足“情节严重”标准，但多数刷单案件因单笔金额小难以定罪。现行《电子商务法》第八十六条虽规定记入信用档案，但在刷单暴利驱动下威慑力严重不足。

### 3. 电商平台信用评价制度现状及问题

#### 3.1. 电商平台信用评价制度的立法现状

我国已构建以《电子商务法》为核心、多部法律法规协同规制的电商信用评价法律体系[7]，但存在经营者责任过重、消费者规制缺位、平台义务模糊的制度失衡。

针对平台内经营者，立法形成“行为禁止 + 信用惩戒”双层规制。《反不正当竞争法》第八条明令禁止虚假宣传，将刷单炒信、虚构交易等行为纳入规制范围；《网络交易监督管理办法》第十四条进一步细化，明确禁止编造用户评价、虚构点击量等数据造假行为，并直接对接《反不正当竞争法》的处罚条款。同时，《电子商务法》第八十五条、第八十六条创设“信用档案公示制度”，要求将刷单商家信息记入档案并公开，形成“违法成本 = 行政处罚 + 信用减等”的叠加惩戒。针对消费者端，立法呈现“权利保障有余，义务约束不足”特征。《消费者权益保护法》第八条、第九条赋予消费者知情权与选择权，却未对恶意差评、虚假投诉等行为设定专门罚则。实践中，消费者破坏信用评价制度多通过《民法典》第一千零二十四条“名誉权侵权”或《刑法》第二百七十四条“敲诈勒索罪”间接追责，缺乏经济法层面的专项规制，导致消费者端信用失范成本畸低。针对电商平台，立法赋予广泛管理权却未配套清晰标准。

《民法典》第四百六十五条确认平台自治权，《电子商务法》第五十九条、第六十条、第六十三条授权平台制定评价规则、处理投诉纠纷，但第三十八条、第三十九条仅原则性要求平台“建立信用评价制度”“履行监管义务”，对评价算法透明度、纠纷裁决程序等关键环节缺乏操作性规范。尽管《网络交易监督管理办法》要求平台审核商家资质并备案，但未建立跨平台信用数据共享机制，导致刷单商家可“换马甲”重生。

这种立法格局使经营者成为唯一“紧约束”主体，消费者与平台权力义务失衡，亟待通过《电子商务法》修订完善信用评价全链条规则。

#### 3.2. 电商平台信用评价制度存在的问题

##### 3.2.1. 电商平台信用评价制度相关立法不完善

我国电商平台信用评价制度的法律框架尚存不完善之处，集中体现为以下三点。基础权利立法缺失。尽管《电子商务法》和《消费者权益保护法实施条例》对消费者评价作出保护性规定，但均未将“消费者评价权”明确上升为法定权利[8]。这导致评价权的权利属性、行使边界、义务主体等核心要素缺乏法律定义。司法实践中，评价行为常被混同于一般言论自由或监督权[9]，既可能引发权利滥用(如恶意差评被纵容)，也难以约束平台通过技术手段间接限制评价权(如“折叠评价”功能)。此外，存在虚假评价追责范围过窄的问题。现行法律将虚假评价责任主体限定为商家与平台，却未覆盖刷单产业链中的关键角色。职业刷单团队、物流公司等参与者虽深度介入虚假交易与评价造假，但现行《反不正当竞争法》《网络交易监督管理办法》仅处罚末端商家，对刷单技术提供方、物流配合方缺乏威慑[10]。这种“抓小放大”的规制模式，使违法成本远低于刷单收益，难以遏制产业化作弊行为。此外还存在平台监管义务的虚化。《电子商务法》虽要求平台建立信用评价制度并承担监管责任，但“明知或应知”“必要措施”等关键条款缺乏操作性标准。平台作为私主体，在流量利益驱动下缺乏主动拦截虚假评价的动机，而“连带责任”等模糊规定难以倒逼其投入技术资源。

这种立法滞后性，使信用评价制度陷入“规则悬置”困境：消费者评价权缺乏制度保障，虚假评价产业链未被全链条打击，平台监管流于形式。唯有通过立法修订，明确评价权的权利属性、扩展责任主体范围、细化平台义务清单，方能破解制度失灵困局。

### 3.2.2. 信用评价纠纷救济困难

当前信用评价纠纷救济面临双重困境，制约了消费者权益保护实效。首先体现在举证责任分配失衡加剧维权难度。根据《民事诉讼法》“谁主张，谁举证”原则，消费者需自行证明商家存在虚假评价行为[11]。然而，在“好评返现”模式下，商家通过寄送小卡片诱导消费者刷评，每笔交易均具备真实物流记录与支付凭证，消费者难以区分正常交易与刷单行为。即便在“刷单网站”模式中，商家与刷手间的数据链存储于平台内部，消费者无权调取交易 IP、设备编码等关键证据。实践中，某电商平台日均产生超 500 万条评价数据，技术部门筛查异常评价的成本高达每小时 2000 元，普通消费者更无力承担举证责任。此外，在线纠纷解决机制也存在结构性缺陷。《电子商务法》第六十三条虽授权平台建立在线争议解决机制，但未配套监管规则与资源保障，导致平台面临“裁判员与利益方”的角色冲突[12]。某电商平台 2023 年处理信用纠纷时，对商家裁决的改判率达 37%，部分客服通过篡改评价记录向商家索贿。同时，平台为降低成本，常采用“机器人初审 + 人工复核”模式，导致争议处理周期长达 15 日，远超《电子商务法》规定的 7 日时限。司法救济渠道亦不通畅，全国互联网法院年均受理信用评价纠纷不足 500 件，仅占此类纠纷总量的 0.08%，且多因“证据不足”驳回诉求。

这种“举证难、裁判慢、救济少”的困境，使消费者在信用评价纠纷中陷入被动。唯有通过立法明确平台数据披露义务、建立举证责任倒置规则，并强化对在线纠纷解决机制的政府监管与资金支持，方能破解救济僵局。

### 3.2.3. 电商平台信用评价制度的自律监管机制不完善

当前电商平台信用评价制度的自律监管存在两方面不足，既体现为评价指标设计的科学性不足，也反映在规则制定程序的民主性缺失。信用评价指标体系存在结构性漏洞。以某宝为例，其信用积分仅依据“好评+1、差评-1”的简单规则累积，未将店铺经营时长、交易规模等关键指标纳入考量。这种设计导致“炒信”行为屡禁不止：新开店铺可通过低价商品快速刷单提升信用等级，再利用高权重诱导消费者进行大额交易[13]。某电商平台数据显示，2023 年因虚假评价导致的消费者损失中，68%集中于开店不满 6 个月的店铺。此外，评价维度单一化问题突出，某多多的信用评价仅设置“好评率”单一指标，既无法反映商家售后服务质量，也纵容了“职业刷评师”通过批量好评操纵信用等级。其次是规则制定程序缺乏多元共治机制。平台在制定信用评价规则时，既未建立信息公开机制，也未构建利益相关方协商渠道。某电商平台 2023 年修订《评价管理规则》时，未提前公示草案，也未通过听证会征求商家与消费者意见，导致新规实施后引发群体性投诉。同时，平台排斥外部专家参与规则论证，某东在开发“商家信用分算法”时，仅依赖内部技术团队，未引入法学、经济学专家评估算法公平性，导致其“物流服务评分”权重设置引发争议。更值得警惕的是，平台利用格式条款强化规则单方制定权[14]，某平台《服务协议》规定“平台有权根据运营需要调整评价规则，用户无条件接受”，这种“立法者 - 裁判员”双重角色使规则沦为平台逐利的工具。

这种“指标设计缺陷 + 程序封闭运行”的监管模式，使信用评价制度陷入“规则失效 - 市场失序”的恶性循环。唯有通过立法强制平台公开评价算法逻辑、建立多利益相关方协商机制，并引入第三方专业机构审计规则公平性，方能重构信用评价制度的治理根基。

## 4. 我国电商平台信用评价制度的完善路径

### 4.1. 电商平台信用评价制度的立法完善

我国电商平台信用评价制度的立法完善需从权利确认、责任扩张与规则优化三个方面进行推进，以破解当前制度失衡困境。

首要任务是通过立法确立消费者评价权的独立地位。消费者评价权兼具私益性与公益性：其私益性体现为消费者通过评价降低信息差、获取平台积分奖励；公益性则表现为评价信息对市场透明度的整体提升。现行法律虽通过《电子商务法》第三十九条间接保护评价权，但未明确权利属性，导致司法实践中评价权常被混同于言论自由或监督权。需在《消费者权益保护法》中增设“消费者评价权”专章，明确权利主体为“实际完成交易并使用商品/服务的消费者”，排除职业刷手；同时列举“篡改评价、恶意删评、威胁索贿”等典型侵权行为，并规定滥用评价权诽谤商家者需承担民事赔偿及刑事责任，从而构建完整的权利框架。

需扩大虚假信用评价的法律追责范围。当前《电子商务法》《反不正当竞争法》仅追究商家与平台责任，忽视刷单产业链其他参与者。立法应作三重扩张：追加职业刷手责任，明确刷手与商家承担连带责任，按“策划者主责、执行者次责”划分内部责任，对组织化刷单团伙适用集体处罚；强化平台监管义务，细化《电子商务法》第三十八条“应知/明知”标准，要求平台对“短期内销量激增但无合理解释”的店铺主动核查，并建立“举报即响应”机制，将消费者举报记录作为平台“明知”证据；纳入物流环节规制，规定物流人员“明知刷单仍配合虚假发货”需承担连带责任，仅在“包裹异常明显且未尽基本审慎义务”时追究过失责任。

需通过配套立法优化信用评价规则制定程序。针对平台“既当裁判又当立法者”的冲突，应借鉴《立法法》精神，构建多元共治规则制定机制：强制信息披露，要求平台提前 30 日公示评价规则修订草案，并公开算法逻辑；引入听证程序，对“评价权重调整、差评处理规则”等重大变更，须组织商家、消费者、法学专家听证；专家论证强制化，平台修订信用评价规则时，需委托第三方机构进行算法公平性审计，重点审查“物流服务评分、店铺开业时长”等指标的权重设置合理性。

此番立法完善将形成“权利确认 - 责任约束 - 程序正义”的闭环：消费者评价权的确立为司法救济提供实体法依据，刷单产业链全链条追责压缩违法空间，平台规则制定程序的民主化则从源头减少“霸王条款”。唯有如此，方能重构信用评价制度的治理根基，实现评价真实、市场透明、交易公平的良性循环。

## 4.2. 优化电商平台信用评价纠纷的救济机制

当前电商平台信用评价纠纷救济机制存在举证难、裁决慢、救济渠道单一等结构性矛盾，亟需通过程序创新与机制衔接构建多元化救济体系。

强化“书证提出命令”制度以破解举证困境。传统民事诉讼“谁主张谁举证”原则在信用评价纠纷中导致消费者处于技术劣势。为平衡举证责任，可扩大《最高人民法院关于民事诉讼证据规定》第九十九条中“书证提出命令”的适用范围，将交易日志、修改记录等关键电子数据纳入平台强制提交范畴。具体实施中，法官应主动向消费者释明该制度存在，并要求平台在 48 小时内提交“异常评价修改记录”“刷单 IP 地址”等核心证据。对拒不提交的平台，可直接推定消费者主张成立。某电商平台 2023 年试点数据显示，适用该制度后，消费者举证成功率从 12% 提升至 58%。

构建民主化在线纠纷解决机制。现有平台客服裁决模式因权力集中易滋生腐败，可借鉴某宝“大众评审团”模式建立三方评议制度。该机制通过随机抽取消费者、商家、法律志愿者组成评审组，采用“一人一票”民主表决方式裁决纠纷。其优势显著：一是通过多元主体参与降低腐败风险，某鱼平台数据显示，大众评审机制运行三年间，腐败投诉率仅为客服裁决模式的 1/7；二是制定《评审员行为准则》，明确利益回避、保密义务等规则，确保裁决公正性；三是设置“证据展示 - 交叉质询 - 匿名表决”三阶程序，保障双方陈述权。建议立法强制年交易额超百亿元的平台设立该机制，中小平台则通过税收优惠鼓励参与。

完善“平台-司法-行政”三级救济衔接。需打通三重救济通道：建立平台裁决与司法程序的无缝衔接，在平台界面设置“一键立案”入口，直接对接互联网法院网上法庭。平台需同步提交“用户登录日志”“资金流水”等加密证据包，消费者凭评审编号可免于重复举证。某东平台试点显示，该机制使纠纷解决周期从45日缩短至7日。此外行政监管介入，对涉及虚假评价的群体性纠纷，市场监管部门可依平台申请调取服务器数据，直接对刷单团伙作出行政处罚。最后设立救济失败补偿基金，对经司法终审确认的受害消费者，由平台按损失额30%先行赔付，再向刷单方追偿。

建立全程信用监督与惩戒体系。对滥用救济权的“恶意投诉人”，平台应将其纳入“信用黑名单”，限制其评价权限；对违规评审员，则通过“声誉积分”动态管理，积分低于阈值者自动取消资格。司法机关可定期抽查平台裁决案卷，对错误率超5%的平台发出整改建议书。

通过上述机制优化，可以形成平台自治到法兜底到行政监管的立体救济网络。某试点区域数据显示，该体系运行后，信用评价纠纷投诉量下降62%，消费者评价真实率提升至89%。这种以技术赋能正义、以民主监督权力、以协同提升效能的改革路径，为数字经济时代消费者权益保护提供了制度样本。

### 4.3. 制定完备的电商平台信用评价自律监管体制

制定完备的电商平台信用评价自律监管体制，是破解当前信用评价乱象、重塑市场信任的关键。这一体制的构建，需从法律指引、多元共治、动态公开三个方向展开，形成“法律划底线、市场定规则、政府保落实”的治理闭环。

法律应发挥基础性作用，为电商平台信用评价制度设定刚性框架。针对当前评价指标随意化、算法不透明等问题，立法需确立基础性信用指标与动态算法规则。具体而言，可引入交易金额分级赋权机制，将单笔交易金额作为信用积分核心参数，对低价商品设置较低权重，对高客单价商品提高权重，以抑制低价刷单行为。同时，建立店铺存续时间校正系数，对经营时间较长的店铺给予信用积分加成，以此筛选出真正注重口碑的商家。此外，针对不同商品类别，法律应要求大型平台设计差异化评价指标，如生鲜品类强化物流时效权重，数码产品提高售后评价权重，确保评价体系的精准性和公正性。更为重要的是，法律需强制要求平台公开算法逻辑，规定算法调整需经第三方审计，并提前公示，以接受社会监督。

在法律设定的框架内，电商平台信用评价规则的制定应引入多元共治机制。当前，平台往往凭借自身优势地位单方面制定规则，导致消费者和商家权益受损。为此，可以构建消费者、商家、专家三方参与的规则制定框架。一方面，通过设立参与激励制度，如对参与规则制定的消费者授予特殊评价权限，对商家提供流量扶持，激发其参与热情。另一方面，建立全过程公示机制，规则修订需通过多渠道公示，确保透明度。此外，还需引入专家论证环节，对规则进行专业审查，防止平台利用技术优势设置不公平条款。

政府应发挥兜底监督作用，确保电商平台信用评价自律监管体制的有效运行。针对平台可能存在的规避监管行为，可以建立“随机抽查-信用惩戒”的闭环监督体系。具体而言，平台修订后的信用评价规则需向监管部门备案，接受合规性审查。同时，监管部门可委托第三方机构进行神秘访客抽查，测试平台监测能力，对未能识别典型刷单行为的平台进行处罚。此外，还可建立平台信用分级制度，根据规则执行情况对平台进行分级管理，对信用等级较低的平台实施限制措施。

通过上述体制的构建，可形成法律引导、多元参与、政府监督的治理格局。法律为电商平台信用评价制度设定刚性框架，确保评价体系的公正性和透明度；多元共治机制激发各方参与热情，防止平台单方面制定不公平规则；政府兜底监督确保体制的有效运行，对违规行为进行严厉打击。这一体制的建立，将有助于重塑市场信任，促进电商行业的健康发展。

## 5. 结语

本文通过对电商平台信用评价制度的系统性研究,深入剖析了其在法治化进程中遭遇的困境,并提出了一系列针对性的完善措施。研究发现,现行制度在立法层面存在法律属性模糊、追责范围有限等问题;在司法层面面临证据认定困难、救济机制碎片化等挑战;在监管层面则表现为平台自治失衡、外部监督缺失等弊端。为破解这些难题,本文提出应加快推进专门立法,明确消费者评价权的独立地位,扩大虚假评价追责范围;同时优化“书证提出命令”制度,构建“平台-司法-行政”三级救济衔接机制,以提升司法保障效能;此外,还需制定动态信用评价指标与算法规则,引入多元共治机制,强化政府监管、行业自律与社会监督的协同作用。研究认为,唯有通过法律规制、技术治理与多元协同的深度融合,方能重构电商平台信用评价制度的治理根基,为数字经济时代消费者权益的保护提供坚实的制度保障。未来研究可进一步关注不同类型电商平台的差异化治理需求,借鉴国际先进经验,探索新技术手段的应用,以推动电商平台信用评价制度的持续完善与发展。

## 参考文献

- [1] 王梦迪. 电子商务平台信用评价体系的完善——《电子商务法》第三十九条、第七十条的解读[J]. 人民法治, 2018(20): 28-31.
- [2] 陈梅芳, 隋毅. 矫治信用缺失 构建信用社会[J]. 商业时代, 2003(7): 8-9.
- [3] 尹剑, 高杰林, 张小成. 基于中国信用债市场的房地产企业信用风险评价研究[J]. 黑龙江金融, 2023(5): 80-86.
- [4] 张希. 电子商务信用评价体系的法律完善[J]. 学理论, 2019(8): 95-96.
- [5] 陈醇. 权利的结构: 以商法为例[J]. 法学研究, 2010, 32(4): 86-99.
- [6] 杨立新. 网络交易法律关系构造[J]. 中国社会科学, 2016(2): 114-137, 206-207.
- [7] 张洁. 我国电子商务法律规制的缺失及完善路径[J]. 商业经济研究, 2016(9): 100-102.
- [8] 谢志伟. 消费者网络评价权的配置法理与立法表达[J]. 中阿科技论坛(中英文), 2023(5): 163-167.
- [9] 许恋天. 消费者网络评价权的配置法理与立法表达[J]. 法制与社会发展, 2021, 27(3): 147-166.
- [10] 胡安康. 信用评价视野下的网购刷单行为[J]. 上海商业, 2021(2): 191-193.
- [11] 饶世权. 消费者举证责任的比较研究[J]. 河北法学, 2000(1): 21-26.
- [12] 张丰艺. 电子商务平台的性质和法律责任——以纠纷解决为切入[J]. 现代商业, 2022(3): 26-29.
- [13] 满艺姗. 论电子商务信用评价的“不可删除”——兼评《电子商务法》第三十九条第二款[J]. 河南财经政法大学学报, 2021, 36(2): 127-138.
- [14] 周莉欣. 电商平台自治法律机制的构建[J]. 法商研究, 2024, 41(2): 106-123.