

# C2c交易平台提供者的经济法地位分析<sup>\*</sup>

刘秀梅

(辽宁工程技术大学 公共管理与法学院, 辽宁 阜新 123000)

**[摘要]**民商事视角的企业法人定位设定了平台提供商的基本法律人格, c2c交易中欺诈行为泛滥彰显对交易进行监管的必要性和紧迫性, 决定了经济法视角研究的必要性。交易平台是存在于政府主体与市场主体之间, 具有自律监管职能的第三类经济法主体, 具有网上交易规则提供、纠纷解决等多项职能。平台的自律监管是交易违法行为的第一道防线, 由于网络的特性, 相较于传统交易中中介其监管职能的发挥更具有重要意义。平台的特殊性在于既具有自律性、中介性, 又有营利性, 所以其行为应受到政府、行业协会和交易主体的监督。

**[关键词]** c2c交易平台 提供商; 经济法; 第三类经济法主体; 自律

**[中图分类号]** F713.36 **[文献标志码]** A **[文章编号]** 1672-0598(2010)02-0105-08

## 一、引言

### (一) c2c交易平台的界定

网上交易平台是指提供商为促成网上交易而建立的一套通过计算机程序控制, 由计算机自动完成的在线交易系统, 买卖双方可以通过这一系统提供的相应功能完成商品或服务的交易。平台借助网络创造出虚拟空间, 交易过程主要在网络环境下进行, 交易主体在网络中可以以异于真实存在的主体出现, 从而形成了一个具有虚拟性、全球性、管理的非中心化等特点, 不同于真实社会的虚拟商业环境。

网上交易种类通常认为包括 b2b(企业对企业)、b2c(企业对消费者)和 c2c(消费者对消费者)三种, 第三方中介平台一般存在于 b2c和 c2c交易中。相对于 b2c交易平台在 c2c交易模式中起着核心作用。C2c的交易额在网上交易总额中占比虽然较小, 但交易笔数巨大, 而且增长速度很快, 影响范围更大, 对 c2c的规范对于诚信购物的环境建设、社会文化意义更大<sup>①</sup>。在 c2c交易中, 网

络交易平台提供的是信息网络服务, 在交易中起到联系销售者和消费者的桥梁作用。同时, 在线交易平台突破了传统交易媒体的消极地位, 以第三方当事人的身份出现在网络交易关系中, 承担着在线发起、交易撮合、交易缔结、在线支付和评估反馈等各环节的组织职能, 还承担着规则提供、信息比对、纠纷处理等管理职能, 是进行在线交易必不可少的组织者和管理者。因此, 明确在线平台的经济法地位, 对于确定各主体之间的责任、保护交易安全具有十分重要的意义。

### (二) 法学界的研究状况

目前理论界对平台提供商的研究大都是从民商法的视角展开, 把交易平台定位于类似于传统交易平台较为隐晦、消极的法律角色上, 产生了居间人说、柜台租赁说、卖方或合营者说等理论。这些学说建立于平台提供商是企业法人的基础之上, 并将其作为普通市场主体的一员来考察其权利义务, 研究的侧重点在于当交易中一方权利受到侵害时,

\* [收稿日期] 2009-11-09

[作者简介] 刘秀梅(1971—), 女, 河南商丘人; 讲师, 辽宁工程技术大学公共管理与法学院法律系, 主要从事经济法、法理研究。

① 据 2009年1月中国互联网络发展状况统计报告统计, 在 2008年, 我国网络购物成交额达到了 1281.8亿元, 同比飙升 128.5%。网上购物人数, 2008年增长率达到 60%。2008年网上购物的网民占总网民的比例为 24.8%, 加上买东西的网民共是 28.5%。据估算, 至 2011年, 我国网络购物市场规模将达到 4060亿元。我国的网络购物市场, 已经处在爆发性增长的前夜。

平台提供商应该基于何种角色及理论承担民事责任,并以此确定其对于买家和卖家具有的义务和权利。

企业法人是平台提供商的基本法律人格,民法角度的研究和分析是确定平台基本法律人格所必需的。但是居间人等角度的分析对于平台预防纠纷的前设制度、事中的过程管理制度以及纠纷解决功能研究不足,不能解释平台提供商的管理和秩序提供职能,不足以涵盖平台的内涵,不能承载其全部功能,不利于对平台的规范和管理,彰显传统民商事理论在信息时代的局限性。

## 二、平台提供商法律地位经济法分析的必要性

随着社会的现代化发展,三元社会治理结构的特征越来越明显,社会中间层(第三类主体)越来越成为一元主体,在社会治理中发挥越来越重要的作用。在民法中,第三类主体或为法人或为非法人组织,这种定位将第三类主体与其他市场主体置于同一层面同等对待,不能揭示其不同于一般市场主体的特殊地位和职能,说明民法对具有管理职能的经营者进行规范时有其局限性。从法理上讲,在调整不断分化的社会关系过程中,需要有体现和追求不同价值目标的法律制度,并对社会主体进行定型或定格化。经济法以社会本位为着眼点,表现出不同于民法的视野,对微观交易的关注更多地缘于社会,强调平衡、注重秩序的构建。

从经济法主体具体性的角度,经济法作为现代法,为弥补民法和行政法调整的不足、形式正义导致的不公平而出现,相对于民事主体和行政法主体的一般性和基础性,其主体具有具体性、特殊性。经济法语境中的主体特质是通过对其具体行为的关注、分析不同行为蕴含的法律含义来洞察的。经济法着眼于协调与监管,通过对平台提供商自律行为的经济法视角分析,可以准确把握平台作为营利性交易服务中介、由于网络的特殊性而具有不同于传统中介的特征,并以此作为规范的出发点,出台措施对平台实施管理,趋利避害,使网上交易健康发展。

从利益实现的角度,经济法主体得以存在的标志不仅在于特定主体的人数或类型,也不在于具体利益的发生空间,而是建立在个体利益基础上的绝大多数主体的欲求。个体利益的最大化满足与普遍化、持续化利益实现之间存在矛盾与冲突,对此

进行协调、平衡与整合是经济法的基本功能。因此在各类利益主体之间的博弈过程中,经济法主体关系的根本特征表现为平衡性、协调性。<sup>[1]</sup>平台提供商与交易双方关系的经济法调整,其实质就是平衡平台与交易双方的权利义务的承担以及协调平台对交易双方的利益衡量。由于网络的虚拟性导致的具有社会性的众多买方因信息不完备而利益受损,平台基于其自律中介角色具有一定的信息掌控能力以及对卖方不法行为进行有效的约束的可能,故从经济法主体关系的角度出发,从买方的弱势地位着眼提供相应的制度和纠纷裁决机制可以矫正利益失衡。

从制度绩效的角度,理论上,所有的交易纠纷都可以用私法的规范来解决,交易中受害者的利益都可以经由私法得到回复<sup>[2]</sup>。但是如果从制度绩效的角度观察,就会出现问題,比如纠纷的解决是否给社会带来更多的资源消耗,原有私法制度是否具有预防交易纠纷产生的功能,这种差异导致不同制度下交易纠纷的数量差异很大。而且纠纷的社会影响是私法所不能消除的。直接干预经济的行为的社会影响以及纠纷的解决成本等是经济法规所以存在的重要因素。平台提供商介入的是相互独立的市场主体之间的市场关系,而且数以千万计的交易者数量使平台的管理具有社会性,其规则的实施所影响的范围具有公共产品的属性。C2c交易中的欺诈由于交易主体的普遍化和社会化、有效的纠纷解决机制的缺失导致的信赖危机已经造成了严重的不良影响,成为其发展的瓶颈。经济法视角的研究和规范能提供相对较为有效率的解决方法。

实践中,现行网上购物的重大问題是欺诈行为盛行,对于交易平台的职能仅仅定位于民法法域的与交易双方地位平等的营利性企业法人的消极角色而承担责任远远不能实现网上交易的秩序构建和消费者权益的有效保护。对卖家的行为除了事后的责任追究外,亟待对其进行事前、事中的约束和监管,经济学的研究侧重于对平台的监督和管理行为的设定和规范,对c2c交易秩序的形成意义重大。<sup>[3]</sup>

从立法实践来看,北京工商局2008年8月生效的《关于电子商务监督管理意见》对c2c卖家准入实施管制,却受阻搁浅;2009年3月上海《促进电子商务发展规定》对c2c销售者则采取自愿办照的原则,不难看出对c2c监管的特殊性,交易的监

管完全由政府来做不现实。在这种情况下,合理设定网上交易平台的监管义务,以实现保护对买家的保护和救济,具有重要现实意义。而义务的设定首先需要对平台进行准确的认识与合理的定位。

此外,从经济法的角度设定平台提供者的权利和义务,明确其与交易双方的关系,有助于政府采取合适的政策措施实现对平台的监管。

### 三、网络平台的经济法主体资格

任何部门法的主体理论都会对主体进行分类,以实现主体行为更好的规范,更恰当地设定主体的权利和义务。以经济法主体类型的三分法为基础,第三类经济法主体是笔者对平台提供者的经济法主体资格的定位。第三类主体在学界有许多不同的称谓,甚至其指称涵盖的范围也有很大的不同<sup>①</sup>,大体是指独立于或相对独立于政府主体与市场主体,为政府干预市场、市场影响政府和市场主体之间相互联系起中介作用的主体。对于国家来讲,这类主体既是管理的对象之一,又是国家管理市场主体的辅助力量和传导中介;对于市场主体而言,这类主体在某种程度上既是实现自己利益的助手,在某些领域又是自己的管理者<sup>[5]</sup>。

#### (一) 交易平台是第三类经济法主体

由于交易平台的营利性和企业法人人格人们往往将其简单地归类于市场主体,并产生了居间人、柜台出租人等理论。其实,无论交易平台提供商如何强调其普通人的身份,当它制定交易规则用于规范利用平台的独立的交易双方,在卖方不适当履行自己义务的时候强行划转款项等的做法,都已经使它超出了作为一个普通人的权利义务范围,而具有管理相关市场的职能。<sup>[4]</sup>

所有法律都是在如何塑造主体并规范其行为这两大问题上做文章。就平台提供商而言,其行为既有作为民商事主体的市场行为,并因此类义务的不履行而承担相应的民事责任;又有具有管理性的高层次行为,比如规则制定人、会员管理者、纠纷处理者等角色及相关义务的履行和责任的承担。区分两类行为的意义在于,其管理行为的目的是针对自身之外的众多独立法律主体,体现出不同于市场主体的特征,表现出第三类经济法主体的特征。

市场中的信息偏在和主体经济实力差异加剧、市场主体的个人理性导致集体非理性,政府滥用国

家权力倾向导致了第三类社会主体的产生,反映到经济法领域就是第三类经济法主体的分类。第三类主体在政府和市场主体之间沟通和桥梁作用,就与政府的关系而言,它协助政府管理,尤其是在不宜于公权力强行介入,同时仅凭市场主体的理性行为又无法形成良好秩序的范围和领域。以网上购物中消费者权益保护为例,c2c购物中存在的假冒伪劣产品泛滥,虚假宣传肆无忌惮,虚假发票到处可见,而卖方的实际地址难以确定导致消协无从介入,工商查证难度大、诉讼成本高昂。如果由工商部门直接监管网络经营者,再通过网络经营者去管理每个网上卖家,很大程度上可以改变由于网络的虚拟性导致的监管不力、救济成本过高、追究卖家违法行为的动机和动力缺失等的状况,遏制 c2c 交易中欺诈行为的发生,使网上交易正常发展。

#### (二) 平台提供商的特性

平台提供商首先是以营利为目的的企业法人,具有营利性。除此之外,平台还具有两大特点:自律性和中介性。

平台的自律性表现为其管理规则和管理行为对成员的约束力,成员之间的冲突与纠纷有自我解决机制,对成员的违规行为有自我矫正机制等。具体体现为平台具有多项管理职能:第一,制定和监督执行交易规则、技术标准和管理规范。平台不只是提供一个空间或者一种技术上的支持与服务。根据经济学的研究,重复交易中引入声誉机制,可以有效抑制劣币驱逐良币现象的发生。为此,平台需要制定相应的 c2c 网上市场的交易规范和维护机制、管理性规则和争议处理办法,提供信用评估机制,保证市场的健康发展。规则的制定和实施超出了普通经营者的职能,同时由于网上交易参与人的普遍性和不断飙升的趋势,使得该规则成为可为众多社会成员利用和受益的公共产品,从而使得平台提供者具有准公共产品提供者的职能,并以此区别于普通的经营者,具有第三类主体的特征和色彩。第二,依法进行调查和信息发布,维护竞争秩序,制止不正当竞争。第三,实行资格限制,当某些成员故意违反自律规范或不执行组织决议,自律组织通过市场禁入、取消专业资质、影响声誉、乃至剥夺成员资格等方法对其施加不利影响。第四,调

① 比如,社会中间层主体,见杨紫烜主编经济法教材第三版第 117 页;中介组织,见顾功耘主编经济法教程第二版第 59 页;等等。

处公断交易双方的纠纷,解决争议。这些由在线交易平台创始的功能,在传统交易中往往由行业协会或中介机构完成。卖家自主、自愿加入诚信体系建设,是网购市场走向成熟的一条必经之路,所以平台的自律对交易秩序的优化意义重大。

平台具有中介性。中介性是指网络平台在买家和卖家之间的管理中起到中介和桥梁作用,也是政府藉以管理市场的中介。首先,平台是媒介者。作为交易双方的媒介通过信息发布、网络维护、等方式满足双方出售和求购的需要。第二,平台是服务者。其活动就是为当事人提供平台支持设定交易环境交易当事人是此服务的接受方。第三,平台是监督者。对当事人的交易行为有一定的监督作用,如对交易标的的合法性等有审查义务。正是由此,政府可以通过它来降低交易成本,并维护市场秩序。

#### 四、平台提供商与政府、行业组织的关系

现代社会经济的发展,三元社会治理结构中社会中间层主体的广泛存在并日益发挥巨大社会管理职能。反映到上层建筑中表现为现代法权结构中公共权力的多元化,不仅权力的职能分散化,权力的主体也多样化。社会权力或称为社会中间层主体的权利或权力,是现代法权结构区别于传统法权结构的重要特征<sup>[6]</sup>。社会权力广泛而有效的存在形成了公共权力的多元化,形成了个体私权的自治化和组织性,不仅有效保护了私权,也预防了私权的滥用,制约着国家公权力的滥用。理论上讲,越来越多的公共空间由政府转给了民间经营管理,代表社会的进步。为此政府必须将社会权力和权利的合理、必要的规制纳入自身的建设中。

实践中,由于 c2c 交易的特殊性,交易的监管完全由政府来做不现实<sup>①</sup>。集市卖家无需登记即可开店营业,仅仅依靠身份证的实名认证不能确定卖家的真实所在,使得传统的消费者解决争议的各种途径统归不可能或无效率。唯一有效的可以减少些损失的途径,就目前而言,就是依靠交易平台提供的规则。平台交易规则等作为调整网络交易各方利益的工具,从作用上来讲与法律相似。

##### (一) 规则提供是三者的共同责任

现阶段网上购物的发展障碍不是技术问题而

主要是法律环境与安全信心问题。只有制定出有效防范交易风险的活动规则,使参与交易的个人、企业的权利义务得以明确,他们的利益变得可以预期,网络交易才会健康有序地发展。所以,规则的提供和有效运行是构建 c2c 交易秩序的一个重要而迫在眉睫的问题。

国家对市场秩序的整合多体现在宏观性和一般性上,在相对细致的专业领域中国家权力的进入往往显得力有不逮,由于网上购物虚拟性等特点,国家无法对其实际经营进行有效监管,客观上呼唤一种微观层面的监管力量弥补这一漏洞。网上交易的特殊性,决定了企业规则、行业规范、国家立法三位一体的法律供给的必要性。

自治规范和国家立法的双轨制要求凡是能够有效地通过自治解决的,应充分发挥自治的作用。自治规则是典型的内部规则,来自于谈判、协商和妥协,是利益各方重复博弈和均衡的结果。其运行无需借助外在强制力量就能够为人们自觉遵循<sup>[7]</sup>,具有实效高、成本低的优势。法律意义上的自治规范有两种,一种是行业协会性质的,这类自治规范,因行业内共同制定或共同遵守而具有约束力,法律上视其为商业惯例而具有法律效力;另一种是单个企业性质的,这类自治规范因用户同意而具有约束力,其法律效力如同合同。在各国的立法实践中,与电子商务交易的多样性、广泛性、宽地域性及多边性相适应的、先于法律形成的行业规范和商业准则对法律的内容往往会起到非常重要的参考作用甚至是决定作用。在制度生成上,基本上都遵循先民间后政府的道路,企业规则的形成以交易实践为出发点和依归,具有充分的现实基础和高度的可行性,并能在实践中检验和发展,行业组织在总揽网上交易实践的基础上形成行业规范,条件成熟时由国家机关在此基础上上升为国家法律。这种由企业规则到行业规范再到国家法律的制度供给模式已得到许多国家的认同。

就我国的法律传统而言,要使自治规范真正发挥效用,必须在法律上确立并鼓励行业或企业发展自治规范。具体而言:

第一,鼓励并规范平台自律。国家法律秩序尚未形成的领域,自律秩序的率先形成有利于弥补正式制度安排在时间上的滞后和空间上的不周

① 北京市工商局 2008 年出台意见要求集市卖家进行工商注册,网上卖家以“搬家”来规避即是一例。

延<sup>[8]</sup>。网上购物作为一个新兴的行业,技术性专业性强,发展迅速,影响面大。由于网上交易风险的特点与国家立法的严重缺失,在所有的管理监督手段中,在现行的状况下,平台的交易管理对于消费者权益是最有效率的保护方式。对于平台提供商来说,他们可以也应该在法律法规和自律规范的指导下,根据自己的实际运营情况,向用户做出自己的承诺,由用户选择适合的平台提供商进行网络交易,通过市场机制保证网络平台交易模式的健康发展。

但是从目前 c2c 平台的规则来看,其规范的公正性、合理性存在问题,与国家立法有抵牾。以淘宝网的消费者保障服务规则<sup>①</sup>为例,根据消费者权益保障服务规则,如实描述只针对产品瑕疵设定责任,受到假冒伪劣行为欺诈的消费者并不能够依照该规则获得《消费者权益保护法》规定的权利保护程度。虽然假冒伪劣相对于瑕疵有过之而无不及,而且更具主观恶性,规则却没有给予其针对性的规范,即规则的制订并没有贯彻消费者权益保障立法。那么,假冒伪劣欺诈在适用如实描述条款时违背了消费者权益保护法的强制性条款,根据违背法律强制性条款的约定无效原则,如实描述规则所限定的责任应该无效。所以,平台提供商在网上交易的秩序构建中要充分发挥其作用:首先,基于网上交易虚拟性、空间阻隔、信息不对称的特点,交易平台应结合国家相关法律规定,以法律的限度为界制定规则、提供措施,将法律强制性的规定内化为自律规范,将国家立法以自律规则的方式贯彻到网上交易活动中,提供不低于法律规定程度的保护。其次,平台应将网上交易实践中的问题及规范的纰漏反映到政府和行业协会,为立法和规则的制定与修改提供素材和建议。在政府和交易主体之间真正发挥中介和桥梁作用。

第二,行业规范是另一个自律手段。没有行业组织牵头,企业自治规范的规则多样性,必然为相关市场的发展制造障碍。行业组织应当立足于国家现行立法、总揽交易平台总体实践以制定具有前瞻性的行业规范。统一的行业自律规范能使得平台提供商的责任更加明确。同时,由于网络技术尚处于发展阶段,行业自律规范可以在基本法律制度的指引下,根据情况的需要做出调整,适应技术的发展。这些规范以法律法规为依托,以自治为基

础,有较好的实际效果。因此,要鼓励行业协会发展自治规范,使行业协会真正成为联系企业、学术机构和政府的桥梁。充分发挥行业协会和各种民间组织的重要作用。各种与电子商务相关的协会之间也应当加强沟通,以便整合资源,避免重复工作,使行业自治规范真正得以实现。

第三,国家适时立法。c2c 交易的发展离不开行业企业对规则的探索,但没有政府调控是不切实际的。因此,国家立法或制定政策、建立合理的法律对自治规范的调控机制是必要的。目前 c2c 交易规范的难点在于交易信用与风险控制,仅仅依靠平台提供商的努力还不够,他们通过不断修改完善自己的网络交易平台的交易规则,可以建立起一套有利于交易在线达成的机制,但是网络交易的发展需要的不仅是平台提供商自己制定的规范,它本身的特点决定了它对于现存的法律秩序会提出各种各样的挑战。互联网的虚拟性决定了网络交易的交易风险更加难以控制,而且法律不承认虚拟,必须将网络主体、行为地与真实主体和行为地联系起来,才能使虚拟环境下的行为得到调控。为此要建立虚拟市场规则、法律适用和案件管辖等规则。

网上交易的立法应充分考虑网上交易各方义务及网络环境的高风险性,才能对网上交易各方的交易行为作出合理的规范,建立合理的法律对自治规范的调控机制。从立法程序上,应当鼓励企业或行业动议立法并提出草案,从商业实践中提炼法律规则,让法律真正与实践结合起来,使其具有可操作性。此外,政府应当在某些方面起主导作用。例如搭建网上监管平台进行交易主体的资格确定、制订网上交易税收政策、知识产权保护、消费者保护、保护网络安全和打击网络犯罪等。

## (二) 行业协会和政府平台的监管

有些 c2c 平台基于交易量、流量和竞争等问题的考量,纵容假货,甚至成为网络打假的阻力,表明平台自律存在不足,原因在于平台提供商作为营利性企业法人,有自己的利益偏好: C2c 交易平台的规则由于制订者的利益偏好而难以中正持平。一方面由于潜在交易者数以千万计,信息服务协议都是采用格式合同的方式,由平台提供商制订。平台提供商从维护自身利益出发,利用格式合同的整体接受性对交易主体的行为做出种种限制,在内容上

① 详细规定请参阅淘宝网消费者权益保障服务规则之如实描述规则。

存在限制或免除自身责任、损害网上交易方权益及双方利益不平衡的问题。这就给交易主体在发生问题时及时公正有效地主张权利带来了困难。另一方面,依照迈特卡尔定律<sup>①</sup>虽然买家的点击率会为平台提供商带去利益。但是由于卖家的店铺费用是平台提供商的另一笔收入,相较于单一买方,提供商能从单一卖方那里得到更现实显现的益处,卖家是网上购物存在的前提,是网络交易平台繁荣的基础,是购物网站的支撑,网站的服务主要是围绕卖方展开。所以一般情况下,平台提供商感情上倾向于卖家利益的维护,从而将买方置于不利的地位。此外,由于平台规则的约束力是建立在当事人同意的基础上,其适用有局限性。

平台提供商的利益偏好决定了政府监管和行业协会监管的必要性。但是规则的制定和执行形成的诚信机制,及以此形成的消费者的信赖所构建的良好购物环境是平台营利的前提。所以在政府对平台进行规范时,既要考虑其营利的动机给予必要的规范,又要考虑其作为秩序建构的关键环节和积极力量给予必要的支持和扶植。具体可以从以下方面展开:

第一,明确平台信息披露的义务,设定对国家监管的协助义务、对生效裁决协助执行的义务。工商局等市场管理机构在履行自己的职责对网上卖家进行定期或不定期检查或质量抽查时,平台提供商有协助义务。由于网上交易双方的空间阻隔,所以裁决结果的执行也是目前的一个难题。如果得到平台提供商的协助,问题则容易解决,比如根据消保规则卖家提供保证金给平台,此保证金的存在使得执行成为可能。没有保证金时,平台也可以采用信用减等、建立黑名单、查封店铺甚至逐出平台的措施,在一定程度上实现裁决的目的、制约卖家的不诚信等违法行为。

第二,注重买家权利的维护。互联网的便捷性是网络交易平台建立的前提,而合理的利益保障是网络交易平台得以生存的前提。合理的利益是对各方当事人而言,但就目前的状况而言,应受到关注的首先是买方的权益维护问题。因此,首先需要平台的规则设定一定的要求——重视对买方权益的维护,以买方利益作为规则的出发点和归宿,确保买方利益根据平台规则能获得不低于法律规定的保护。对平台的规则执行情况进行监管,设立

便宜的途径使交易主体能够对平台的不法和不履行合约的行为进行举报和投诉,对平台实现有效的用户监督。

第三,网站责任的设定。对平台提供商的法律责任界定,应该充分考虑网上交易的特点,兼顾c2c交易中各种利益的平衡与行为主体的和谐共处,在平台提供商现存利益得以保护和现有价值得以实现的同时,使其价值得以增进。如何实现或完成上述理性的客观要求,在诸多应考虑的重要因素当中,尊重市场规律和价值规范是关键问题。

第四,为保护网上交易中买方卖方的利益,对网上交易各方协议中的格式条款的效力应作出明确的规定,以避免平台提供商通过格式条款规避法律对其责任的规定。使交易各方利益和平台提供商利益能相互平衡,共同发展。

## 五、平台提供商与网上交易主体的关系

平台提供商是买卖交易双方的中介,独立于买卖双方,对交易行为有自律和监管的义务。目前大型的购物平台基于中国网上购物平台的后发优势都设定了自己相对规范的交易规则、消费者权益保障规则、纠纷解决机制等自律性的行为规范,为平台购物秩序的构建发挥了基础性的作用。对保护消费者的权利、认定违法行为人的责任以及责任的实现起到了一定的作用。但是,由于我国网上交易的起步较晚,所以相比其他发达市场国家,我国市场主体成长尚待时日,市场文化和市场理念还未形成,网上交易市场发育还很不成熟,平台对于自己在交易中的角色定位、对如何规范不成熟的市场主体行为还在摸索阶段,相应的,自律监管水平和程度还有待改善和提高。主要表现在:对消费者的权益保护程度低于现行法律的规定。以对消费者保障规则为例,网络的特性和相关法律的缺失使网络经营者和消费者之间产生大量的纠纷。消费者保障服务规则的设定为消费者权益保护起到了一定作用,但是还不是消法程度上的保护,甚至达不到合同法上的基本利益的保护程度。而且平台对被投诉方的处罚并不一定能使投诉方得到损害赔偿。

对平台自律监管的敦促可以通过合理设定平台提供商的义务实现。

### (一)平台的规则供给义务

自律强调有自己的组织形态和管理约束系统,

① 网络价值同网络用户数量的平方成正比,即N个联结能够创造N的平方的效益。

有能力而且必须依照法律规定和公共约定进行自我管理和自我约束。平台因此而享有一系列的权力: 规章制定权、监督权、非法律处罚权、争端解决权。前文分析可知平台规则对消费者的保护程度不足, 而如果无视消费者的维权成本, 对提高消费投诉的积极性不会很有促进。而没有消费者维权积极性的大力推动, 交易秩序很难规范有序。因此, 平台的规则需要以保护消费者的权益为出发点进行完善, 设定不低于法律规定程度的保护。

### (二) 平台的审查监管义务

平台有一定的义务和责任向用户提供卖方主体的信誉度, 建立确保交易安全的机制。提供商对发布于平台上的信息的真实性进行审查, 适当做到事前控制信息的发布, 对交易各方向公众发布的交易信息承担谨慎注意的义务。尽到形式审查的义务, 对于 b2c 商家, 一般要其提供商品的合格证、原产地证、销售许可证等证明。至于 c2c 卖家, 平台提供商对相关信息的审查极为有限, 一方面商家及相关信息数量巨大, 另一方面要求个人卖家提供所卖商品的证明文件在很多情况下是勉为其难。作为弥补, 交易平台提供商可以通过提供并不断完善信用服务体系, 评定用户的信用情况, 以提供交易参考。

### (三) 平台的信息披露义务

由于交易是通过平台以数字化的方式达成的, 平台提供商对交易中的要约、承诺等关键性证据直接进行控制。因此, 他有义务向交易双方提供必要的电子证据, 自己也及时存储备份。网络纠纷发生后, 当买方要求网络交易平台提供商提供违约或欺诈方的详细资料时, 网络交易平台提供商有义务在合理的时间, 提供欺诈方的详细注册资料, 以便于受害方进行追偿。在对平台提供商的裁断结果不服, 当事人选择申诉或诉讼的, 平台确认纠纷的存在后, 应当提供合理的协助、向申诉或诉讼的发起人披露应有的信息以便申诉或诉讼得以开始。如不及时提供, 网络交易平台提供商应承担相应责任。以此解决由于网络的虚拟性而导致的由于地址无法确定而无法进行诉讼的问题。

### (四) 提供必要的内部纠纷处理机制和申诉渠道的义务

经济学研究表明, 在一次性交易中引入对欺诈行为的投诉及惩罚机制能较有效地解决失信问题。从社会发展的角度, 现代技术和信息化的飞速发展增加了社会的复杂性, 社会为降低复杂性便分化为

若干功能自治的系统, 系统的功能自治可以减少在整个社会层面解决争端的频率和数量<sup>[6]</sup>。自治系统的内部纠纷解决机制对社会秩序良性运行发挥着积极作用。就 c2c 交易而言, 由于买卖双方的人数浩繁, 一次性博弈大量存在, 卖方的欺诈动机较强, 且在线交易往往发生在从未谋面的实体之间, 因而买方缺乏对卖方的信任, 所以纠纷处理机制的设定很重要。由于网上交易的虚拟性, 充分利用平台的内部争议处理机制来解决纷争可以节约交易双方的争议解决成本。内部争议处理机制, 是指平台接受消费者投诉、与消费者沟通、协商解决消费纠纷的制度。内部争议解决机制的建设和裁决执行率的提高是构建网上诚信机制的关键环节。就目前的情况来看, 对平台纠纷解决应设立监督机制: 比如, 对于用户的投诉应该按照平台规则设定的期限及时处理、采取有效措施使受损害一方的利益得以实现、对于平台的不积极作为的行为设立投诉机制进行监督等。

### (五) 平台对交易主体承担过错责任

网络平台提供商以其声誉吸引用户并以此获取利益, 应当对用户对其的信任承担责任。但是, 一方面由于网络环境的特殊性, 对于网络非法行为, 作为平台提供商也是无法预料和完全避免的。从交易关系本身来看, 平台提供商是独立于交易关系的第三方, 其所承担的责任由服务关系中的义务产生。因此, 买卖双方应承担谨慎交易的义务, 而不能要求平台提供商完全承担对非法行为的监管责任。另一方面, 网络在消除现实空间的距离阻隔, 实现信息资源共享的同时, 也模糊了参与主体的真实身份, 减弱了所传递信息的可信赖程度。对于普通的消费者来说, 网上购物无疑较之传统购物方式存在着更大的风险, 而平台具有一定程度上防范风险的可能和能力<sup>[9]</sup>。因此, 要求平台提供商承担更多的责任符合经济学的成本分配规则。

C2c 交易中, 当消费者购买商品或接受服务其权利受到损害时, 主要由经营者承担法律责任, 网络交易平台提供商是否承担侵权责任应以其是否违反了法定或约定义务, 且主观上是否有过错为判断标准, 如若违反法律义务, 明知信息侵权、违法而不删除或采取其他补救措施, 与交易中的任一方有恶意串通等, 则应承担相应责任<sup>[10]</sup>。

### [参考文献]

[1] 蒋悟真. 传承与超越: 经济法主体理论研究——以若干



- 经济法律为视角 [Z/OL]. [http://www.cel.cn/show.asp?c\\_id=100&c\\_upid=97&c\\_grade=3&a\\_id=11347](http://www.cel.cn/show.asp?c_id=100&c_upid=97&c_grade=3&a_id=11347)
- [2] 应飞虎. 经济法视野中的弱势群体 [M]. 经济法学家 (2007), 北京: 北京大学出版社, 2008: 22
- [3] 周昕. 网络时代的消费知情权探析 [J]. 重庆邮电大学学报 (社会科学版), 2008(4): 324
- [4] 吴仙桂. 网络交易平台的法律定位 [J]. 重庆邮电大学学报 (社会科学版), 2008(6): 47
- [5] 顾功耘. 经济法教程 (第二版) [M]. 上海: 上海人民出版社, 北京大学出版社, 2007.
- [6] 蒋悟真, 冯辉. 法权结构的变迁与经济法的定位 [C] // 第十一届全国经济法理论研讨会论文集 (上). 223
- [7] 哈耶克. 法律、立法与自由 (第一卷) [M]. 邓正来等译. 北京: 中国大百科全书出版社, 2000: 34
- [8] 鲁篱. 论行业协会的争端解决权 [C] // 经济法学家 (2006), 北京: 北京大学出版社, 2007: 38
- [9] 习胜先, 向杨. 论网络民事法律关系 [J]. 重庆邮电大学学报 (社会科学版), 2007(6): 50
- [10] 王欣. 移动互联网商业模式探讨 [J]. 重庆邮电大学学报 (社会科学版), 2009(1): 40
- (责任编辑: 杨 睿)

## Analysis of the Status of Economic Law of the Online Trading Platform Providers in C2c

LIU Xi-mei

(School of Public Administration and Law, Liaoning Technical University, Liaoning Fuxin 123000, China)

**Abstract** The enterprise legal person in the view of Civil and Commercial Law sets the basic legal personality of the platform providers. The proliferation of fraud demonstrates the necessity and urgency of regulation in the c2c transactions and the need to study in the perspective of Economic Law. The trading platform is the third subject of Economic Law with self regulatory functions listed in the Government and the market player. The c2c trading platform has many functions such as providing online transaction rules and solving disputes, etc. The self regulation of the platform is the first line of defense against illegal trading. Moreover, compared to traditional transactions intermediary, the self regulation of the platform is more important because of the characteristics of the network. Platform specificity is that they exercise self discipline and intermediary function for profit. So their conducts should be under the supervision of the government, the industry associations and the market players.

**Keywords** c2c trading platform provider; economic law; the third subject of the economic law; self regulation