互联网空间十大行为规范指引

上海市长宁区人民法院

商事（互联网）案件审判庭

2020年1月2日

* **规则一** 电商平台服务协议的解除应当以不侵害消费者权益为前提
* **规则二** 电商平台就投诉事项作出的承诺非因法定事由不可撤销
* **规则三** 电商平台可以通过设立消费者赔付金等方式要求平台商家就售假行为向消费者进行补偿
* **规则四** 电商平台有权就平台商家的导流行为采取必要合理的管理措施
* **规则五** 电商平台未向消费者披露交易相对方时可以认定平台为合同相对方
* **规则六** 电商平台对其默认推荐的组合产品应承担瑕疵担保责任
* **规则七** 旅行社以“成团人数不足”为由解除合同应承担举证责任
* **规则八** 网络排名应确保标准的确定性和信息的真实性
* **规则九** 电商平台对格式条款应当以合理方式提请消费者注意
* **规则十** 在网络空间发布管理处罚决定等应当遵循必要审慎原则
* 规则一

电商平台服务协议的解除应当以不侵害消费者权益为前提

**规则解读**

网络交易平台与经营者之间的网络服务合同虽然签订主体虽为商家与平台，但协议内容往往会涉及消费者下单、收货及售后等各交易环节，具有明显的涉他性。因此，网络交易平台与商家之间虽可以自行约定合同解除条件，但解除条件必须充分考量消费者利益。当解除行为会对消费者权益造成损害时，不应当允许商家解除协议，更不允许商家通过对消费者违约的方式来达到解除服务合同的目的。

**基本案情**

原告系被告平台上的商户，双方在平台退店规则中约定，退店需要满足在店铺首页显著位置持续公示已满30天，店铺所有商品已下架，确保不再发生新的交易，店铺内所有订单为已签收或者退款成功状态，且自最后一笔订单完成之次日起已满30天等条件。2019年7月20日，原告向被告发送书面解除通知。2019年8月9日，原告在平台申请退店，但因存在上架中的商品、未处理订单及未完成售后，故被告未通过其关店申请。2019年9月2日，原告店铺尚有未发货订单3笔，但原告表示不愿继续发货，希望被告对该三笔订单按“缺货”处理，从而关闭订单，满足退店条件。对此，被告予以拒绝。法院经审理后认为，电商平台与商家之间的网络服务合同涉及消费者利益，具有涉他性，解除时需要充分考虑对消费者合法权益的影响，因此，应当对于解除条件进行合理限制。本案原告在发货不存在客观障碍的情况下，企图以对消费者违约的方式来满足其与平台之间的合同解除条件，有悖交易诚信，且不利于消费者权益保护，故对原告解除合同的诉请不予支持。

* 规则二

电商平台就投诉事项作出的承诺非因法定事由不可撤销

**规则解读**

消费者与电商平台就所购买的服务或产品引发纠纷，如双方在协商过程中已达成一致意见，除非存在法律规定的无效或可撤销事由，应属有效，双方均应恪守履行。平台在作出赔偿承诺或双方达成和解协议后，又以先前给出的赔偿承诺或和解方案系基于错误认识为由拒绝继续履行赔偿义务的，法院不予支持。

**基本案情**

2018年7月12日，原告通过被告某旅游平台APP预订某酒店房间四间。当晚，原告一行抵达酒店前台，被告知订房订单已被取消，无法办理入住。后原告、被告及酒店三方分别进行了沟通。被告客服人员在与原告电话沟通中表示，可以按照到店无房进行赔付，赔付金额为1万6千余元，原告对该方案表示同意后离去。数日后，被告客服人员致电原告，告知之前的客服基于错误认识给出了错误的方案，现要求原告提供2018年7月12日当晚入住其他酒店的凭证，否则不予赔偿。原告遂起诉至法院要求被告履行赔偿承诺。

法院经审理认为，被告曾在2018年7月12日向原告承诺进行赔付，且未要求原告提交相关入住凭证。被告客服在争议发生数天之后要求原告提供当晚入住其他酒店的凭证，客观上加重了原告义务，使其无法满足获取赔偿的条件，明显有失公允。故被告以客服人员认识错误，承诺内容不符合被告公司政策为由，拒绝履行协议内容，缺乏事实和法律依据，法院不予采纳。

* 规则三

电商平台可以通过设立消费者赔付金等方式要求平台商家就售假行为向消费者进行补偿

**规则解读**

基于网络平台发生的购物活动，具有买卖迅速、交易量大、跨地域广、主体分散等特点，行政部门监管难度不断加大，网络平台自治规则的作用不断增强。平台与商家在入驻协议中约定“消费者赔付金”，属于平台自治行为，且协议内容不违反法律、行政法规的强制性规定。当商家在平台上发生售假行为构成违约时，平台有权按照约定的“消费者赔付金”规则，直接扣付相关钱款给消费者。

**基本案情**

2016年7月4日，原告在被告的电商平台上签署协议约定：商家售假需按涉假商品历史销售额的十倍承担违约金，平台有权直接冻结并自商家账户扣款；商家在接到平台通知后不能证明疑似假货商品为正品的，平台将以商家账户内的保证金对消费者进行赔付。因原告售假，被告遂冻结其平台账户并扣款赔付给涉假订单对应消费者。

法院经审理认定，商家在入驻平台时签署的合同条款有效，原告的销售行为属于平台规则约定的售假行为，构成违约。被告平台设置的消费者赔付金制度是为了维护诚实信用的交易环境、保护消费者合法权益，符合公序良俗原则，对其效力应予以肯定。

* 规则四

电商平台有权就平台商家的导流行为采取必要、合理的管理措施

**规则解读**

网络时代，流量本身蕴含着巨大的商业价值，是目前电子商务平台的核心资源，也是平台的重要竞争力之一。平台商家通过诱导非官方交易，即引导消费者通过平台之外的渠道进行支付、下单等，向其他平台“导流”的行为，既不利于维护网络交易双方的资金与信息安全，损害现有的交易秩序，也会对平台致力维系的流量造成损害，进一步增加平台的获客成本及监管成本。因此，应当允许平台在合理范围内通过平台规则对商家诱导非官方交易行为予以规制。对于具体行为认定，则应当从当事人约定、行为必要性及主观过错等方面予以综合判定。对行为必要性的判断，核心是判断平台现有功能是否满足商家经营的客观需要，如商家是为了提供完成交易所必须服务，但现有平台又无法满足的，则不构成违约。

**基本案情1**

原告为被告平台从事游戏账号租赁业务的商家。2019年3月24日，原告通过被告平台收取了消费者支付的款项后，主动要求消费者提供支付宝或微信账户用以退款，该行为被被告认定为诱导非官方交易行为予以相应处罚。之后，原告在与一消费者聊天时，向其发送了自己经营的租号网站和上号器下载链接，但同时要求消费者选号下载完毕后至被告平台下单付款。被告将上述行为认定为诱导非官方交易行为进行处罚，原告不服，从而涉诉。

法院经审理认为，在被告平台提供款项收付功能的情况下，原告要求向消费者微信或支付宝打款的行为，缺乏必要性，存在主观故意，属于双方约定的诱导非官方交易行为。但对于原告提供上号器及选号方式的行为，却系被告平台现有功能无法实现交易必要环节所致，具有客观必要性，且原告也明确要求消费者选号后至被告平台下单，主观上尽到了对相关规则的注意义务，故上述行为不宜认定为诱导非官方交易的违规行为。因此，被告对原告的第二次处罚缺乏事实与合同依据。

* 规则五

电商平台未向消费者披露交易相对方时可以认定平台为合同相对方

**规则解读**

网络交易发生具有便捷性，但交易信息存在不对称性，消费者往往难以获悉交易相对方及实际服务提供方，对此，网络交易平台应当承担更多的信息披露义务。平台在订立合同过程中未主动披露交易相对方，但在合同履行过程中披露履行主体的，如消费者要求平台该与该履行主体共同作为合同相对方的，应当予以支持。

**基本案情**

2018年10月21日，原告在被告1运营的网站上预定“青年报”和“IT时报”，起止时间均为2019年1月至2019年12月，订单金额分别为302元和29.20元,订单中未披露交易相对方。后原告通过该网站完成支付,付款界面显示的收款方为被告2。后网站关停，原告亦未收到报纸。被告1认为款项并非其收取，涉案服务合同相对方为被告2,被告2亦自认其为合同相对方，但原告认为订阅时不知晓具体的相对方，要求两被告共同承担返还合同款项的责任。法院经审理认为，由于被告1并未在原告下单时披露涉案订单的服务提供方及收款方，如果限制消费者选择一方作为合同相对方，不利于消费者权益的保护，因此认定两被告系以不同分工分别完成与原告之间的合同内容，均为涉案合同的相对方，应当共同向原告履行返还款项的义务。

* 规则六

电商平台对其默认推荐的组合产品应承担瑕疵担保责任

**规则解读**

电子商务经营者通过默认推荐功能向消费者提供组合型旅游产品时，该产品组合应当具备旅游产品应有性能，在时间衔接、功能组合及使用便捷性等方面应满足产品组合的使用目的，符合普通消费者的预期。如经营者默认推荐的组合旅游产品在时间衔接、功能组合、使用便捷上不合理或者不可行的，除非消费者购买该产品或者接受服务之前明知该瑕疵，且不违反国家强制性规定的，应认定为瑕疵履行，经营者应承担更换、减少价款、赔偿损失等相应违约责任。

**基本案情**

2016年6月8日，原告通过被告旅行网站预订了出行日期为2018年6月19日至2018年6月22日的“新加坡3-14日自由行·奢享金沙酒店1晚起”自由行旅游产品，并支付旅游费用6,853元。该产品预订页面“产品特色”一栏项下载明“至少一晚滨海湾金沙酒店，到无边泳池，感受新加坡天际线”。产品预订模式为最后一晚固定入住酒店为金沙酒店。下单后，原告发现返程航班的起飞时间为2018年6月22日0点55分，与最后一晚即6月21日入住金沙酒店日期存在冲突，遂于次日与客服联系，要求更改回程航班或退订金沙酒店，但被告知订单不可取消修改。后沈某按照预订的行程出行，于2018年6月21日下午2点办理入住金沙酒店，于当晚9点办理退房手续，前往机场返程，后起诉至法院，要求返还全额旅游费用等。法院经审理认为，被告就涉案旅游产品设置了向消费者默认推荐酒店及机票组合的功能，虽然同时赋予了消费者自行更换的权利，但其所推荐的产品组合与其旅游产品名称及产品特色所宣称的亮点“奢享金沙酒店1晚起”存在明显冲突，也未对该明显不合理的推荐资源组合方式可能导致的结果进行提示，被告履行服务合同存在瑕疵。考虑涉案旅游合同履行情况、双方的过错程度及本案实际情况，酌定由被告返还原告旅游费用2,600元。

* 规则七

旅行社以“成团人数不足”为由解除合同应承担举证责任

**规则解读**

旅行社通过在线方式招徕旅游者组团旅游，因未达到约定人数不能出团的，旅行社就成团人数不足事实应承担举证责任，法院应对此类证据的真实性与关联性进行实质性审查，除审查涉案旅游产品已报名订单详情、支付凭证、退单记录外，在双方有争议时，还应要求旅行社提供经公证的后台数据端口下单记录等具有更高证明力且与待证事实直接相关的证据。

**基本案情**

2018年3月23日，原告通过被告旅行网站预订出行日期为2018年12月12日“南美24日20晚跟团游”旅游产品，支付旅游费用114,592元。同日，被告向原告发送《团队出境旅游合同》，该合同第十二条“出境社解除合同”约定：未达到约定的成团人数不能成团时，出境社解除合同的，应当采取书面等有效形式。出境社在行程开始前30日以上提出解除合同的，不承担违约责任。第十七条“出境社的违约责任”第3款约定：出境社具备履行条件，经旅游者要求仍拒绝履行本合同义务的，出境社向旅游者支付旅游费用总额30%的违约金。第二十七条第9款“违约条款”约定：旅行社违约，在行程前解除合同的，必要费用扣除标准为行程前75日至1日，退还全额旅游费用，支付旅游费用总额70%的违约金。2018年10月10日，原告收到通知，涉案机票航班出现问题无法成团。原告遂向法院提起诉讼，要求被告按照合同二十七条约定承担违约责任。法院经审理认为，被告提供的涉案旅游产品收客记录、案外人度假产品确认单及发送记录、订单详情等证据内容上存在明显瑕疵，无法佐证该产品参团情况及成团人数不足的事实，故被告解除合同的行为构成违约，应当承担相应违约责任。

* 规则八

网络排名应确保标准的确定性和信息的真实性

**规则解读**

评测机构有权自主选择评测项目和评测标准来发布网络排名，但应保证标准的确定性和信息的真实性。在选取合理的评测维度、确定统一的评测标准后，后台的评分计算方法应当严格按照该标准执行，且使用的评测对象信息应当符合客观事实。如上述任一环节存在失实之处，造成测评结果偏差，考虑到互联网受众的普遍性和传播速度的快速性，应当认定为侵犯了评测对象的名誉权。

**基本案情**

被告在其运营的“XX评测”微信公众号上发布了一篇名为《2017-2018XX评测年度最佳国际学校（上海）》的文章。该文章对本市31所提供双语教学的学校进行了排名，原告在该评测中位列最后一名。原告认为该评分部分基础事实严重失实、评论内容失当，损害其名誉权，遂诉至法院。法院认为，被告提供的算法说明与发表文章中的表述存在重大差异，在基础数据的采集和应用上存在误差，从而导致原告的排名失实。该测评文章在发表后已有4万多次的阅读量，不实的排名必然会造成社会公众对于原告学校社会评价降低的后果。据此，法院判决被告删除涉诉文章，并在“XX评测”微信公众号上连续十日刊登道歉声明。

* 规则九

电商平台对格式条款的解释应当以合理方式提请消费者注意

**规则解读**

网络购物合同多由格式条款构成。在商品描述页面中如出现“假一赔十”条款，电商平台和商家对该条款作出免除、限制自身责任的具体解释时，应当以合理的方式提示消费者，该提示需达到足以引起一般消费者注意的程度。如平台、商家未尽到提醒义务，则相关解释条款无效，对于假货含义、赔付形式等均应当从一般消费者的角度出发进行解释。

**基本案情**

原告在某电商平台上被告经营的网店购买了一部iphone 7plus手机。该商品详情页上显示有“全场包邮、7天退换、48小时发货、假一赔十”等字样，如点击“假一赔十”后显示“若收到商品是假冒品牌，可获得十倍现金券赔偿”。原告收货后，认为该手机系翻新扩容换壳机，遂至APPLE官方授权维修点进行验机。该维修点出具报告称该部手机的机码不一。原告将此报告发送平台客服要求赔偿未果，遂诉至法院，要求被告赔偿其十倍购物款23,270元，要求电商平台赔偿其诉讼及差旅费用8,193元。法院认为，原告提供的证据已经能使一般消费者对涉诉手机是否为正品产生怀疑，而被告对此未能提供任何证据反驳，应当认定涉诉手机系假货。“假一赔十”的条款在购物页面明显可见，但关于“赔偿十倍现金券” 的内容需点击才能看到，也未做加粗等任何特殊处理，应当认定为未以合理的方式提醒消费者，故无效，原告主张赔付十倍现金应予支持。

* 规则十

在网络空间发布管理处罚决定等应当遵循必要审慎原则

**规则解读**

电商平台可依照合同约定或平台管理规则在管理平台、工作微信群、工作QQ群等网络空间发布对供应商、员工等的管理处罚决定，但在具体处理中应考量处理结果公开发布的必要性、发布范围的合理性以及措辞的妥当性，慎用主观评价性言辞。

**基本案情**

原告系被告平台的旅游定制服务供应商。原告与消费者因定制旅游服务发生纠纷，经消费者投诉，被告介入处理，最终决定解除原、被告双方合同，并在设计师QQ群和供应商平台上发布了清退公告。原告认为被告在公开的网络空间发布清退公告的行为侵害其名誉权，遂诉至法院，要求被告承担相应责任。法院认为，被告将管理处罚结果在QQ群和供应商平台进行发布的行为符合双方合同约定和供应商平台管理规则，是其开展供应商管理的正当行为，不存在侵害原告名誉权的主观恶意，且发布内容符合事实，不构成侵权，故驳回原告全部诉讼请求。