

# 网络交易经营者展示消费评价合规指引

## 第一条 目的与依据

为规范网络交易经营者对消费评价的展示行为，保障消费者合法权益，维护网络交易市场公平竞争秩序，促进网络交易市场持续健康发展，根据《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国电子商务法》《中华人民共和国消费者权益保护法》《深圳经济特区消费者权益保护条例》《网络交易监督管理办法》《网络反不正当竞争暂行规定》等法律法规和规章，制定本指引。

## 第二条 基本概念

本指引所称网络交易经营者，是指组织、开展网络交易活动的自然人、法人和非法人组织，包括网络交易平台经营者、平台内经营者、自建网站经营者以及通过其他网络服务开展网络交易活动的网络交易经营者。

本指引所称网络交易平台经营者，是指在网络交易活动中为交易双方或者多方提供网络经营场所、交易撮合、信息发布等服务，供交易双方或者多方独立开展网络交易活动的法人或者非法人组织。

本指引所称网络交易平台内经营者，是指通过网络交易平台开展网络交易活动，销售商品或者提供服务的网络交易经营者。

本指引所称消费评价是指消费者在网络交易平台上对购买的商品或服务作出的文字、图片、评分等反馈。

本指引所称自然排序，是指未通过人工干预、算法倾斜、利益关联调整等手段干预评价排序，仅依据评价生成时间、评价内容真实性校验结果等客观因素形成的评价排序方式。

### **第三条 适用范围**

本指引适用于通过在本市行政区域内网络交易平台开展网络经营活动的网络交易经营者。

### **第四条 基本原则**

网络交易经营者展示消费评价应当遵循全面、真实、准确、及时原则，自觉遵守相关法律法规规定，接受社会各界监督。

### **第五条 主体责任**

网络交易平台经营者应当为消费者提供便捷的商品或服务评价途径，制定公开透明的评价展示规则，包括评价筛选标准、排序逻辑、标签分类依据等核心信息，保障消费者和平台内经营者的知情权。并对平台内经营者的展示行为进行监督，不得随意干预或操纵评价结果的自然排序。

网络交易平台内经营者应当遵守平台评价管理制度和机制，不得通过虚假交易、诱导好评等方式干扰消费者真实评价的呈现。

### **第六条 不得虚假评价**

网络交易经营者不得采用下列误导性方式展示商品或者服务的评价：

- （一）编造消费评价；
- （二）将好评前置、差评后置；
- （三）没有法定理由删除或者隐匿评价；
- （四）未显著区分不同商品或者服务的评价；

（五）其他误导性方式，包括但不限于虚构交易量、伪造评价互动数据等情形。

网络交易经营者不得通过组织虚假交易、虚假评价等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。

### **第七条 评价展示规范**

网络交易经营者可以通过不同维度展示消费者对商品或服务的使用体验，但必须提供按评价时间排序的评价查看路径。

采用分级方式展示评价数据的，必须提供“好”“中”“差”或与之含义相当的分级方式，且分级选择入口须默认前置展示，确保消费者可直接选择查看对应等级的评价。其他以提取关键词的方式进行标签分类展示的，提取的标签须与评价原文内容相符。

### **第八条 优化展示方式**

网络交易经营者以非时间标准为评价推荐展示方式的，应当以显著方式公示评价展示规则及排序逻辑，以明示方式征求消费者同意，并提供简便的方式供消费者自主决定是否接受该推荐排序；消费者未明示同意的，应当默认采用时间排序方式展示评价。

鼓励网络交易经营者运用人工智能技术手段，提供评价内容智能筛选、关键词语义分析、核心需求匹配等功能，优化评价展示页面，过滤无实质内容评价，便利消费者快速获取与自身需求相关的有效评价信息。

### **第九条 禁止性行为**

消费评价展示页面应确保消费者能够便捷、完整、真实地获取信息，网络交易经营者不得实施以下行为：

（一）以折叠、滑动浏览等方式隐藏差评查看路径或弱化差评显示效果，影响消费者直观查看差评；

（二）以“不够好”等模糊用语表述“差评”分级标签；

（三）以删除、屏蔽相关不利评价等方式选择性展示评价内容，或利用标签分类等手段误导消费者；

（四）未经评价人同意，对消费评价的文字、图片等内容进行修改。

### **第十条 内容完整性要求**

评价内容的展示须完整保留用户上传的原文及图片，不得截断或删改关键信息，不得对图片进行美化，但法律、行政法规、规章禁止发布或者传输的内容除外。

### **第十一条 禁止好评返现**

网络交易经营者不得以返现、红包、卡券等方式诱导消费者作出好评、点赞等互动行为，但可对完成真实评价的消费者提供无差别奖励，奖励不得与评价内容、评分结果相关联。

### **第十二条 消费评价标识**

网络交易平台经营者基于自身商业模式，允许未实际购买商品或者未实际体验服务的用户发表评价的，适用本指引。

网络交易平台经营者应对此类消费评价的展示进行特殊标识，以显著方式区分已购买或使用的消费者评价与未购买或使用的消费者评价，避免混淆或误导公众。

非基于真实消费体验产生的评价信息（包括评分、星级、文字描述等），不应纳入平台内经营者的总体评分统计。

### **第十三条 举报处理及申诉机制**

网络交易平台经营者应建立消费评价违规行为举报机制，并对查实的违规经营者采取警告、流量降权、暂停服务等处置措施，同时应当告知其违反法律、法规、规章或者平台规则的事实、理由和依据。

网络交易平台内经营者对消费评价有异议的，网络交易平台经营者应提供便捷、高效的申诉处理渠道，对查实的存在以差评要挟索要不当利益、同行恶意竞争发布差评、评价内容与交易无关等情形，网络交易平台可以采取折叠、删除等方式以保障网络交易平台内经营者合法权益，维护评价展示的客观性和公正性。

#### **第十四条 特别规定**

本指引未涉及的网络交易经营者责任，如其他法律法规中已有规定，网络交易经营者也应依法履行相关规定。

#### **第十五条 指引解释**

本指引由深圳市市场监督管理局负责解释。

#### **第十六条 指引实施**

本指引并非规范性文件，仅对网络交易经营者展示消费评价内容行为合规作出推荐性指引，不具有强制性。