

电商经营中的虚假宣传規制研究

许小兰

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年3月18日; 录用日期: 2024年4月7日; 发布日期: 2024年5月27日

摘要

虚假宣传是目前大众较为关注的问题之一, 其具有极高的误导性, 所以应利用法律法规对其进行有效规制, 对不正当的竞争行为进行有效约束以确保每位消费者的合法权益。本文主要通过通过对电商经营中的典型虚假宣传行为如虚构交易、编造用户评价等进行分析, 找出规制电商经营虚假宣传中存在的问题并给出相应的完善路径, 深入探讨我国电商经营虚假宣传的法律规制和防范救治问题。

关键词

虚假宣传, 规制研究, 虚构交易

A Study on the Regulation of False Propaganda in E-Commerce Operations

Xiaolan Xu

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 18th, 2024; accepted: Apr. 7th, 2024; published: May 27th, 2024

Abstract

False advertising is currently one of the most concerning issues among the public, and it is highly misleading. Therefore, it should be effectively regulated by laws and regulations, and unfair competition behavior should be effectively restrained to ensure the legitimate rights and interests of every consumer. This article mainly analyzes typical false advertising behaviors in e-commerce operations, such as fictitious transactions and fabricated user evaluations, to identify the problems in regulating false advertising in e-commerce operations and provide corresponding improvement paths. It deeply explores the legal regulation and prevention and treatment of false advertising in e-commerce operations in China.

Keywords

False Advertising, Regulatory Research, Fictional Transactions

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. 引言

随着互联网的普及和消费者保护意识的不断提高，虚假宣传已经成为了社会关注的焦点。一方面，随着社会主义市场经济和经济全球化的发展，各行业之间的竞争变得越来越激烈，很多企业为了获得更多的利润和市场份额，会采取各种各样的手段进行推广宣传，其中难免会有一些虚假宣传[1]。另一方面，消费者对于产品的质量和性能等方面越来越重视，虚假宣传会让消费者产生错误判断，后果轻则损失钱财、重则危害身体健康。

目前在《反不正当竞争法》《电商法》和《广告法》中对于虚假宣传都有着相应的规定，但现实中的虚假宣传行为却屡禁不止，法律不能落地实施大概是在宣传、监督和执行部分出了问题。对于法律，除了专业的法律人员和从事与法律相关的人员外普通人并不过多了解。同时就法律本身而言，若是违法者知法犯法大抵是因为法律不够严，这个严不只是为了规定的细致，还在于对违法的惩罚。在虚假宣传中许多电商经营者明知该行为违法还一意孤行的进行虚假宣传，主要还是因为有利可图，也即违法所得的利益大于守法的利益。因此应加大对违法经营者的惩罚力度，也即加重其违法成本来减少虚假宣传事件的发生。为了达成相关目的，政府和相关部门需要不断加强对虚假宣传的管理，以应对这些新的挑战。

2. 电商经营中虚假宣传的类型

电商经营中的虚假宣传类型其实很多，虚构交易、编造用户评价、对产品质量以及性能等做虚假宣传的虚假广告以及与其他经营者做比较以此贬低他人抬高自己的比较式虚假宣传，但目前与大众接触更广的应该是虚构交易和编造用户评价。

2.1. 虚构交易

正常的电商交易流程是消费者支付货款、经营者发出产品、消费者收到商品、确认收货、经营者收到货款。虽然相对于现实中一手交钱一手交货的交易而言有了更多的滞后性，但有着第三方平台在，对于消费者和经营者而言算是比较另类的一手交钱一手交货的交易模式。而今，随着互联网经济的发展，各类电商平台如雨后春笋般踊跃而出，各大电商平台中的网店更是多如牛毛，为了获取更多的客流量和利益，许多网店经营者会选择对自家产品的销售状况做一番修饰，即虚构交易，其实也就是我们常说的刷单。虚构交易确实可以明显提高经营者的销售量，但却有损其他经营者的利益，正当的市场竞争是市场活力的源泉，没有公平的市场竞争环境，就不可能真正优化配置社会资源，也不可能激励企业的各项创新活动[2]。不正当的竞争对其他竞争者以及整个市场都极其有害，因此在《反不正当竞争法》当中对此做了禁止性规定。除了不得为自己虚构交易外，经营者也不得通过组织虚假交易等方式，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传。

2.2. 编造用户评价

在电商经营中，消费者收到商品后可根据对商品的满意程度自主决定是否对该商品进行评价，也即消费者对商品的评价是出于真实意愿。但由于商品评价的好坏与否决定了其他消费者对该商品的购买意愿，因此许多电商经营者会选择在商品的用户评价上造假，也即编造用户评价。在现实生活中，电商经营者编造用户评价的方式大概有两种，一种是来自前期的虚构交易，电商经营者一般会要求虚构交易的合作者在之后按照正常的交易流程对商品做出虚假的满意评价，第二种就是好评返现，这应该是大众接触最多的一种，商家会将相关卡片附随商品一起邮寄，将满意评价与奖励挂钩，诱使消费者对该商品进行满意评价。这样的不正当竞争行为显然违反《反不正当竞争法》中，在该法第八条中规定经营者不得对商品的用户评价作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。然此种行为虽在法律中有所规定，但在现实生活中该行为却屡禁不止。

3. 规制电商经营虚假宣传中存在的问题

3.1. 对虚假宣传企业惩罚力度较低

我国的《反不正当竞争法》、《电子商务法》和《广告法》中均有关于虚假宣传的规定，但现实生活中虚假宣传行为却还是屡禁不止。电商经营者在明知虚假宣传是违法行为还要违法时，根据商人逐利的天性可知，这是有利的行为，且违法可得利益远超守法可得，也或说是违法的成本太低了。马克思曾说过：“一旦有适当的利润，资本就大胆起来。如果有百分之十的利润，它就保证被到处使用；有百分之二十的利润，它就蠢蠢欲动；有百分之五十的利润，它就铤而走险；为了百分之一百的利润，它就敢践踏一切人间法律；有百分之三百的利润，它就敢犯任何犯罪，甚至冒着绞首的风险。”法律中对于虚假宣传的惩罚基本都是罚款，但既然愿意违法而行，那么可知其违法所得的利润远超罚款数额。

3.2. 面对大众的普法宣传不够

虚假宣传的定义、内含、被规定在何种法律中、会有什么样的惩罚等等，这些问题对于绝大多数普通人来说都是陌生的。虽然以上这些疑问在相关法律中都会有规定，如果法律中不够具体还会有相应的补充性规定，各个地方根据发展状况不同又有着不同的地方性规定。在法律条文中规定得再具体若是不能没有走入普通人的生活中，为人所知，那么其所起到的作用也是有限的。在《反不正当竞争法》中规定对于涉嫌不正当竞争行为的，任何单位和个人都有权向监督检查部门举报。就这一条文而言，知道的人越多，“任何单位和个人”的范围也就越广，其能维护的利益也就越多。但就目前而言，我国在普法宣传方面还需要加大力度。

3.3. 对虚假宣传的监管机制模糊

从《反不正当竞争法》等法律规定可以看出，目前我国主要采取行政管理与社会监督相结合的监督模式[3]。该模式在实践中也存在一定的问题，一方面是行政部门的执法权行使模糊，另一方面则是对虚假宣传行为监督管理过度依靠行政主体，而忽略了行业内的社会监督。同时在《电商法》第六条和第八条中规定了对于电商的政府监管和行业监管，但在政府监管中并不是统一监管，而是由县级以上政府根据本行政区域的实际情况来确定电商的部门职责划分。这种分区划分的监管模式灵活有余，但对于依托互联网的电商而言，却也有了更多的空子可钻。同时，对于电商平台而言，其对于在该平台内的经营者的监管范围是不够的，除了准入的身份信息、行政许可和纳税外应该把包含虚假宣传在内的其他行为也纳入监管范围内。其次，政府与行业协会之间的监管衔接也不够强。尽管政府发布了许多规范性文件来规制虚假宣传，但行业乱象仍屡禁不止。其中一个重要的原因就是行业协会没有起到应有的作用。行业

协会是链接政府与电商行业之间的桥梁，对电商行业的监管起着重要的作用。但目前电商行业协会与政府之间的信息共享机制并不畅通[4]。此外，电商行业协会的自律性规范缺乏强制性约束力，因此电商行业协会与监管部门之间的协同监管并没有充分发挥作用。

4. 电商经营中虚假宣传法律规制的完善路径

4.1. 加大虚假宣传惩罚力度，增强大众积极性

《广告法》中对于设计、发布虚假广告的处罚是没收广告费并处广告费三倍以上五倍以下的罚款，《反不正当竞争法》中对于虚假宣传的处罚是处二十万以上一百万以下的罚款，而在《消费者权益保护法》中对于经营者提供商品或服务有欺诈的赔偿仅为该商品或服务价款的三倍。且罚款上交国家，赔偿的数额又较小，这些赔偿或处罚对经营者而言不过是小惩，远远达不到大诫的效果。因此，如果想要更好的打击虚假宣传应该加大对违法经营者的惩罚力度。也即加大罚款力度，还可以向举报和提起诉讼的消费者也进行相应赔偿，这样可以大大提高消费者的积极性，有利于打击虚假宣传。同时还可以对虚假宣传收益较多或危害较大的经营者做出其他限制性规定，如增加限制经营等措施来加大其违法成本。

4.2. 加强大众普法宣传，增强大众维权意识

加强消费知识教育和普及是消费者进行自我保护的重要方式，也是预防和解决电商虚假宣传问题的关键。消费者只有先了解相关法律法规和常识，才能判断宣传内容的真实性与合法性，避免受到虚假宣传的影响。各层级服务主体需加强对消费者的消费知识普及和教育，提高消费者的知识水平和判断能力，鼓励消费者拿起法律武器来维护自己的合法权益[5]。同时，各相关部门还要加强对消费者权益的保护，完善消费者维权机制，提高消费者对于商品和服务的诉求和维权意识。此外，媒体也要加强对电商虚假宣传等误导、欺骗消费者行为的舆论监督和报道，引导消费者了解各行业现状和问题，关注行业发展动态，提升消费者的关注度和参与度。进而使消费者了解虚假宣传套路，提高消费者的避险能力。

4.3. 明确监督管理机制，构建严密监管体系

目前法律对于虚假宣传的监管大概分为政府监管、社会监管和行业监管几类，但对于具体的内容却不够明确。首先对于政府监管而言，其公信力与威慑力是最强的，但在以往的监管中偏向被动监管而主动监管较少，因此应要加强监管力度特别是主动监管力度。其次是社会监管，社会监管的范围最广，因此要做好普法工作，提升大众的维权积极性。最后是行业监管，行业协会对于该行业的监管是最精准的，因对其做出更具体的规定。就电商虚假宣传而言，要对其进行监管，电商平台应覆盖全范围的电商经营数据库，在网络层面进行合理分析，通过实名认证等形式，对后续的经营数据进行实时更新和完善，分析商家的所在地、发货地，合作物流等相关信息，并在备案后对监管部门进行常态化管控[6]。且应畅通行业协会与政府的信息共享机制，政府部门可根据数据对商家的认证情况进行审核，开通群众举报电话，借助网络解决消费者的疑惑。通过这种形式，对于没有信用的商家则会被市场所淘汰，从而构建稳定的网络市场经济。同时各大平台应制定虚假宣传监测系统，引入人工智能技术实现虚假宣传智能化预警，对“失信”商家拒绝合作[7]。

5. 结语

互联网时代下，市场经济显著提升了经济活动效益，也为广大消费者提供了较大便利，对于商品生产者、经营者以及消费者来讲，能够有效克服时间和空间上的限制，进而实现在虚拟空间的大聚集[8]。为了有效保障消费者合法权益，促进电商行业的稳定发展，需要强化对电商经营活动中虚假宣传行为的法律监管，以促进整个行业的持续稳定发展。

参考文献

- [1] 魏凡超. 《反不正当竞争法》视野下对虚假宣传规制的分析[J]. 河北企业, 2024(1): 140-142.
- [2] 丁国峰, 蒋淼. 我国网络直播带货虚假宣传的法律规制——兼评《禁止网络不正当竞争行为规定(公开征求意见稿)》[J]. 中国流通经济, 2022, 36(8): 29-39.
- [3] 王诗白. 试论虚假宣传行为的法律规制问题[J]. 上海商业, 2023(11): 222-224.
- [4] 孟祥威. 直播营销虚假宣传法律规制研究[D]: [硕士学位论文]. 扬州: 扬州大学, 2024.
<https://doi.org/10.27441/d.cnki.gyzdu.2023.000624>
- [5] 兰德忠, 马宇阳. 电商直播中虚假宣传的法律问题研究[J]. 商展经济, 2023(18): 46-49.
- [6] 杨婕菲. 电子商务平台虚假宣传的法律规制研究[J]. 经济师, 2022(5): 59-60.
- [7] 熊坤. 直播带货中虚假宣传现象的多元协同治理研究[J]. 新闻传播, 2023(11): 40-42.
- [8] 徐玮. 基于经济法视域的直播带货虚假宣传法律规制研究[J]. 中国价格监管与反垄断, 2023(9): 39-41.