

虚假宣传在跨境电商中的法律责任与救济

宗 璐

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2024年6月5日; 录用日期: 2024年6月20日; 发布日期: 2024年8月7日

摘 要

在全球化和互联网技术飞速发展的背景下, 跨境电商迅速崛起, 其为消费者和商家提供便利与机遇的同时, 也引发了虚假宣传等法律问题。探讨跨境电商中虚假宣传的法律责任与救济, 对保护消费者权益、维护市场秩序以及推动行业的可持续发展具有重要意义。对比各国对虚假广告的法律规制, 跨境电商领域在虚假宣传救济方面面临着法律适用的复杂性、消费者权益保护难度大等多重挑战。为解决这些问题, 需要采取多种措施, 包括但不限于完善相关法律法规、加大惩治力度、强化商家信用管理、优化消费者权益保护等, 旨在加强法律规制、提高违法成本、构建信用管理体系, 以及改进消费者权益的保护机制, 以期在维护市场秩序的同时, 提升消费者的法律保护, 促进跨境电商行业的健康和可持续发展。

关键词

跨境电商, 虚假宣传, 法律责任与救济

Legal Liabilities and Remedies of False Advertising in Cross-Border E-Commerce

Lu Zong

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: Jun. 5th, 2024; accepted: Jun. 20th, 2024; published: Aug. 7th, 2024

Abstract

Against the backdrop of rapid globalization and the swift advancement of internet technology, cross-border e-commerce has rapidly emerged, offering convenience and opportunities to consumers and merchants. However, it has also given rise to legal issues such as false advertising. Investigating the legal responsibilities and remedies for false advertising in cross-border e-commerce is of significant importance for protecting consumer rights, maintaining market order, and promoting the sustainable development of the industry. By comparing the legal regulations on false advertising across different countries, the field of cross-border e-commerce faces multiple chal-

allenges in the remedies for false advertising, including the complexity of legal applicability and the difficulty in protecting consumer rights. To address these issues, a series of measures need to be taken, including but not limited to improving laws and regulations, increasing the intensity of punishment, strengthening merchant credit management, and optimizing the protection mechanism for consumer rights. These measures aim to enhance legal regulation, raise the cost of illegal activities, build a credit management system, and improve the mechanism for protecting consumer rights, with the goal of maintaining market order while enhancing legal protection for consumers and promoting the healthy and sustainable development of the cross-border e-commerce industry.

Keywords

Cross-Border E-Commerce, False Advertising, Legal Liabilities and Remedies

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

随着全球化进程深化及互联网技术蓬勃发展，跨境电子商务已然成为国际贸易的关键构成要素。其不仅给消费者提供了全新便捷的购物体验，更助力商家发掘新的市场空间和商业机遇。然而，在这个新兴领域迅速崛起的过程中，虚假宣传问题日益突出，对消费者权益和市场秩序构成严重威胁。虚假宣传行为不仅侵害了消费者的合法权益，同时也阻碍了跨境电子商务行业的健康成长。因此，深入研究跨境电子商务中的虚假宣传法律责任及其救济措施，对于保障消费者权益、维护市场秩序以及推动跨境电子商务行业的可持续发展具有至关重要的作用。

2. 跨境电商的发展概述

2.1. 跨境电商的概念与特征

跨境电商，即跨境电子商务，是指通过互联网等信息网络进行的国际贸易活动，它连接了不同国家和地区买卖双方。这一模式具有以下显著特征：首先，交易双方位于不同的国家或地区，进行跨国界的货物或服务，这意味着交易跨境性是其核心；其次，交易主要通过互联网平台进行，电子商务技术使得商品或服务的展示、交易和支付变得便捷，网络化是其基础；此外，消费者可以不受地理位置限制，轻松访问来自世界各地的商品或服务，便捷性是其一大优势；再则，跨境电商平台提供的商品和服务种类繁多，满足了不同消费者的需求，同时消费者还可以根据自己的喜好和需求在全球范围内选择商品或服务，体现跨境网购的多样性和个性化；另外，与传统国际贸易相比，跨境电商可以降低交易成本，包括运输、仓储和中间环节的费用，其交易流程的数字化还提高了交易效率，缩短了交易时间，因此低成本和高效率也是其显著优势之一。

跨境电商的发展，不仅促进了全球贸易的便利化，也对各国的经济、法律和社会带来了深远的影响。随着技术的进步和政策的完善，跨境电商有望继续增长并成为国际贸易的重要组成部分。

2.2. 跨境电商的现状与问题

跨境电商作为一种新兴的国际贸易模式，近年来在全球范围内迅速发展。由于全球化和互联网技术

的发展, 电商市场规模不断扩大, 使得越来越多的企业和消费者参与其中, 推动了跨境电商的繁荣。同时, 诸如亚马逊、阿里巴巴、eBay 等跨境电商平台的出现, 为买卖双方提供了便捷的交易渠道。海外仓储、国际快递等优化措施提高了物流效率。此外, 许多国家和地区出台了支持跨境电商发展的政策, 包括税收优惠、监管便利化等。消费者需求的多样化, 也进一步推动了市场的繁荣。而技术创新, 如大数据、人工智能、区块链的应用, 提高了跨境电商的智能化水平, 优化了用户体验。

然而, 跨境电商在发展中也面临诸多问题。由于不同国家和地区的法律法规差异大, 跨境电商在法律适用、合同效力、经营主体责任落实等方面具有复杂性, 给合规经营带来挑战。同时, 不同国家和地区的监管政策和标准不同, 给跨境电商的监管带来巨大挑战。跨境电商涉及大量个人数据的传输和存储, 数据安全和隐私保护难以得到保障。复杂的产品溯源管理问题、物流和配送问题、文化和语言障碍知识维权渠道不畅等挑战, 也需要各主体不断创新和改进以适应市场环境和消费者需求[1]。消费者权益保护问题更是关键议题, 存在诸如欺诈、假冒伪劣商品、支付安全等风险, 尤其虚假宣传乱象亟待解决。其中, 虚假广告通过多种手段误导消费者, 这些手段包括夸大产品功效、制造虚假的用户评价和交易记录、虚构价格优惠、隐瞒关键信息、进行误导性比较、使用未经授权的名人背书、展示伪造的证明文件、以及通过歧义语言和虚假限时促销活动创造紧迫感等。这些行为不仅侵害了消费者的权益, 还可能对市场公平竞争和经济秩序造成严重破坏, 因此需要通过法律法规来打击和预防虚假广告, 以保护消费者和维护市场健康发展。

3. 跨境电商中对虚假宣传的法律规制与救济

3.1. 各国对于虚假广告的法律规定

在虚假广告的法律规制方面, 各国均采取了相应的措施来保护消费者权益和维护市场秩序。美国通过兰哈姆法第 43(a)条为因虚假广告受到损害的个人或企业提供了诉讼的依据[2]。同时联邦贸易委员会负责执行禁止不公平或欺骗性商业行为的法律[3]。澳大利亚消费者法第 18 条(Australian Consumer Law, Sch 2, s 18)则禁止误导和欺骗性行为, 包括虚假广告。加拿大竞争法(Competition Act, R.S.C. 1985, c. C-34, ss. 52.01)禁止虚假或误导性的广告, 以及可能影响消费者购买决策的不实陈述。日本的特定商业交易法(Specific Commercial Transaction Law, Article 3)规制商业广告和促销活动, 要求广告内容必须真实。德国民法典(Section 623 of the German Civil Code)涉及合同缔结过程中的误导性陈述或隐瞒重要事实, 导致合同另一方受到损害的情形。法国《消费法典》第 121-1 条至第 121-6 条明确规定了误导性广告的禁止及对虚假广告的处罚措施[4]。我国《广告法》也明确规定了虚假广告的定义, 并对发布传播虚假广告的个人或企业设定了法律责任。这些法律规定体现了各国对虚假广告的严格态度: 旨在通过法律手段保护消费者免受虚假信息的误导, 维护公平竞争的市场环境。从各国对于虚假广告等欺骗性商业行为的法律规制来看, 各国政府展示了其对维护诚信商业行为和消费者权益的承诺。

为更好地打击违法商家虚假广告宣传的行为, 各国对虚假广告的法律规定展现出一些共性: 一是扩大虚假广告侵权责任主体的范围, 不仅针对广告主, 还包括广告经营者、发布者、荐证者等所有参与广告活动的个体。二是过错推定原则的广泛应用, 降低受害者证明责任的难度。三是提高虚假广告的损害赔偿数额, 包括高额赔偿、惩罚性赔偿或法定的最低赔偿。四是扩大虚假广告侵权责任的保护范围, 不再局限于传统的消费者定义, 而是扩展到更广泛的商品和服务[5]。这些共性反映了国际社会在治理虚假广告方面的普遍趋势和做法, 为我国在修订相关法律时提供了宝贵的借鉴和参考。

3.2. 虚假宣传在跨境电商中的救济难题

虚假宣传在跨境电商领域的维权面临诸多挑战, 源于此类业务的跨国家性和法律环境的多样性。较

为突出的便是鉴于各国相异的法律体系与规制，国际法律的效力及与国内法的统一面临挑战。跨境电子商务纠纷中准确定位管辖权和适用法律也颇为棘手，各国内法规则的差异导致纠纷处理复杂化；同时，由于法律规定的差异，多重管辖权引发的合同效力问题也愈发突出，尤其是在当事人未明确选择适用法律的情况下；再者，语言、文化及地理因素加大了消费者在遭受虚假宣传时维护自身权益的难度；此外，虚假宣传可能侵犯消费者的知情权、隐私权和安全权，如虚构产品描述误导消费者，不当使用或泄露个人信息，甚至危害人身健康和信息安全[6]。跨境电商平台的虚拟性和跨国性要求监管机构开展跨国协作，然而实际操作中可能存在的障碍使监管和执法难度增大。现行法律救济手段可能无法充分应对虚假宣传问题，尤其是在跨国交易中，消费者可能难以通过法律途径获取有效救济。部分国家的法律制度可能尚未完全适配跨境电商的发展需求，尤其是在防范、监管和惩处虚假宣传方面。消费者可能缺乏辨别虚假宣传的能力和知识，需借助教育和提高意识来增强自我保护能力。

面对上述挑战，各方主体应共同努力，包括强化国际法律协调、完善国内法律制度、提高监管效能、增强消费者教育和自我保护能力，以有效解决虚假宣传在跨境电商领域的维权难题。

4. 对跨境电商中虚假宣传行为的法律思考

4.1. 完善虚假宣传相关法律法规

在完善虚假宣传相关法律法规的过程中，首要任务是确保国内立法与国际规则的协调一致，即根据国际规范适时调整国内法，尤其针对跨境虚假宣传行为，借鉴他国在此领域的优秀实践，结合本土实际，持续优化相关法律法规。同时，明确责任主体，清晰界定电子商务平台、卖家以及广告商在虚假宣传中的责任，确保责任明确，便于追责。提升违法成本亦为必要措施，通过立法提高罚款和赔偿等违法成本，发挥有效威慑力。除此之外，立法的核心在于保护消费者权益，需要加强对消费者权益的保护，确保消费者在遭遇虚假宣传而受损时，有明确的法律途径进行维权。一是运用人工智能、大数据分析等技术手段在法定范围内协助监管部门更高效地监测和识别虚假宣传行为，以此提升监管效能。二是完善电商从业人员的法律培训相关规定，提高其守法意识，同时加强对消费者的宣传教育，提高其识别虚假宣传的能力。三是通过制定相关法律建立快速反应机制，一经发现虚假宣传行为，应立即采取措施，降低其对消费者和市场的负面影响。

鉴于电子商务和数字技术的飞速发展，虚假宣传的形式也在不断演变，故需定期修订相关法律法规，构建更为完备的法律体系，以应对新形势，从而有效防范和打击虚假宣传行为，保护消费者权益，推动电子商务市场的良性发展。

4.2. 加大对虚假宣传的惩治力度

4.2.1. 扩大虚假宣传责任主体范围

在虚假广告法律规制方面，确定广告主、代理商、发布平台及代言人等各利益相关方的法律责任至关重要。以各种形式参与广告活动的人都应在广告活动中相应承担的法律义务，并在虚假广告发生时为消费者提供明确的追责路径。

广告主作为内容的发起者，有责任确保广告的真实性，严格审核内容，承担虚假广告造成损害的首要责任。代理商在策划和设计广告时，亦应有责任确保广告的真实性，遵循职业操守和道德准则，与广告主共同确保内容的准确性和合法性。发布平台作为主要传播渠道，需要建立严格的广告审核机制，审查发布内容，防止虚假广告传播，并在发现问题时及时采取措施。代言人在推广广告前，应充分了解产品或服务，确保其真实性和合法性，避免误导消费者。

此外，法律中还应引入连带责任条款，即所有涉及虚假广告的各方在给消费者带来损失时均须承担

赔偿责任，以此提高各方对虚假广告的警觉性，促使其更为审慎地参与广告活动。同时，立法还应强化虚假广告的防范和监管，通过构建健全的广告监管体系，增强行业自律，提升从业人员的专业素质，从源头上遏制虚假广告的产生。通过以上措施，可显著提升广告行业的诚信水平，保障消费者的合法权益，推动广告市场的健康发展。

4.2.2. 提高违法商家虚假宣传成本

提高虚假广告的违法成本是遏制此类行为的有效手段。通过立法提高罚款和赔偿额度，对潜在的违法商家形成强有力的经济威慑。具体而言，应根据违法商家获取利益的多寡、违法行为的严重性以及为消费者及社会所带来的负面影响，设定相应的高额罚款。此外，制定适当的惩罚性赔偿制度，既能惩戒违法者，又能警示其他潜在违法者。法律应明确规定赔偿的范围，包括但不限于消费者的直接经济损失、精神损害赔偿、以及因维权产生的合理费用等。同时，确保所有参与虚假广告的各方，包括广告主、代理商、发布平台和代言人等，具有过错的都应当承担连带赔偿责任，以促使各方在广告发布前进行更为严格的自查。建立快速赔偿机制，简化赔偿流程，确保消费者在虚假广告受害后能够及时获得赔偿，减少其维权的时间和经济成本。对违法商家的处罚结果应予以公开透明，借助媒体和公共平台曝光，增加违法商家的社会成本，形成公众监督。执法机构应持续监管市场，对虚假广告行为保持高压态势，确保违法成本的提高能够转化为实际的威慑力。加强对商家的法律教育和职业道德培训，提高他们对虚假广告违法成本的认识，促使他们自我约束，遵守法律法规。在全球化的市场环境中，加强国际合作，共同打击虚假广告行为，确保违法商家在全球范围内都面临高昂的违法成本。通过提高虚假广告的违法成本，商家在发布广告时不得不审慎行事，虚假广告现象将得以有效遏制，从而达到保护消费者权益，维护公平竞争的市场秩序的目的。

4.2.3. 加强商家信用管理体系建设

为了推动跨境电商市场的健康发展，还需要采取一系列措施来完善信用法律体系和加强信用管理建设。一是完备跨境电商管理的相关法律法规，明确违法者责任及处罚；二是建立合理的信用评价系统，公平公正地评估商户信誉，形成网络信用分数^[7]；三是创建信用信息共享机制，实现多平台间信息互联，方便监管和消费者查询商家诚信状况；四是引入第三方信用评估机构，提升信用评估的公信力和可靠性；五是用大数据技术审视商家的交易行为，以防范和处理违法行为；六是对违法商家施以重罚，如巨额罚款、吊销执照、限制市场准入等，增加其违法成本；七是强化消费者信用意识教育，提高其辨别和抵御违法商家的能力；八是给违法商家提供改正错误和恢复信用的机会，通过信用修复机制激励商家自觉纠正违法行为；九是加强国际合作，共同打击跨境违法商家，建立跨国界的信用监管和惩处机制；十是公开曝光违法商家的恶劣行径，借助社会舆论压力督促商家遵纪守法。以上十大措施有助于严惩违法商家，保障消费者权益，推动市场健康发展。

4.3. 优化对消费者权益的保护机制

4.3.1. 鼓励消费者进行维权

通过媒体和公共宣传普及广告法等相关法律知识，是提高公众对虚假广告治理重要性认识的关键，这不仅帮助公众理解法律规定，还能增强他们对虚假广告的警觉性和批判性思维。加强消费者教育，传授辨别虚假广告的技巧，例如夸大其词、虚假承诺、误导性语言等，并评估广告内容的真实性，是防止虚假广告侵害消费者权益的重要手段。鼓励消费者在遭遇虚假广告时积极维权，需设立专门的消费者权益保护机构，提供法律咨询和援助，简化维权流程，确保消费者能够便捷地寻求帮助。另外，允许消费者通过集体诉讼的方式对违法商家提起诉讼，可以降低单个消费者的诉讼成本，提高诉讼效率，并增加

违法商家的赔偿压力。在学校、社区和工作场所开展法律知识讲座和研讨会，利用社交媒体、在线课程和互动式应用程序等现代传播手段，使法律知识的普及更加生动和易于接受，进一步增强公众的法律意识。综合运用上述措施，可以有效提高公众对虚假广告治理的认识，提高消费者识别和抵制虚假广告的能力，鼓励他们积极维权。

4.3.2. 减轻消费者举证责任

在民事诉讼领域，“谁主张，谁举证”是一个基本原则，要求当事人对自己提出的主张提供相应的证据。对于虚假广告侵犯消费者权益的案例，原告需证实广告内容的虚伪、误导性质及其与自身损失之间的因果关联。然而，证明虚假广告与消费者损失之间的因果关系往往是诉讼中的难点，消费者需要展示是虚假广告导致了他们的购买决策和随后的损失。除此之外，单个消费者所受损失可能较小，很难证明具体受到损害的数额，使得某种虚假广告宣传长期存在[8]。为了平衡消费者在信息获取和法律知识方面的弱势地位，司法体系可能运用减轻举证责任的策略。这可能包括采用过错推定或因果关系推定原则，将部分举证责任转移给被告，或者允许消费者使用间接证据或专家证言来证明因果关系。另外，在特定情形，法律也可能规定广告主需自证广告内容的真实可靠性；若广告主无法完成此举，则需承担相应法律责任。在关系到消费者生命健康的商品或服务的虚假广告的情形下，可能采用无过错责任原则，此时消费者不需要证明广告主的过错，仅需证明虚假广告的存在以及因此产生的损害即可。法律减轻消费者举证责任，降低其举证难度，并未违反民法基本原则，而是确保消费者在面对虚假广告时能够得到公正的对待，并维护他们的合法权益。

5. 结语

跨境电商已成为推动国际贸易发展的重要力量。然而，虚假宣传问题的出现，不仅损害了消费者的权益，也对市场的公平竞争和健康发展构成了挑战。通过比较不同国家对虚假广告的法律规制，可知国际法律协调、完善法律法规、加大惩治力度、强化商家信用管理和优化消费者权益保护机制对跨境电商中的虚假宣传问题解决至关重要。此外，充分利用新兴技术提高监管效率、对相关法规进行定期修订以应对技术进步，以及加强国际间的协同合作打击虚假广告行为都是解决跨境电商中出现的虚假宣传乱象问题的有效方式。这些措施的落实将有助于跨境电商行业的健康与可持续发展，保障消费者权益，维护公平竞争的市场环境。

参考文献

- [1] 冯彦杰, 齐佳音. 基于大数据的跨境进口电商风险监测研究[J]. 国际商务研究, 2019, 40(6): 32-43.
- [2] 王绍喜. 美国法上虚假广告民事责任研究[J]. 中国社会科学院研究生院学报, 2018(4): 110-112.
- [3] 刘雅婷, 李楠. 直播电商虚假宣传的法律规制[J]. 知识产权, 2021(5): 68-82.
- [4] 苏号朋, 凌学东. 法国消费欺诈行为的法律规制及借鉴[J]. 法学杂志, 2013, 34(4): 60-69.
- [5] 张世鹏. 论虚假广告侵权责任立法国际趋势及对我国的借鉴[J]. 安徽大学学报(哲学社会科学版), 2013, 37(2): 127-129.
- [6] 刘益灯. 跨境电子商务发展的法律问题及规范引导[J]. 人民论坛, 2020(26): 100-102.
- [7] 常广庶, 刘少卿. 大数据背景下跨境电商信用管理体系建设研究[J]. 征信, 2024, 42(4): 50-56.
- [8] 邵海. 虚假广告治理中的侵权诉讼[J]. 比较法研究, 2018(2): 131-142.