

# 浅析网络交易中知假买假行为及应对措施

王梓明

扬州大学法学院, 江苏 扬州

收稿日期: 2024年5月20日; 录用日期: 2024年6月19日; 发布日期: 2024年8月29日

## 摘要

随着互联网经济的飞速发展,线上购物以其快捷便利、品类齐全以及较低成本的特点吸引了大批消费者,然而与此同时,巨大的网络交易空间也促使线上知假买假行为不断涌现,面对此类行为,消费者身份的界定与经营者欺诈行为的构成要件仍然是司法实践的重中之重。过度的知假买假行为无疑会破坏正常的市场秩序,其不再是对市场交易的有效监督。因此,本文梳理了网络交易中知假买假行为的特征,通过放宽对消费者身份的认定、加强网络交易平台的监督职责以及建立职业打假人信用记录体系三个方面完善网络交易中知假买假行为相关法律规制,促进市场经济的良性与时俱进。

## 关键词

知假买假, 网络交易, 消费者权益保护

# A Brief Analysis of the Behavior of Knowing and Buying Fake Products in Online Transactions and the Countermeasures

Ziming Wang

Law School, Yangzhou University, Yangzhou Jiangsu

Received: May 20<sup>th</sup>, 2024; accepted: Jun. 19<sup>th</sup>, 2024; published: Aug. 29<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

With the rapid development of the Internet economy, online shopping has attracted a large number of consumers with its fast and convenient, complete categories and low-cost characteristics. However, at the same time, the huge online transaction space has also prompted the emergence of online knowledge and fake buying behaviors. In the face of such behaviors, the definition of consumer identity and the constituent elements of operators' fraudulent behaviors are still the top priority

of judicial practice. Excessive behavior of knowing and buying fake products will undoubtedly destroy the normal market order, which is no longer an effective supervision of market transactions. Therefore, this paper sorts out the characteristics of the behavior of knowing and buying fake goods in online transactions, and improves the relevant legal regulations on the behavior of knowing and buying fake goods in online transactions by relaxing the identification of consumers, strengthening the supervision responsibility of online trading platforms and establishing a credit record system for professional counterfeiters, so as to promote the benign development of the market economy.

## Keywords

Knowing and Buying Fake, Online Trading, Consumer Rights Protection

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. 背景

自 1993 年《中华人民共和国消费者权益保护法》出台以来，明确了在市场交易中倾斜保护消费者权益的司法基调，这本是对弱者权利的天平倾斜，然而在引入了惩罚性赔偿制度后，“王海打假案”<sup>1</sup>得到了消费者保护协会的支持，随之涌现了大量利用惩罚性赔偿制度获益的知假买假行为。最初社会上对此类现象持认可态度，认为其有利于当时各项制度并不完善的市场经济，但随着打假纠纷越来越多，经济现象越来越复杂，人们认识到不能从单一的市场监督维度来评价打假行为[1]。因此，对于消费者身份的界定、经营者欺诈行为的认定等问题，实践中出现了诸多观点。

伴随着互联网经济的产生与发展，出现了针对线上购物的打假行为，不论线上线下，对知假买假行为的争议仍在继续，本文将从网络交易中知假买假行为的特点、司法难题以及应对措施展开论述。

## 2. 网络交易中知假买假行为的特征

随着电子商务的兴盛，人们的日常生活离不开各类购物网站、软件，欲探究网络交易中知假买假行为的特点，首先应当明晰通过网络平台购物的特点。

对于消费者来说，网络交易具有便利性、多样性、非对面性以及延迟性等特点。在网络交易中，消费者可以实现“线上一站式”购物，不仅可以在某一个平台买齐所需商品，且门类齐全、琳琅满目。同时，线上购物也显现出相应缺点，即无法看到、接触实际商品，收到货物具有延迟性，更存在良莠不齐的网络商家等问题。网络交易的弊端给了销售假冒伪劣产品的商家可乘之机，在大量的线上购物订单中，不乏部分商家做出虚假宣传、以次充好、销售盗版等不正当销售行为。伴随着大量线上平台交易中不利影响的出现，网络交易中知假买假的行为随之产生，其具有隐蔽性、特定性和监督功能。

### 2.1. 网络交易中知假买假行为具有隐蔽性

根据 2016 年国家工商总局发布的《消费者权益保护法实施条例(征求意见稿)》的第二条可知，以盈利为目的的知假买假行为可能不再受法律保护。然而在网络交易中，交易平台的提供者并不要求真实的消费者身份信息，打假人完全可以使用不同的姓名、地址和联系方式批量购买货物，这便难以确定网络

<sup>1</sup> 参见天津市河北区人民法院(1997)北民初字第 2 号民事判决书。

面纱后的交易方究竟是出于生活需求购买货物的一般消费者，还是有着丰富打假牟利经验的知假买假者。当面对恶意甚至是有组织有预谋的知假买假者时，经营者反而成为市场交易中的相对弱势方，这显然不符合消法倾斜保护消费者的初衷。

因此，网络交易中知假买假的行为具有隐蔽性。

## 2.2. 网络交易中知假买假行为具有特定性

根据国家 2014 年颁布的《最高人民法院关于审理食品药品纠纷案件适用法律若干问题的规定》第三条，明确了食品、药品方面的知假买假行为的赔偿依据，基于此条的特别规定，网络交易中知假买假行为也集中涌入此条赛道，例如某些夸大疗效的保健品、不符合宣传用料的食品以及过期的食品和药品等，消费者在明知其存在质量瑕疵的情况下仍进行购买。《中华人民共和国食品安全法》在 2015 年修订后，在食品领域适用第 148 条惩罚性和补偿性赔偿条款的案件大幅度增加<sup>[2]</sup>。在网络交易中消费者通过上述条款积极维护自身权益，同时也在该领域促成大量知假买假交易。因此，网络交易中知假买假行为具有一定的特定性。

## 2.3. 网络交易中知假买假行为具有监督功能

基于线上购物的非对面性与收到货物的延迟性，如果网络商家缺乏相关知识，或无视法律发布虚假广告、销售假冒伪劣产品以损害消费者的合法权益，现实中消费者作为势单力薄的个体，维权的难度是较大的。例如对于一些海外进口的商品，一般消费者不了解非本土市场的商品，不仅不具备辨别真假的能力，更没有相关渠道进行查证。此时消费者打假行为就起到一个良性监督作用，督促商家遵守海关相关规定，完成进口审批程序，并贴上对应的中文标签后再进行销售。另一方面，部分互联网交易中的经营者素质较低，不甚清楚自身服务义务，当消费者通过网络交易平台、市场监督管理部门以及司法部门维护自身权益时，也能规范经营者服务体系，提升经营水平，促进网络交易的达成。因此，网络交易中知假买假行为具有一定的监督功能。

## 3. 网络交易中知假买假行为的司法难题

不论是实体买卖还是网络交易，如何评价知假买假行为与能否适用惩罚性赔偿制度一直是司法实践中的难题。从二十多年前“王海案”发生后，王海现象便不断出现，在不同时期或不同地区，公权机构对知假买假行为的态度也反复变化，始终未能明确统一立法。以下将结合案例从网络知假买假行为中如何界定消费者身份和认定欺诈行为的惩罚性赔偿责任两个方面展开分析。

### 3.1. 如何界定网络交易中消费者身份

根据《中华人民共和国消费者权益保护法》的第二条，将消费者身份规定为为满足日常生活所需而购买、使用商品或接受服务的自然人，仅从文字出发，恐无法将知假买假者认定为一般消费者。

首先从条文出发，界定消费者“生活所需消费”的范围，随着经济飞速发展，消费者日常消费的范围也在不断变化。例如，在张某诉北京某汽车服务有限公司买卖合同纠纷案<sup>2</sup>中，最高人民法院将汽车认定为为满足日常生活所需而购买的商品，适用《消费者权益保护法》处理家庭购买汽车的欺诈纠纷。显然，与传统观点不同，此案中没有因为技术性强、标的额大而将汽车消费排除为一般生活所需而消费的商品。

实践中，界定消费者是否知假买假，不能单纯从购买大宗货物或多次购买来判断其购物动机，也不

<sup>2</sup> 参见《最高人民法院第 17 号指导案例：张莉诉北京合力华通汽车服务有限公司买卖合同纠纷案》，《人民法院报》2013 年 11 月 26 日，第 3 版。

能机械地认定消费者从知假买假行为的获利，否则无法真正保护消费者的权益。这部分矛盾也使得一些法院选择在实践中回避认定消费者身份。正如苏力教授的观点，即对于王海知假买假行为的争议，重点不是王海是否拥有消费者身份，而是王海是否能够作为消费者被保护。那么同理，对于界定网络交易中消费者的身份，需要判断消费者在市场交易中是否作为真实的弱势一方[3]。

### 3.2. 如何认定网络交易中经营者的欺诈行为

根据《中华人民共和国消费者权益保护法》的第五十五条第1款，经营者是否承担惩罚性赔偿责任，核心是经营者是否实施欺诈行为，应当从以下五个方面判断经营者欺诈行为的构成要件，首先责任主体是经营者(生产者、服务者)，其次经营者主观上存在欺诈的故意，再次客观上经营者实施了欺诈的行为，接着求偿主体必须是消费者，最后欺诈结果是消费者因受欺诈而购买商品或者接受了服务。符合以上五个要素，方可认定一般交易中经营者的欺诈行为。

那么对于网络知假买假行为，经营者的欺诈行为是否成立呢？应当明确，知假买假不是认定欺诈的阻却事由，显而易见的是，不论消费者是出于生活所需而线上购物，还是出于索赔而进行网络交易，经营者的欺诈行为都不可能因为消费者主观愿意的变化而趋于正当化[4]。法律要求三倍惩罚赔偿且对最低赔偿数额作出限定旨在打击经营者的非法欺诈行为，保护消费者作为弱势方的权益以及维护良好的市场交易秩序，如此方能推动市场经济长效发展。

### 3.3. 如何通过网络交易平台规制知假买假行为

如前所述，网络交易中知假买假现象频频发生，部分消费者依托于大型线上交易平台故意购买虚假货物以获得赔偿，是市场经济背景下盛行的电子商务产业顽疾。根据国家2019年颁布的《中华人民共和国电子商务法》的第二十七条，明确了电子商务平台经营者对入驻平台商家的身份、地址、联系方式、行政许可等真实信息的监督责任，由此明确了网络交易平台对线上交易的监督职责。但在实践中，平台经营者对线上知假买假现象的打击力度不足，且缺乏科学的判断标准。

## 4. 对网络交易中知假买假行为的应对措施

随着电子商务的兴起，面对网络交易中屡见不鲜的知假买假行为，首先，应当放宽对消费者身份的认定；其次，严格限定网络交易中欺诈行为的构成要件；最后，必须加强网络交易平台的监督职责。一方面网络平台经营者应当设置统一的商家入驻规则通过，另一方面，网络平台经营者要对消费者进行适当监督，分析其是否存在知假买假行为，方能进行规制。

### 4.1. 放宽对消费者身份的认定

《消费者权益保护法》第二条对消费者身份的定义是较为宽泛的，在司法实践中，也通常不将消费者身份作为裁判的核心依据[5]。市场中各类商品、服务种类繁多，由此指向不同类型的消费者，对其身份的认定方式就需要具体问题具体分析。例如，同一消费者在不同时期购买不同数量的商品或者服务，如何判断消费者的购买动机确为难题。因此，为了更好地处理网络交易中的知假买假行为，应当放宽对消费者身份认定的限度，将更多精力投入到知假买假者能否作为消费者被保护。

另外，对于职业打假人身份的认定在司法实践中争议颇多。例如，在丛某诉某体检管理集团股份有限公司北京某门诊部销售者责任纠纷案<sup>3</sup>中，两审法院的判决结果大相径庭，一审法院在界定原告消费者身份时认定其为职业打假人，因而不支持原告诉讼请求。案件到二审阶段出现了反转，二审法院从倾斜保护消费者的立场出发，认为即便原告存在职业打假的故意，亦不能否认其消费者的身份，而削弱对

<sup>3</sup>北京市第二中级人民法院(2013)二中民终字第14088号民事判决书。

其合法权益的保护。2014年《最高人民法院关于审理食品药品纠纷案件适用法律若干问题的规定》出台后，明确了食品、药品方面的知假买假行为合法成立。基于此条的特别规定，除食品、药品外，其他领域的职业打假行为不应得到法律保护。

职业打假人拥有丰富的打假经验和相关专业知​​识，可以驾轻就熟地钻知假买假的法律空缺，尤其是电子商务盛行之下，打假行为更具有隐蔽性而无法落实追查。如果通过网络平台方规制职业打假的道路走不通，就从职业打假人的连续性打假行为出发，其通常在频繁或大批量购买货物、服务后，对经营者提出看似正当的法律索赔，表现方式为口头要求或提起诉讼，后者的情况往往发展为职业打假人在收取经营者的惩罚性赔偿金额后撤诉，并如此反复，屡试不爽。对于此种浪费司法资源的行为，法院可以通过联网统计网络交易中知假买假人的收、退货订单和诉讼事由，制定对应的职业打假人判定标准，并以此规制职业打假人在网络领域通过知假买假牟利的行为[6]。

那么，职业打假之外的“知假买假”行为，是否应当得到支持，笔者认为应当从放宽对消费者身份认定的角度出发，由公权机关制定认定标准，在最大限度保护消费者权益的基础上规范市场秩序。尤其在互联网交易中，面对如此庞杂的客户群体，消费者身份界定难度直线上升，应当优先保护弱势方，放宽网络交易中消费者身份的界定范围。

#### 4.2. 严格限定网络交易中欺诈行为的构成要件

关于消费欺诈行为的构成要件学界讨论颇多，目前通说为“四要件”理论，该说的主要内容包括主观要件、客观要件、结果要件以及因果关系要件。即行为人基于欺诈的故意实施欺诈行为，使得相对人因此产生错误认识并作出不真实意思表示。“四要件说”的主要理论来源是民法中的欺诈构成理论，对于消费欺诈行为的构成要件，消费者权益保护法未作明确规定，能否直接适用传统民法中欺诈行为的判断依据也一直存在争议。

对于新兴的网络交易中发生的欺诈行为，笔者沿用民事欺诈理论进行分析。首先，网络经营者在主观上并没有产生错误认识，其明知商品或服务存在瑕疵而出售，是带有欺诈故意的刻意为之；其次，网络经营者客观上实施了售假行为；最后，消费者由于网络经营者售卖虚假商品或者服务，产生错误消费商品、服务的意思表示。同时，对线上交易的知假买假者实施网络消费欺诈行为也应当加以限定，在前述基础上，知假买假者在网络交易中故意实施欺诈网络经营者的行为，网络经营者则误认为知假买假者为一般消费者而售卖商品，同样会产生破坏市场秩序的不利后果。

因此笔者认在传统欺诈行为构成要件的基础之上，不论是对网络经营者还是线上交易的知假买假者，都应当严格限定网络交易中欺诈行为的构成要件。实践中，不仅要网络经营者的消费欺诈行为加以规制。如果消费者明知经营者实施了欺诈行为，但仍然与之达成网络交易，应该认定为知假买假并予以规制，以此遏制知假买假者利用惩罚性赔偿规则牟利的行为，有利于电子商务的可持续发展。

#### 4.3. 加强网络交易平台的监督职责

首先平台经营者应当统一设置入驻规则，筛选出符合法律规定的商家；其次在商家开始销售商品或提供服务后，平台经营者应当定期检查，及时下架不符合规定的商品或服务，并督促商家改进；最后平台应完善消费评价机制，通过消费者的反馈提高商家的服务水平。网络平台的高效监督能够有效地减少商家为售卖商品或服务而作出的交易欺诈行为，便可从源头上减少网络交易中知假买假的行为。

《电子商务法》第三十九条要求电子商务平台经营者建立信用评价制度，可依照此种思路规制网络交易中知假买假的行为。面对愈发隐蔽的知假买假行为，网络交易平台提供者不仅要严格把控入驻平台的经营者，还要对消费者进行适当的监管，在尊重和同等保护消费者人身、财产安全等合法权益的基础上，网络平台经营者应当对消费者知假买假行为进行统计，作出法律提示，对于情节严重者予以处罚。

为建立与完善互联网平台在商品交易中的监督体系，可引入普通法中历史悠久的公共承运人理论。李友根教授认为，公共承运人是负有特殊义务、承担特殊责任的私人经营者<sup>[7]</sup>，主要判断依据为动态体系三要素(对价、垄断以及公共利益)判断，三者相互协调，共同构成公共承运人理论的正当性。源于十五世纪英国的旧理论在漫长的发展过程中始终绽放着文明的光彩，美国对于社交媒体平台新问题的讨论就适用了公共承运人理论，例如在德克萨斯州案<sup>4</sup>与佛罗里达州案<sup>5</sup>中，案件核心均围绕着社交媒体平台是否为属于公共承运人。那么，对于当下我国飞速发展的互联网交易平台中某些无序现象，是否可以借鉴公共承运人理论进行规制呢？笔者认为可以从比较法的视野，注重该理论的三要素动态体系的正当性，并结合我国互联网平台交易的特性多窗口解决问题。对于本文所讨论的知假买假行为，网络交易平台作为私主体应当负其相应的监督责任，以电子商务法为脉络，加强对网络交易中知假买假行为的规制。

## 5. 总结

知假买假行为一方面具有市场监督的意义，另一方面也切实地扰乱了经济秩序<sup>[8]</sup>。目前，除却食品、药品领域，我国法律并未明确肯定或者否定网络交易中知假买假行为，但从立法趋势以及指导性案例可知，权威机构对知假买假行为的总体态度是不支持的。尽管知假买假在一定程度上具有市场监督作用，但对于已经出现的有规模、有组织的购买者非法牟利行为，如不及时制止并以系统化的法律进行规制，不仅会造成部分商家变成市场交易中的弱势方，更会破坏公平竞争的市场秩序。

因此，笔者认为网络交易中知假买假行为总体上是弊大于利的，应当通过放宽对消费者身份的认定，严格限定网络交易中欺诈行为的构成要件以及加强网络交易平台的监督职责三个方面进行有效规制。同时亦不能放松对销售假冒伪劣产品、提供不合格服务的经营者的制度监督，加大经营者的违法成本，从根源上预防经营者的欺诈行为，也能够一定程度上遏制知假买假行为，从而优化市场交易环境，促进经济可持续发展。

## 参考文献

- [1] 温馨. 知假买假中惩罚性赔偿的适用研究[D]: [硕士学位论文]. 上海: 华东政法大学, 2020.
- [2] 李可, 张滨. 食品安全法惩罚性赔偿条款适用研究——以食品营养标签标示错误行为为例[J]. 湖南社会科学, 2022(6): 124-133.
- [3] 应飞虎. 禁止抑或限制?——知假买假行为规制研究[J]. 法学评论, 2019, 37(4): 63-78.
- [4] 高志宏. 再论消费欺诈行为的构成要件[J]. 法学, 2023, 499(6): 178-192.
- [5] 蔡立东, 关悦. 网络购物知假买假纠纷的司法应对[J]. 江汉论坛, 2023(3): 136-144.
- [6] 叶馨醇. 论网络购物中的知假买假行为[J]. 商场现代化, 2018(24): 23-24.
- [7] 李友根. 公共承运人理论与互联网平台规制的正当性——美国公共承运人判例变迁的考察报告[J]. 上海政法学院学报(法治论丛), 2023, 38(2): 32-57.
- [8] 高志宏. 消费“欺诈行为”的司法认定及逻辑证成——基于 38 例典型案件的分析[J]. 学海, 2021(1): 158-166.

<sup>4</sup>See *NetChoice, LLC v. Paxton*, 573 F. Supp.3d 1092 (2021).

<sup>5</sup>See *NetChoice v. Moody*, 546 F.Supp.3d 1082 (2021).