

电商平台经营者刷单炒信行为的反竞争规制

张 娜

浙江理工大学法政学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2024年7月25日; 录用日期: 2024年10月28日; 发布日期: 2024年11月4日

摘 要

现阶段刷单炒信作为典型的“流量造假”行为, 是网络经营者进行虚假宣传, 牟取不正当利益的主要方式之一, 损害了消费者权益与社会公共利益。目前我国针对刷单炒信不正当竞争行为的规制存在不足, 具体表现在立法层面上法律责任主体涵盖范围小、责任规制模糊、惩罚体系不完善、监管效力不足等方面。因此亟需加大对刷单炒信不正当竞争行为的规制力度, 以保护消费者权益, 维护市场公平竞争秩序。规制举措主要包括: 扩大法律责任主体范围、增加惩处措施, 量化罚金指标以及促进各监管主体之间的配合监管工作。

关键词

刷单炒信, 反不正当竞争法, 流量造假, 虚假宣传, 不正当竞争

Anti-Competition Regulation of E-Commerce Platform Operators' Brush-Order Behavior

Na Zhang

School of Law and Politics, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Jul. 25th, 2024; accepted: Oct. 28th, 2024; published: Nov. 4th, 2024

Abstract

At present, as a typical "Traffic fraud" behavior, it is one of the main ways for e-commerce platform operator to make false propaganda and seek improper benefits, which damages the rights and interests of consumers and social public. There are inadequacies in our country's regulations on unfair competition, such as manifested in the small scope of legal responsibility subjects, vague responsibility regulations, imperfect punishment system, and insufficient regulatory effectiveness at the legislative level. Therefore, it is urgent to strengthen the regulation of unfair competition activities to protect the rights and interests of consumers and maintain a fair market competition order.

The regulation measures mainly include: expanding the scope of legal responsibility subjects, increasing punishment measures, quantifying the fine index and promoting the coordination of the supervision work among the supervision subjects.

Keywords

Brush a Single Letter, Anti-Unfair Competition Law, Traffic Fraud, False Propaganda, Unfair Competition

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

2024年5月6日国家市场监督管理总局发布《网络反不正当竞争暂行规定》，该条例第九条规定经营者不得实施虚假宣传、虚假交易等不正当竞争行为，用以规制基于网络交易虚拟性、动态性等特征导致的新类型不正当竞争行为频发的现状，以维护公平竞争的市场秩序，保护市场经营者和消费者合法权益，促进数字经济健康发展。在众多的“流量造假”行为中，刷单炒信行为在智能化的辅助之下屡禁不止，成为电商平台经营者进行不正当竞争的主要行为之一。

2. 刷单炒信行为的形态种类及成因分析

流量经济作为互联网经济形式的一种，具有较高的关注度以及较大的商业价值。流量的获取可以带来高额的利润，极具商业诱惑力。因此“流量造假”行为应运而生。刷单炒信作为典型的“流量造假”行为，是指平台经营者为了获取竞争优势，通过虚构交易、诋毁竞争对手、引诱消费者“好评返现”等方式提高自身品牌价值，恶意打击竞争对手，牟取不正当利益的行为[1]。刷单炒信行为的日益增多主要依托互联网经济的发展，在“技术”的加持下，刷单炒信行为具有隐蔽性、智能化、操作简单、违法成本低等特征，以致刷单炒信违法行为层出不穷。

2.1. 刷单炒信行为的形态种类

2.1.1. 正向刷单

正向刷单是指网络经营者为了打开自身品牌的市场知名度、竞争力等提升自身价值的目的而实施的增加产品好评和销售数量的行为。共有两种表现形式：第一种虚构交易型刷单，即网络经营者通过与第三人虚构尚未实施的交易，不真实发生货物交易或通过快递“空包裹”进行虚假交易，进而获得交易评价机会；或者由网络经营者自导自演，自己购买货物，自行实施良好评价的行为。该类刷单行为规模日趋上涨，逐渐形成产业链，包含专业组织与各方主体，例如收单方、刷单组织者，刷单运营平台等主体，以此为业牟取非法暴利。第二种是“好评返现”型刷单。该类刷单现象较为普遍且成本低廉，主要是通过告知消费者在收到货物时若给予好评就退去部分货价的方式引诱消费者给予较好评价的行为方式。该类刷单行为种类多样，极具隐蔽性，一般出现于网络经营者与消费者的私下协商中，交易数额较小，因此违法性识别及判定较为困难[2]。

2.1.2. 反向刷单

恶意刷单是指网络经营者为了降低竞争对手的市场竞争力，提升自身竞争优势，自己或者雇佣他人

购买竞争对手商品或服务, 获得交易评价机会给予竞争对手差评的反向刷单方式, 或者为竞争对手实施正向刷单行为, 引导监管机构和电商平台误以为竞争对手实施刷单行为而对其作出处理, 是损害竞争对手信誉, 妨碍市场正常竞争秩序的不正当竞争行为[3]。

2.2. 刷单炒信行为的成因分析

首先, 作为产品的直接受益人、虚假宣传行为直接面向的对象消费者来说, 其有偷懒、盲目从众的心理。普通大众对产品的固有认知, 更倾向于“有口皆碑”的商品或服务。相较于全方位了解产品信息, 销量与评价的直观性以及通俗易懂的特点更容易让消费者短时间了解该产品的质量好坏、性能适合自己与否、售后服务是否到位、使用舒适度如何等问题, 因此将其作为是否下单的重要判断依据, 节约时间成本以及规避自己对某一产品认知不全面的缺点, 利用其他消费者的既成产品体验作为判断产品好坏的依据。将曾经购买过产品的消费者的经验作为重要购买参考, 让“评价与销量”指标在产品权重机制中占有重要地位。

其次, 就电商平台的售卖竞价排名系统来说, 其界面相关产品排名次序的指标中, 销量与评价是消费者着重关注点, 所以平台更倾向于将其作为产品推荐的基础数据。而竞价排名对于商家来说至关重要, 曝光次数、排名位置等都关系着商家产品销量, 知名度与曝光量也与其营业收入具有紧密关系。故而容易引发部分网络经营者在销量与评价方面实施不正当竞争行为来提高自身排名, 获取曝光量与吸引力。尤其对于市场新进入的经营者来说, 在面对市场份额已经被各方势力抢占时, 通过“刷单”等方式进行流量造假不失为一条“捷径”, 某些急功近利的平台内部经营者为了占有一席之地从而选择了最快捷、时间成本更低的“流量造假”方式减少前期投资的时间与金钱成本[4]。以及电商平台在销量、评论造假方面监管力度普遍不足。电商平台发展初期, 对于网络经营者采取“包容审慎”监管原则, 给予经营者更多的生存空间以壮大自己市场规模及市场份额, 监管漏洞助长了不正当竞争行为的滋生, 以致现在“刷单炒信行为”肆意滋生。

3. 现阶段对刷单炒信正当竞争行为规制的不足

3.1. 主体及其责任规制不足

《反不正当竞争法》规定经营者不得进行虚假交易或虚假宣传, 否则应当承担相应的法律责任。也即当出现刷单炒信行为时, 仅由经营者承担法律责任, 并未对其他主体的法律责任作出规制。而现实中, 刷单炒信已经形成较为完整的产业链。从主体方面来看, 就有发单者、收单者、实际刷单人、刷单组织、刷单运营平台等多方主体。例如, 2018年浙江金华市市场监管局在全省“百日执法”专项行动实务公示会上公布, 查处金华某公司组织团伙刷单, 该组织内部分工明确, 行动严密, 刷单方式智能化。负责销售的人员专门通过渠道寻找电商平台内的需求客户, 负责刷单的人员每刷一单平均价格6元, 利用智能化设备一天可达7000单, 然后由专人操作虚假下单采购商品, 发送空包裹, 欺骗第三方交易平台取得交易记录, 形成刷单闭环。违法成本低回报率却高, 在此过程中获利主体不仅限于经营者, 各方主体配合严密, 违法行为环环相扣。市场存在竞争就会有经营者寻找法律漏洞不正当竞争, 仅仅对需求方处罚已经不足以遏制“流量造假”行为的泛滥。

3.2. 刷单行为惩罚制度体系威慑力不足

以《反不正当竞争法》第20条规定为例, 该条款将对刷单炒信等虚假宣传、虚构交易行为予以责令停止违法行为、吊销营业执照的行政处罚, 并处以二十万元以上, 二百万元以下的罚款。首先, 金钱处罚力度较弱, 就上述浙江金华查处的刷单案来看, 该组织从事违法活动多年, 涉案金额远远过亿, 这样的悬殊获利与处罚差距所起到的警示公众、惩罚当事人的力量甚微, 相反可能滋生从事该类“职业”人员侥幸心理, 起到反作用效果。其次, 就处罚标准来说, 该条款并未对于罚款数量和标准进行量化细

分，只对“一般情节”规定了“二十万以上至一百万以下”的行政处罚期间，“情节严重”为“一百万元以上至二百万元以下的”的行政处罚区间，未再进行细致量化。法律规定的确定性将会大大减弱人民群众对于法律的预期性，进而导致自由裁量权过大带来的执法标准不一致，容易引发执法漏洞。现阶段，我国针对刷单炒信不正当竞争行为的处罚体系较为粗糙，处罚措施种类少、处罚力度威慑力不佳，处罚标准未细化等特点导致违法成本小于违法收益，无法有效遏制刷单炒信行为。

3.3. 各方监管主体未发挥监管协同作用

行政机关作为电商平台的违法行为监督者，对电商平台内部网络经营者的违法行为具有法定的监督责任。但是刷单炒信行为在“互联网+”技术的支持下，具有隐蔽性、违法性识别困难等挑战，行政机关也面临着执法环节层层阻碍的困境，尤其在信息搜集方面。与此同时，电商平台作为网络经营者的直接管理主体，对其平台内的经营者是否规范经营具有法律责任。且其相较于行政机关，其在信息搜集、监督网络经营者动态方面有着巨大的优势，能够通过技术监管、数据分析等方式监管网络经营者的不正常动态，掌握、固定网络经营者实施不正当竞争行为的违法证据，但电商平台本身的趋利性又会使其在监管中出现“怠性”。因为内部经营者的产品销售数量在电商平台综合实力指数中发挥着重要的作用，尤其体现在“618”“双11”各电商平台相互竞争的购物节中，平台内部经营者的销售数量与电商平台所占据的市场份额、自身实力等指数呈正相关关系，由此，电商平台对平台内部经营者的刷单炒信行为监管不严甚至可以说持放纵态度，这是电商平台本身的趋利性导致的。在社会监督方面，消费者作为产品的直接接受用人，通过对产品购买前所了解的评价、销量信息，与购买货物后实际收到的产品进行对比，更能知会网络经营者销售的产品是否存在虚假宣传的成分，其作为社会监督主体的一部分，能发挥行政机关、电商平台之外不容替代的监督作用，但是消费者的从众心理以及弱势地位，使得其并不能很好地发挥其在监督作用的主动性。所以上述三者监督主体各有优势，也有自身局限性，应当在监管中相互配合，相辅相成，形成监管合力[5]。

4. 规制刷单炒信不正当竞争行为的必要性

刷单炒信不正当竞争行为损害了消费者的合法权益。根据《消费者权益保护法》可知，消费者有知情权和公平交易权。而在网络交易中，消费者无法对实物进行对比参考，仅能就商家提供的产品介绍，已购产品消费者对产品的评价，产品页面销量显示等侧面信息获知产品信息全貌。了解产品方式也并不多样，而网络经营者所实施的刷单炒信行为伪造了产品信息，阻碍消费者获取产品信息的来源，侵害消费者基于产品真实信息进行公平交易的权利，以至于消费者的金钱，甚至人身、精神权益招致损害。

刷单炒信不正当竞争行为是对与之有竞争关系的经营者的权利损害。正向刷单提高了网络经营者自身的品牌效应，抢占了市场先机也是抢占了原本竞争对手应有的市场份额；反向刷单，以恶意的方式降低竞争对手的企业名誉，贬损其产品价值，降低其经济效益。所以无论是正向刷单还是反向刷单行为，都是对同行业竞争者权益的侵害，如不加规制，就会助长恶性竞争之风。由此损害社会公共利益，破坏互联网经营者生存模式。当不正当竞争行为肆意滋生，其他小规模经营者以及市场新进入经营者就会效仿这种低成本的方式获取利益，以致恶性竞争事件频发，如不加遏制，此类行为蔓延程度不绝如缕，损害社会公共秩序[6]。

5. 对刷单炒信行为的反竞争规制建议

5.1. 扩大行为主体范围、明确其法律责任

《反不正当竞争法》目前仅将实施刷单炒信行为的网络平台经营者规制为法律责任主体，但是对于

实际参与刷单行为、帮助刷单行为的主体尚未有效涵盖。例如，网络经营者作为发单方，就会有收单方，收单方就包括刷单运营平台、实际刷单人、组织刷单人。对其应当按照主观恶性大小来界定其法律责任，例如组织者通常主观恶性较大，以此为职业，所以理应承担责任；而实际刷单人可能主观恶性较小，对其是否要求承担责任在具体案件中考量。同时，现实中快递公司在此过程中所扮演的角色往往被忽视。其作为获得产品评价的关键环节，在面对某些空包裹，目的地唯一且数量之大的包裹应当有一定的敏感性，对这种较为异常的情况应当承担一定的监督责任。所以，现阶段应当从违法行为的各个环节角度分析，根据每个行为主体在刷单炒信行为中所扮演角色的重要性，来明确各方违法主体及其法律责任，从而减少违法行为的发生[7]。

5.2. 完善刷单炒信行为的惩罚制度体系

随着“互联网+”模式的发展，“技术”加持下的违法行为日益增多，违法成本却不一定“水涨船高”，因此带来了违法成本低于所获利润的情形，驱使着经营者抱着侥幸心理实施刷单炒信等不正当竞争行为。因此，要增强处罚力度。明确将处罚数额的标准量化成具体指标。将“一般情节”处罚数额“二十万以上至一百万元以下”范围量化为三个指标，设置为“二十万以上、六十万、一百万元以下”的处罚标准；同理将“情节严重”处罚数额“一百万元以上二百万元以下”范围量化为三个指标，设置为“一百万元以上、一百五十万元、二百万元以下”三个指标，具体处罚数额，由审判人员根据违法情节把握，让处罚数额在上述范围内上下浮动。严格把握裁判处罚标准，根据社会危害性、受损害方遭受损失、违法者所获利润等情形综合考量。同时，可以增加行政处罚措施，丰富处罚措施种类，增强行政处罚威慑力。现阶段仅有责令停止违法行为、吊销营业执照两种行政处罚措施。可以适当增加行政处罚措施，例如责令关闭、限制开展经营活动、降低资质等级等措施。加大处罚力度，明确处罚标准，增加处罚措施，提升违法成本，强化对刷单炒信不正当竞争行为的打击力度，维护消费者合法权益和社会公共利益，恢复市场竞争秩序[8]。

5.3. 推进各方主体协同监管作用

2024年天猫电商平台对《天猫市场管理规范》进行调整，该规则修改较为突出的部分就是增加对刷单等虚假宣传行为的处罚，譬如降低商家评分等级，对其进行罚金处理等。线上开店能够规避线下经营实体店铺的前期成本，因此本着可以不断扩大规模、占据市场份额的获利心理，网络经营者不会局限于一家电商平台开店，更多的是一个店铺同时存在于天猫、淘宝、京东、拼多多等大型电商平台。所以仅个别电商平台的监管力量不足以抵制该违法行为滋生，需要各家电商平台共同严厉规制不正当经营行为，合力监督网络经营者规范经营、公平竞争，营造良好的市场竞争环境。行政主体、消费者作为监督主体，不可避免地与市场之间具有信息壁垒和地位上的优劣势之分。因此，在发挥自身优势的基础上，可与电商平台实现良性互动。行政机关借助电商平台对于市场信息的捕捉能力，洞悉市场信息，固定违法证据，监管网络经营者的不法行为动态，提升打击效率和力度。电商平台与消费者之间可以建立良好的沟通渠道，保障消费者的维权渠道畅通，完善消费者表达意见机制，能让消费者从各方面更好地了解网络经营者的经营活动信息。由此实现各方主体的监管合力，达到有效监管的目的[9]。

6. 结论

网络刷单炒信行为是一种“互联网+”模式下的不正当竞争、损害市场公平竞争秩序的行为。我国对刷单炒信不正当竞争行为的规制存在法律责任主体范围小、责任不明确，惩罚制度不完善，监督体系不健全等问题，因此，建议完善法律制度，细化执法标准，明确监管主体责任，发挥多主体、多举措相互配

合的作用,规范经营主体的经营行为,宣传公平竞争意识,进而实现立法、执法、司法、守法的良性配合,维护社会公共利益,恢复市场竞争秩序,遏制新型不正当竞争行为的滋生。

参考文献

- [1] 肖顺武,陈琦.互联网虚假流量行为的反不正当竞争法规制研究——兼评《反不正当竞争法(征求意见稿)》相关条款[J].杭州师范大学学报(社会科学版),2023,45(4):111-123.
- [2] 曹胜亮,罗艺源.电子商务领域好评返现行为的违法性认定[J].长江论坛,2021(6):60-67.
- [3] 黄军.网络恶意交易行为的反不正当竞争法规制——以《反不正当竞争法》修订为视角[J].竞争政策研究,2024(2):42-59.
- [4] 蓝寿荣,郭纯.论网络刷单行为的危害及法律责任[J].南昌大学学报(人文社会科学版),2018,49(3):105-111.
- [5] 李丹.网络交易虚假评价行为的反不正当竞争法规制[J].暨南学报(哲学社会科学版),2023,45(7):45-57.
- [6] 陈兵,徐文.优化《反不正当竞争法》一般条款与互联网专条的司法适用[J].天津法学,2019,35(3):34-43.
- [7] 张剑芸.刷单炒信的经济法规制[J].闽南师范大学学报(哲学社会科学版),2018,32(3):68-73.
- [8] 卢代富,林慰曾.网络刷单及其法律责任[J].重庆邮电大学学报(社会科学版),2017,29(5):26-33.
- [9] 叶良芳.刷单炒信行为的规范分析及其治理路径[J].法学,2018(3):177-191.