

电子商务平台虚假宣传的法律规制

田 甜

贵州大学法学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年7月15日; 录用日期: 2024年10月17日; 发布日期: 2024年10月24日

摘 要

随着电子商务平台成为现代购物的重要渠道, 其所带来的便利和利益是显而易见的。然而, 电子商务的迅猛发展同样伴随着诸多挑战, 其中尤为突出的是商品虚假宣传问题。电子商务平台进行虚假宣传的形式主要有三种: 虚构产品信息、隐瞒重要信息和虚假交易行为。针对电子商务平台中存在的法律规定不完善, 相关平台的管理不完善以及监督机制缺失等问题, 提出完善相关法律法规、提高电子商务平台的准入门槛、完善对电子商务平台的监管, 以实现对电子商务平台虚假宣传行为的有效规范, 从而更好地维持市场秩序、保护消费者的合法权益, 营造更加公平合理的消费环境。

关键词

电子商务平台, 虚假宣传, 消费者保护, 法律规制

Legal Regulation of False Advertising on E-Commerce Platforms

Tian Tian

Law School of Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jul. 15th, 2024; accepted: Oct. 17th, 2024; published: Oct. 24th, 2024

Abstract

As e-commerce platforms have become an important channel for modern shopping, the convenience and benefits they bring are obvious. However, the rapid development of e-commerce is also accompanied by a number of challenges, particularly the problem of false advertising of goods. There are three main forms of false propaganda on e-commerce platforms: misrepresentation of product information, concealment of important information, and false trading behaviour. In view of the imperfect legal provisions, imperfect management of the relevant platforms and the lack of supervision mechanism in e-commerce platforms, it is proposed to improve the relevant laws and regulations, raise the access

threshold of e-commerce platforms and improve the supervision of e-commerce platforms, so as to effectively regulate the behaviour of false propaganda on e-commerce platforms, promote fair and legitimate competition in the market, and safeguard the legitimate rights and interests of consumers and honest operators.

Keywords

E-Commerce Platforms, False Advertising, Consumer Protection, Legal Regulation

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

电子商务作为现代经济的重要组成部分，极大地提升了消费者的购物便利性和效率。然而，虚假宣传问题在电子商务平台上频繁出现，严重侵害了消费者的合法权益，破坏了市场的公平竞争环境。虚假宣传不仅导致消费者经济损失，还可能引发一系列信任危机，影响电子商务的健康发展。本文旨在通过深入分析电子商务平台虚假宣传的现状及其法律规制，揭示其产生的原因和影响，并提出相应的对策建议，以期完善相关法律法规提供有益参考，推动电子商务行业的规范化发展，保护消费者的合法权益，促进市场的公平竞争。

2. 电子商务平台虚假宣传的形式

2.1. 虚构产品信息

电子商务平台为了吸引消费者，常常会夸大或捏造产品的功能和性能。例如，一些保健品商家声称其产品具有神奇的疗效，可以治愈多种疾病，而实际上这些产品并没有经过科学验证，效果也远未达到宣传所称的程度。类似地，电子产品商家可能会虚构其产品的技术参数，如电池续航时间、处理器性能等，误导消费者做出购买决定。此外，一些商家会虚构产品的产地和材质，以提高产品的档次和售价。例如，将普通的国产商品宣传为进口商品，或者将普通材料的产品宣传为高档材料制作，如将普通皮革制品宣传为真皮，将合成材料宣传为天然材料。这种行为不仅欺骗了消费者，还可能导致消费者支付更高的价格购买质量并不如宣传所称的商品。不仅如此，商家可能会使用经过修饰或完全虚构的产品图片和视频来展示产品，使其看起来比实际情况更为美观和高档^[1]。例如，使用专业摄影和后期处理技术美化产品图片，或者直接使用与实际产品不符的图片和视频。这种现象在服装行业尤为普遍，使得消费者在视觉上受到误导，认为所见即所得，实际收到的产品却与商家的宣传大相径庭，导致“买家秀”不如“卖家秀”的结果。

另外，为了增加产品的可信度和吸引力，有的商家会通过虚构产品获得了相关的认证和奖项。例如，声称产品获得了某些权威机构的认证或国际大奖，而实际上这些认证和奖项根本不存在，或者是商家自行设计的虚假认证标志。这种行为利用了消费者对权威认证和奖项的信任，误导消费者认为该产品具有较高的质量和信誉。同时，为了制造产品热销的假象，一些商家会虚构产品的库存和销售情况。例如，虚构产品已经售罄或即将售罄，诱导消费者尽快下单购买，或者虚构产品的销量和好评数量，误导消费者认为该产品非常受欢迎。这种行为利用了消费者的从众心理和紧迫感，促使消费者在未充分了解产品的情况下匆忙做出购买决定。

2.2. 隐瞒重要信息

在电子商务平台上，隐瞒重要信息是虚假宣传的一种常见形式，商家通过故意不披露或模糊关键产品信息，误导消费者做出购买决策。以下是隐瞒产品重要信息的几种主要表现：

第一，商家在产品描述中故意不提及产品的缺陷或瑕疵，甚至在图片和视频中刻意避开这些问题。例如，电子产品可能存在电池续航时间短、屏幕有亮点、散热不良等问题，但商家在宣传时只强调产品的优点，完全不提及这些缺陷。消费者在购买后才发现问题，往往已经错过了退换货的最佳时机。这种隐瞒行为不仅让消费者蒙受经济损失，还可能对消费者的使用体验和安全造成影响[2]。例如，家用电器如果存在安全隐患，可能导致使用过程中出现故障甚至引发火灾。消费者在购买前无法了解到这些信息，严重侵害了消费者的知情权和选择权。

第二，一些商家在宣传产品时，故意不提及产品的真实使用效果，或者通过模糊描述让消费者误以为产品效果更好。例如，化妆品和护肤品商家可能会夸大产品的美容效果，但不提及可能的副作用或适用人群的限制。消费者在使用后发现效果不如预期，甚至可能对健康造成不良影响。这种隐瞒行为特别常见于保健品、减肥产品和美容产品等领域。商家通过夸大宣传吸引消费者购买，但实际效果往往远不如宣传所称，甚至可能对消费者的健康造成负面影响。例如，一些减肥产品可能含有未标明的药物成分，长期使用可能对身体造成损害。

第三，商家在产品描述中故意不披露或模糊产品的成分或材料，尤其是在食品、化妆品和服装等领域。例如，食品商家可能不提及产品中含有的防腐剂、色素等添加剂，化妆品商家可能不提及产品中含有的过敏原成分，服装商家可能不提及使用了低质量的合成材料。这些信息对消费者的健康和安全至关重要，但商家为了销售利益选择隐瞒[3]。这种隐瞒行为可能导致消费者在不知情的情况下购买和使用含有有害成分的产品，进而对健康造成危害。例如，食品中的某些添加剂可能引发过敏反应，化妆品中的某些成分可能导致皮肤刺激或过敏反应。如果消费者在购买前无法了解到这些信息，将会导致健康风险增加。

2.3. 虚假交易行为

在电子商务平台上，虚假交易行为多种多样，商家通过各种手段制造虚假的销售记录和评价，以误导消费者。主要表现为虚构销售数量和刷单行为。部分商家通过改变商品的单数来虚增销售量。例如，将一件商品拆分成多个小件出售，以增加销售数量。这种方式使得监管部门难以鉴定其行为是否违法，因为表面上看，交易记录是真实的。通过这种手段，商家可以制造出商品热销的假象，吸引更多消费者购买。这种行为通常伴随着其他虚假宣传手段，例如夸大产品的受欢迎程度和紧俏程度。消费者在看到高销量和热销标签时，往往会认为该产品质量可靠，性价比高，从而做出购买决定。然而，实际情况可能是这些销量数据是通过虚构手段得来的，消费者购买后发现产品并不如预期，甚至可能存在质量问题。此外，虚构销售数量还可以帮助商家在平台的搜索排名中占据有利位置。许多电子商务平台的搜索算法会优先推荐销量高、评价好的商品，因此虚构销售数量可以提高商品的曝光率，进一步吸引更多的消费者。

刷单是指商家通过支付报酬让一些人进行虚假购买，实际发出的快递只是一些低成本的小物件，从而达到增加店铺销量的目的[4]。这种行为不仅虚增了销售数据，还制造了大量虚假的好评，误导消费者。刷单行为通常涉及多个环节，包括雇佣刷单团队、虚假下单、发货和评价。刷单团队会按照商家的要求，模拟真实的购买流程，包括浏览商品页面、加入购物车、付款和确认收货。为了使刷单行为更加逼真，商家还会要求刷单人员撰写虚假的好评，甚至上传虚假的晒单图片，这严重损害了消费者的知情权。同时，刷单行为还扰乱了市场的正常竞争秩序。守法经营的商家在面对刷单商家的不正当竞争时，往往处

于不利地位，影响了市场的公平性和透明度。

3. 电子商务平台虚假宣传法律规制中存在的问题

3.1. 法律规定不完善

当前，我国对电商平台上虚假宣传的广告责任认定还不够明确。例如，法律条文中使用了“明知”等具有强烈主观性的词汇，在实际操作中难以认定电商经营者的主观故意[5]，使得一些电商经营者即使明知其行为违法，仍然敢于实施虚假宣传。在法律实践中，如何证明电商经营者“明知”其行为违法是一个难题。经营者可以辩称自己并不知情，或者将责任推给第三方，如广告代理公司或供应商。这种情况下，执法机关需要收集大量证据来证明经营者的主观故意，增加了执法的难度和成本。同时，现行法律条文对虚假宣传的定义和处罚标准较为笼统，缺乏明确的标准。执法机关在处理虚假宣传案件时往往面临困难，导致部分违法行为得不到应有的惩罚。例如，对于何种程度的虚假宣传应当被认定为违法，法律并没有明确规定。这使得在实际执法过程中，执法人员往往需要依赖个人判断，导致执法尺度不一，影响了法律的统一性和公正性。在司法实践中，缺乏具体的案例指导也使得虚假宣传案件的处理存在不确定性。法院在审理此类案件时，往往需要参考其他类似案件的判决，但由于案件情况各异，判决结果可能存在较大差异，这进一步增加了法律适用的难度。

在责任承担方面，现行法律规定如果消费者因电商经营者的不正当行为而遭受经济损失，应按照实际损失金额进行赔偿。然而，这种赔偿方式在面对网络虚假宣传时显得力不从心[6]。网络虚假宣传的经济效益高、传播范围广，造成的直接和间接损失往往难以准确量化。例如，消费者在购买到虚假宣传的产品后，不仅会遭受经济损失，还可能因为产品质量问题影响健康，甚至对整个电商平台失去信任。虚假宣传行为还可能导致更为复杂的间接损失。例如，消费者在购买到虚假宣传的产品后，可能需要花费时间和精力进行退货和投诉，甚至需要支付额外的运费和其他费用。这些间接损失在现行法律中往往难以得到充分赔偿，导致消费者的权益得不到有效保护。另外，现行法律对虚假宣传的赔偿标准缺乏明确规定，导致在实际操作中，赔偿金额往往难以满足消费者的实际需求。例如，对于因虚假宣传导致的精神损失和时间成本，法律并没有明确的赔偿标准，导致消费者在维权过程中面临诸多困难。

3.2. 相关平台的管理不完善

随着电商事业的快速发展，商品的零售模式也在迅速演变，进而衍生出众多的交易平台。在商家准入方面，电商平台通常采用自营和商品入驻相结合的形式。自营模式下，电商平台直接负责商品的采购和销售，能够对商品进行严格的质量检验，确保高品质。然而，商品入驻模式下，平台允许第三方商家入驻并销售其商品，这就带来了管理上的挑战[7]。由于商家数量众多，平台难以对每个商家和每件商品进行逐一检验和持续监管。即使在初次审核时通过了质量检验，后续的商品质量和服务水平也难以得到持续保证。一些不良商家可能会在入驻后逐渐降低商品质量，甚至进行虚假宣传，给消费者带来损失。此外，平台在防止虚假宣传、刷单等不正当竞争行为方面的监管也存在不足，导致部分商家利用这些漏洞牟取不正当利益，进一步加剧了管理的复杂性和难度。

3.3. 监督机制的缺失

对于虚假宣传平台而言，执法监督部门存在着权责不分的情况，没有对网络市场的职责进行明确分工，导致无法对网络市场监管进行有效的管控。具体来说，现阶段的监管体系中，多个部门可能同时负责网络市场的不同方面，但缺乏明确的职责划分和协调机制，导致在实际执法过程中出现推诿扯皮的现象。这种权责不清的情况不仅降低了监管效率，还使得一些违法行为难以被及时发现和处理，进一步助

长了虚假宣传的蔓延。其次，从监管策略层面分析，随着网络技术的快速发展，电商经营者开始利用先进的网络技术进行不正常的宣传，这种行为具有极强的隐蔽性。例如，一些商家通过复杂的算法和数据分析，精准投放虚假广告，使得普通消费者难以辨别真伪[8]。此外，虚假宣传的手段也变得更加多样化和复杂化，包括利用虚假评价、刷单、虚构销量等方式，进一步增加了监管的难度。政府相关部门在执法过程中，往往面临技术手段不足、信息不对称等诸多问题，难以对这些隐蔽的违法行为进行有效打击。这些问题反映出当前我国在电子商务平台监管中存在的显著不足。为了促进网络市场经济的快速发展，必须加强对电子商务平台虚假宣传的管控工作。

4. 电子商务平台虚假宣传的法律规制对策

4.1. 完善相关法律法规

面对日益复杂多变的网络环境，我国迫切需要构建一个更为全面和先进的法律体系，以应对在线电子商务平台中出现的各类问题。通过借鉴发达国家在电子商务领域的法律监管经验和策略，我们可以利用先进的网络技术来有效打击违法违规行为，确保市场竞争的公平性和公正性。例如，针对电商平台上出现的网络刷单问题，这不仅关系到税务问题，还涉及法律风险。税务部门可以利用网络技术，对电商企业申报的收入与实际缴纳税款进行对比分析。一旦发现显著差异，相关商家将面临严格的法律制裁[9]。此外，组织大规模的网络刷单活动可能违反法律规定。为了严厉打击这一行为，我国出台了《反不正当竞争法》，明确规定不得对商品的性质、销售情况进行虚假宣传，以避免欺骗消费者。监督检查部门有权责令停止违法行为，并处以 20 万元以上 100 万元以下的罚款；情节严重的，处以 100 万元以上 200 万元以下的罚款。¹

电子商务平台作为商家销售产品的重要渠道，有责任严格监管平台上的不合规行为。如果我们能够将虚假宣传的法律责任直接扩展到电商平台本身，这无疑将显著增加其违规行为的法律成本，从而在根本上减少此类事件的发生。此外，有必要适当扩大虚假宣传的定义范围，因为消费者在维权过程中所需的时间、精力和经济成本，常常超过商品本身的价值，许多消费者往往怠于维权，以至于许多商家并不担心虚假宣传的违法行为被揭露。因此，完善赔偿机制，提高虚假宣传的违法成本，对于遏制此类行为至关重要。这不仅有助于保护消费者的权益，也有助于维护电子商务市场的公平竞争和健康发展。通过这些措施，可以有效地遏制虚假宣传行为，维持市场秩序，营造更加公平合理的消费环境。

4.2. 提高电子商务平台的准入门槛

由于网络监管的难度系数增加，导致网络经营者的准入门槛较低。为了有效遏制虚假宣传行为，应提高电子商务平台的准入门槛。为此，需要平台对电商主体进行严格分析，提前说明他们应承担的责任和义务，切实做好各项保障工作。具体而言，电商平台应对商家的营业执照进行严格审核，确保入驻商家具有合法的经营资质。这不仅可以有效筛选出不具备资质的商家，还能在一定程度上提高商家的诚信度和责任感[10]。这一措施有效提高了平台的准入门槛，减少了虚假宣传的可能性。此外，平台应对商家开展宣传教育，让其形成正确的价值观。通过定期举办培训和讲座，向商家传达法律法规和平台规则，帮助他们了解虚假宣传的危害和后果。同时，鼓励商家遵守诚信经营的原则，树立良好的品牌形象。这不仅有助于提高商家的法律意识，还能增强他们的社会责任感。在商家入驻前，平台应提前说明他们应承担的责任和义务，包括遵守法律法规、保证商品质量、杜绝虚假宣传等。通过签订明确的协议，确保

¹《反不正当竞争法》第二十条第一款：经营者违反本法第八条规定对其商品作虚假或者引人误解的商业宣传，或者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的，由监督检查部门责令停止违法行为，处二十万元以上一百万元以下的罚款；情节严重的，处一百万元以上二百万元以下的罚款，可以吊销营业执照。

商家了解并同意遵守相关规定。一旦发现商家存在虚假宣传行为,平台应立即采取措施,追究其责任,并根据协议进行处罚。

为了进一步提升监管效果,平台在审核商家时,应将商家的创新力、竞争力等因素考虑在内。通过综合评估商家的经营能力和市场表现,筛选出具有较强竞争力和创新力的商家入驻。这不仅有助于提升平台的整体质量,还能促进网络市场竞争的健康发展。平台应建立健全的信用评价体系,通过消费者的评价和反馈,对商家进行动态评分和评级。对于信用良好的商家,给予更多的曝光和推广机会;对于信用较差的商家,采取限制措施,甚至清退出平台。通过信用评价体系,可以有效激励商家提高服务质量,杜绝虚假宣传行为。此外,平台可以利用大数据分析和人工智能技术,实时监测商家的经营行为和商品质量[11],及时发现和处理违规行为。通过这些对策,可以促进网络市场的健康发展,保护消费者的合法权益,维护市场的公平竞争环境。

4.3. 完善对电子商务平台的监管

为了加强对电子商务平台的监管,首先需要建立一个全面的电商经营数据监管体系。这包括利用网络层面的分析工具,如实名认证系统,确保经营数据的实时更新和准确性。监管内容应涵盖商家的注册信息、发货地点、合作物流等关键数据点,并在商家备案后实施持续的监管。通过全面而有效的数据审核,可以提升网络市场的准入门槛,有效识别并防范不法商家,为合法商家提供公平竞争的市场环境。此外,通过实名审查和证书颁发,提高商家的信誉度,鼓励他们在平台上展示自身优质形象,吸引消费者,从而净化市场环境。电商平台的信用等级对消费者选择具有重要影响。然而,消费者往往难以评估电商经营人员的信用程度。因此,相关部门应构建一个透明的商家信用等级系统和信息监管机制。

另外,为了更有效地监管电子商务平台,需要提升监管平台的科学性和透明度。这包括利用大数据和人工智能技术对商家的经营行为进行分析,提供定制化的指导和建议。监管平台应能够及时响应市场变化,根据商家的宣传活动进行科学指导,构建公平的竞争模式[12]。同时,提高信息的透明度,让消费者能够清楚地了解商家的信用状况和商品的详细信息,从而做出明智的购买决策。通过这种科学且完善的监管体系,可以促进电子商务平台的健康发展,保护消费者权益,维护网络市场的公平和诚信。

5. 结语

随着电子商务的蓬勃发展,平台的虚假宣传问题也日益凸显,成为制约电子商务健康发展的重要因素。本文探讨了电子商务平台虚假宣传行为的形式、存在的问题及其法律规制对策,发现平台监管不力和法律法规不完善是导致虚假宣传行为屡见不鲜的主要原因。虚假宣传损害了消费者的合法权益,削弱了电子商务平台的交易信用,更影响了商业环境和社会风气。为了有效遏制虚假宣传行为,保护消费者权益,维护市场秩序,必须从法律规制和平台监管两方面入手,通过法律规制、信用评价和平台监管的协同发力,遏制电子商务平台的虚假宣传行为,为消费者创造一个更加干净、透明的购物环境。这不仅有助于提升消费者的信心,促进电子商务的健康发展,也将为整个社会的诚信建设和商业文明的进步做出积极贡献。未来,随着技术的进步和监管体系的完善,我们有理由相信,电子商务平台将变得更加规范、更加安全,成为推动经济社会发展的重要力量。

参考文献

- [1] 黄桂冰. 虚假宣传行为的法律规制问题研究[J]. 福建质量管理, 2017(4): 178-179.
- [2] 徐艺. 浅谈虚假宣传行为的法律规制问题[J]. 社会科学(全文版), 2016(1): 149.
- [3] 王文敏. 反不正当竞争法中过错的地位及适用[J]. 法律科学(西北政法大学学报), 2021, 39(2): 175-188.

-
- [4] 胡立兴. 电子商务平台虚假宣传的法律规制研究[J]. 中国商论, 2021(18): 36-38.
 - [5] 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.
 - [6] 刘晓梅, 刘行星. “互联网+”法治政府建设(专题讨论之四)——网络刷单行为规制研究[J]. 黑龙江社会科学, 2021(2): 22-26.
 - [7] 刘志超. 从“诚信贷”案看我国虚假宣传的法律规制[J]. 广东经济, 2017(18): 69-70.
 - [8] 原源鲜, 黄杰. 浅析网络刷单行为法律规制的缺陷及完善[J]. 实事求是, 2020(3): 83-89.
 - [9] 王田, 董莉. 针对企业虚假广告宣传的政府监管策略研究[J]. 中国管理科学, 2021, 29(4): 179-191.
 - [10] 刘权. 网络平台的公共性及其实现——以电商平台的法律规制为视角[J]. 法学研究, 2020, 42(2): 42-56.
 - [11] 邢晶晶, 朱志宏. 网络订餐食品安全现状分析及提升办法[J]. 食品安全导刊, 2023(17): 11-13+21.
 - [12] 朱静洁. 互联网购物领域虚假宣传行为分析及其规制[J]. 商业经济研究, 2015(30): 71-72.