

# 电商经济中虚假宣传行为的反不正当竞争法规制研究

田 袁

浙江理工大学法学与人文学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年11月3日; 录用日期: 2025年11月18日; 发布日期: 2025年12月15日

## 摘 要

随着数字经济快速发展, 电商经济已成为网络平台领域竞争的重要场域, 但虚假宣传行为亦随之泛滥, 严重扰乱市场秩序并损害消费者权益。电商经济环境下, 虚假宣传呈现出手段隐蔽、形式多样、传播迅速等特征, 如虚构交易、编造用户评价、虚假营销活动及直播带货中的误导行为, 给传统法律规制体系带来挑战。2025年修订施行的《反不正当竞争法》在虚假宣传认定、平台责任及处罚机制等方面作出重要调整, 回应了网络治理的现实需求。然而, 当前法律适用仍存在标准模糊、举证困难、平台责任虚化及违法成本过低等问题。为构建公平透明的网络电商竞争秩序, 有必要进一步细化法律适用标准、完善电子证据规则、强化平台主体责任, 并通过提高处罚力度, 增强法律威慑力, 推动数字经济健康发展。

## 关键词

电商经济, 虚假宣传, 反不正当竞争法, 法律规制, 平台责任

# Research on the Anti Unfair Competition Law Regulation of False Advertising Behavior in E-Commerce Economy

Yuan Tian

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

Received: November 3, 2025; accepted: November 18, 2025; published: December 15, 2025

## Abstract

With the rapid development of the digital economy, the e-commerce sector has become a key

文章引用: 田袁. 电商经济中虚假宣传行为的反不正当竞争法规制研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 2116-2122.

DOI: 10.12677/ec.2025.14124092

battleground in the competition within the online platform industry. However, false advertising practices have also proliferated, severely disrupting market order and infringing upon consumer rights. In the e-commerce environment, false advertising exhibits characteristics such as covert methods, diverse forms, and rapid dissemination, including fabricated transactions, invented user reviews, deceptive marketing campaigns, and misleading behaviors in live-streaming sales. These practices pose challenges to the traditional legal regulatory framework. The revised “Anti-Unfair Competition Law”, effective in 2025, has introduced significant adjustments in areas such as the determination of false advertising, platform responsibilities, and penalty mechanisms, addressing the practical needs of online governance. Nonetheless, current legal enforcement still faces issues such as ambiguous standards, evidentiary difficulties, weakened platform accountability, and excessively low penalties for violations. To establish a fair and transparent competitive order in online e-commerce, it is necessary to further refine legal application standards, improve electronic evidence rules, strengthen the primary responsibilities of platforms, and enhance legal deterrence by increasing penalties. These measures will promote the healthy development of the digital economy.

## Keywords

E-Commerce Economy, False Advertising, Anti-Unfair Competition Law, Legal Regulation, Platform Responsibility

Copyright © 2025 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

互联网技术的迭代升级推动了电商经济模式的持续创新，从传统电商平台推广到直播带货、算法精准推送、AI 生成内容营销等，电商已深度渗透到生产经营各环节。然而，网络市场竞争的激烈化催生了诸多电商经济不正当竞争行为，其中虚假宣传尤为突出。“当流量成为硬通货，注意力就是生产力。”电商经营者为了谋求更多交易机会，恶意利用虚假宣传等手段，侵害行业公平竞争权，损害消费者合法权益，扰乱市场竞争秩序，严重阻碍电商经济的健康发展。北京互联网法院数据显示，2018 年 9 月至 2025 年 2 月底，该院共受理涉网络消费虚假宣传案件 6734 件<sup>1</sup>，案件数量整体呈上升态势，反映出此类行为的泛滥态势。2025 年 6 月 27 日，中华人民共和国第十四届全国人民代表大会常务委员会通过新修订的《中华人民共和国反不正当竞争法》，并于 10 月 15 日起正式施行<sup>2</sup>，此次修订回应了数字经济发展需求，进一步细化了不正当竞争行为的表现形式，完善了关于虚假宣传行为的认定规则。守门人理论认为，当某个主体居于市场或信息流通的“咽喉”位置，有能力阻止第三方违法，却坐视不理时，就应承担加重的“守门人义务”，这也成为厘清电商平台责任边界与法律定位的关键分析工具。在此背景下，研究电商经济中虚假宣传行为的反不正当竞争法规制具有重要的理论意义和实践价值。本文旨在通过系统分析电商虚假宣传行为的界定、典型表现及法律规制现状，提出完善我国相关法律体系的建议，促进市场经济有序发展。

<sup>1</sup>中华人民共和国最高人民法院. 北京互联网法院通报涉网络消费虚假宣传案件审理情况[EB/OL].

<https://www.court.gov.cn/zixun/xiangqing/459411.html>. 2025-03-17.

<sup>2</sup>全国人民代表大会. 中华人民共和国反不正当竞争法[EB/OL].

[http://www.npc.gov.cn/npc/c2/c30834/202506/t20250627\\_446247.html](http://www.npc.gov.cn/npc/c2/c30834/202506/t20250627_446247.html), 2025-06-27.

## 2. 电商经济虚假宣传行为的法律界定与典型表现

### 2.1. 电商经济虚假宣传行为的法律界定

电商经济虚假宣传行为是传统虚假宣传在电商环境下的延伸与演变。根据《中华人民共和国反不正当竞争法》第九条规定,虚假宣传行为是指经营者对商品的性能、功能、质量、销售状况、用户评价等作虚假或者引人误解的商业宣传,欺骗、误导消费者或者相关公众的行为。电商经济则是以互联网技术为核心,通过电子化手段实现商品、服务交易及相关商业活动的经济形态,与网络竞争密切相关。《网络反不正当竞争暂行规定》进一步明确<sup>3</sup>,网络虚假宣传是经营者通过网站、客户端、直播、平台推荐、热搜等网络方式实施的虚假或者引人误解的商业宣传行为,包括自身实施与帮助他人实施两种情形。综上,本文将电商经济中虚假宣传行为定义为:电商经营者利用网站、客户端、直播、短视频等网络手段,对所销售商品或服务的质量、性能、功效、销售状况、用户评价等信息作出虚假或引人误解的商业宣传,旨在获取不正当竞争优势,损害其他经营者合法权益与市场公平竞争秩序的行为。这一概念包含以下核心要素:其一,行为主体为电商平台经营者,既包括平台内经营者,也涵盖MCN机构、主播等参与电商销售的主体;其二,行为载体为互联网技术手段,包括传统电商平台、社交媒体、直播软件等各类网络媒介;其三,行为内容具有虚假性或误导性,既包括虚构事实的“虚假宣传”,也包括引人误解的“误导性宣传”;其四,行为目的具有不正当性,旨在通过欺骗、误导消费者获取竞争优势,排挤竞争对手。

### 2.2. 电商经济中虚假宣传的典型表现

#### 2.2.1. 虚构交易行为

虚构交易,俗称“刷单”,是指电商经营者通过伪造交易记录和销售数据,制造商品畅销假象的行为。这类行为不仅包括经营者自行注册虚假账号进行刷单,还包括通过专业刷单公司或“刷单炒信”平台组织大规模虚假交易[1]。虚构交易行为直接扭曲了市场信号,使优质产品在市场竞争中反而处于劣势,破坏了优胜劣汰的市场机制。虚构交易的危害不仅限于误导消费者,还扰乱了平台算法推荐机制。电商平台通常根据销量等指标对商品进行排名和推荐,刷单行为会使劣质商品获得更高排名,同时,刷单行为还产生了黑灰色产业链,一些专业刷单机构同时为多个商家提供服务,进一步扩大了不正当竞争的范围和影响。

#### 2.2.2. 编造用户评价行为

编造用户评价是指电商经营者通过虚构好评或消除差评等方式,人为操控商品信誉评价的行为。编造用户评价的危害在于其破坏了电商信誉机制的真实性。在线上交易环境中,消费者无法直接接触商品,其他用户的评价成为决策的重要参考,真实、透明的评价体系是电子商务健康发展的基石,而虚假评价则使这一机制失去效用,同时使诚信经营者的竞争力被削弱。一些经营者还通过恶意差评诋毁竞争对手,使评价体系进一步失真[2]。近年来,编造用户评价行为呈现出专业化、隐蔽化趋势,一些专业刷评团队使用不同IP地址模拟真实用户行为,使平台难以通过技术手段识别;还有的通过社交媒体群组、短视频平台等渠道进行引流,增加了监管难度。

#### 2.2.3. 虚假营销活动

电商经济中的虚假宣传行为形式多样,如“分享群聊即可免单”、“下载即领1000元红包”等营销活动。这些活动通常以诱人的条件吸引消费者参与,但实际兑现时却设置各种障碍或完全不予兑现。虚

<sup>3</sup>国家市场监督管理总局. 网络反不正当竞争暂行规定(国家市场监督管理总局令第91号) [EB/OL]. [https://www.gov.cn/gongbao/2024/issue\\_11466/202407/content\\_6963168.html](https://www.gov.cn/gongbao/2024/issue_11466/202407/content_6963168.html), 2024-05-06.

假营销活动的欺骗性在于其利用了消费者的逐利心理和互联网的传播特性[3]。这类行为不仅损害了消费者利益，还降低了社会信任水平，特别是随着短视频、直播等新型电商销售方式的兴起，虚假营销活动呈现出更强的互动性和欺骗性。一些电商经营者通过制造虚假的抢购氛围、虚构原价和现价对比、夸大促销时间紧迫感等手段，诱使消费者在非理性状态下做出购买决策。

#### 2.2.4. 直播带货中的虚假宣传

直播带货作为新兴电商模式，也成为了虚假宣传的重灾区。在直播过程中，主播常常通过虚假演示、夸大功效、虚构原产地等方式误导消费者。如景德镇市市场监管局查处的“直播带货”虚假宣传案例中，当事人在微信视频号直播销售陶瓷商品时，虚假宣传其材质、来源和曾获荣誉，而实际商品并不具备其宣传的特性<sup>4</sup>。直播带货虚假宣传的特殊性在于其实时性和互动性。主播通过话术设计，使消费者在情绪化的氛围中做出购买决定，而商品的实际质量与宣传内容严重不符。同时，直播带货通常具有时效性，证据保存困难，增加了事后维权的难度。

### 3. 电商经济虚假宣传行为反不正当竞争法规制的现状

#### 3.1. 立法规制现状

我国已形成以《反不正当竞争法》为核心，配套规章为补充的多层次立法规制体系，针对电商经济中虚假宣传行为的规制不断细化。《反不正当竞争法》是规制电商虚假宣传的基本依据，其第八条明确禁止经营者对商品性能、质量、销售状况等作虚假或引人误解的商业宣传，同时禁止组织虚假交易等帮助行为，2025年最新修订进一步完善了虚假宣传的认定标准，强化了平台责任与处罚到人制度，明确经营者不得利用数据、算法等实施恶意虚假宣传行为。“互联网专条”作为网络不正当竞争的专门条款，虽未直接针对虚假宣传，但明确禁止利用技术手段妨碍、破坏其他经营者合法经营，为规制网络电商层面虚假宣传提供了法律衔接依据。此外，《电子商务法》第三十八条明确电子商务平台对虚假宣传的监管责任、《广告法》对虚假广告的规定都与反不正当竞争法形成互补协同，形成了多维度的规制网络。

《网络反不正当竞争暂行规定》作为反不正当竞争法的配套规章，全面梳理列举了网络不正当竞争行为，明确了仿冒混淆、虚假宣传等传统不正当竞争行为在网络环境下的新表现形式，对刷单炒信、好评返现等热点问题进行规制，还突出强调了平台主体责任，督促平台企业对平台内竞争行为加强规范管理。

#### 3.2. 执法实践现状

近年来，我国市场监管部门始终将反不正当竞争执法作为重点工作，不断加大监管力度，严厉打击各类不正当竞争行为。特别是在电商经济领域，针对虚假宣传、误导消费者的突出问题，市场监管部门查处了一批具有代表性的典型案例，有效净化了市场环境。为了进一步扩大执法成效，各地区市场监管局积极通过多种渠道公开曝光反不正当竞争典型案例，包括但不限于召开新闻发布会、在官方网站发布通报等，起到了良好的警示和教育作用。与此同时，部分地方市场监管部门积极探索运用现代科技手段提升执法效能，开始引入大数据监测技术，对网络广告投放、电商平台促销活动等关键环节进行实时数据采集和分析，通过对海量网络信息进行智能筛查，能够快速锁定涉嫌虚假宣传的直播内容、短视频等，精准识别异常竞争行为。

#### 3.3. 司法实践现状

人民法院在审理涉及虚假宣传纠纷的案件过程中，其裁判标准正逐渐变得清晰和明确：首先，在虚

<sup>4</sup>江西省市场监督管理局. 江西发布一批反不正当竞争典型案例[EB/OL].  
[https://amr.jiangxi.gov.cn/amr/mtjj421/content/content\\_1875191426966036480.html](https://amr.jiangxi.gov.cn/amr/mtjj421/content/content_1875191426966036480.html), 2024-12-20.



假宣传行为的认定标准方面，各级法院普遍采纳了“一般消费者认知标准”作为评判依据。这一标准具体指的是，法院会综合考虑宣传内容的具体性、真实性以及该宣传内容对消费者交易决策所产生的实际影响，通过这种多维度的综合分析来判断相关宣传行为是否构成了法律意义上的虚假宣传。其次，在责任认定方面，法院逐步明确了平台、商家以及主播等各方在虚假宣传中的责任边界。特别是对于那些明知或应当知道存在虚假宣传行为，却未采取任何有效措施予以制止的平台，法院在判决中会明确其应当承担连带责任，以此强化平台的监管义务。最后，在赔偿数额的计算问题上，法院会参考经营者的违法所得数额或消费者的实际损失情况，来确定最终的赔偿金额，这样的做法不仅有助于弥补受害者的损失，更能有效维护市场秩序的公平与正义。

## 4. 电商经济虚假宣传行为反不正当竞争法规制的存在问题

尽管反不正当竞争法规制体系日趋完善，执法与司法实践也在不断推进，但在应对网络环境下复杂多变的电商虚假宣传行为时，仍面临诸多突出问题。

### 4.1. 法律适用标准模糊，可预期性不足

《反不正当竞争法》第八条以“虚假或者引人误解”作为核心认定标准，但网络环境中“引人误解”的判断缺乏明确的操作规范，“引人误解”的认定具有较强的主观性和个案性，不同执法机关或法院在具体案件中可能做出不同判断<sup>[4]</sup>，影响法律适用的统一性与可预期性。例如，对于“全网最低价”、“销量第一”等宣传用语，是否构成引人误解，实践中存在较大争议。缺乏统一的认定标准，也导致经营者难以准确预判自身行为的法律风险。同时，穿透竞争关系认定存在局限，传统“同业竞争”标准难以覆盖跨界电商竞争场景<sup>[5]</sup>，部分跨行业虚假宣传行为因竞争关系难以认定而逃脱规制。

### 4.2. 执法取证难，举证难度大

在电商领域的场景中，虚假宣传所涉及的电子证据呈现出易篡改和易灭失的显著特点，这些证据非常容易被不法分子通过技术手段进行篡改或者直接删除，从而使得证据的真实性和完整性受到严重威胁。电商经营者在进行虚假宣传时，往往会利用各种技术手段来隐藏其真实的IP地址、伪造交易数据和用户评价、使用虚拟身份进行操作，这些行为极大地增加了执法部门在取证过程中的难度。例如，在常见的“刷单炒信”案件中，刷单平台通常会采用加密通信技术、将服务器分散布置在不同地区等方式，以逃避相关部门的监管和追踪。现行法律对电子证据的采信标准、固定方式规定不够具体，《网络反不正当竞争暂行规定》要求平台留存记录不少于三年，但未明确电子证据的保存标准与调取程序，导致执法司法中证据固定难、采信难。此外，当事人在面对虚假宣传行为时，举证的难度也相当大，尤其是对于涉及专业技术领域的虚假宣传，当事人往往缺乏便捷有效的举证途径<sup>[6]</sup>，进一步加剧了维权难度。

### 4.3. 平台责任界定不清，监管存在真空地带

电商平台凭借对流量、数据、规则、支付等核心资源的排他性控制，已不再是单纯的“信息中介”，而是决定亿万商户能否触达消费者的守门人。电商平台、社交媒体平台作为网络空间的守门人，在防范虚假宣传中应承担何种责任？现行的法律法规虽然明确规定了平台应当履行一定的审核义务，但具体到操作层面的审核标准却显得模糊不清，这种模糊性直接导致了平台在实际操作中的责任被虚化，难以落到实处。电商经济领域的虚假宣传涉及市场监管、网信、工信等多个部门，但这些部门之间的监管职责划分并不够明确，彼此之间的协同执法机制也存在诸多不完善之处。许多平台往往以“技术中立”和“避风港原则”为借口，试图推卸自身应承担的审核责任，对商家在平台上进行的虚假宣传行为视而不见或反应迟缓，从而在无形中形成了一个监管的真空地带。

#### 4.4. 处罚力度与违法成本失衡，威慑力不足

《反不正当竞争法》针对虚假宣传行为设定了明确的罚款标准，对于一般情节的虚假宣传行为，罚款幅度为二十万元以上一百万元以下；而对于情节特别严重的情况，则处以一百万元以上二百万元以下的罚款。法律经济学中的“最优处罚理论”给出了一个简洁公式：“预期罚款 = 损害 ÷ 查获概率”只有当违法者面对的罚款大于其获得的非法收益时，惩罚才足以抵消违法动机。然而，在电商环境中，虚假宣传的违法成本相对较低，而其带来的经济利益却相当可观，这种违法成本与违法收益之间的巨大差距，导致部分电商经营者心存侥幸，屡查屡犯。特别是对于一些大型互联网企业或者通过虚假宣传获取巨额利润的经营者来说，上述罚款金额可能只是其庞大利润中的一小部分。因此，现有的处罚力度对于这些企业或个人而言，难以形成足够的威慑力，无法有效遏制其继续从事虚假宣传行为。

### 5. 电商经济虚假宣传行为反不正当竞争法规制的完善路径

#### 5.1. 健全法律规范体系，细化适用标准

在《反不正当竞争法》的未来修订中，应明确新型电商虚假宣传行为的认定标准，将利用算法、AI技术、私域流量实施的虚假宣传明确纳入规制，列举具体行为形态，避免法律滞后；还应当细化“引人误解”的判断标准<sup>[7]</sup>，采用“一般消费者认知+实质影响”双重标准，即宣传内容是否会对消费者的交易决策产生实质性影响。同时，建议最高人民法院、国家市场监督管理总局联合出台关于虚假宣传认定的司法解释或执法指南，明确“引人误解”的具体情形、判断标准和举证责任，增强法律的可操作性与可预期性。

#### 5.2. 完善证据规则，合理分配举证责任

在网络领域，应继续完善电子证据规则，明确电子证据的采信标准、固定方式与保存期限，要求平台经营者采用区块链等技术确保交易数据、宣传内容的真实性与可追溯性。建立举证责任合理分配制度，对于专业性强的技术类虚假宣传，实行举证责任倒置或减轻消费者、原告的举证负担，允许委托专业机构进行鉴定。为更好保护消费者合法权益，允许消费者针对电商虚假宣传提起集体诉讼，降低维权成本，提高维权效率。

#### 5.3. 强化平台主体责任，完善协同执法

平台作为网络交易的重要载体，应在虚假宣传规制中发挥更加积极的作用。在《反不正当竞争法》《电子商务法》框架下，应进一步明确平台对网络商家宣传内容的审核义务及未履行义务的法律责任，防止平台责任虚化。首先，平台要明确对平台内经营者的管理责任<sup>[8]</sup>，建立监控机制，及时处理虚假宣传行为，制定规则和处罚措施，对违规经营者采取限制功能、暂停服务直至终止合作等措施。其次，鼓励平台运用技术手段提升治理效能，如通过算法识别虚假交易模式、建立用户评价真实性审核机制等，同时加强与监管部门的数据共享与协作，及时报告相关情况并配合调查取证。此外，要完善平台责任追究机制，监管部门可对未履行管理责任的平台依法给予行政处罚，通过公益诉讼等追究其民事责任，区分不同情形下的责任类型，倒逼平台履行管理义务。建议构建“最小必要”的数据共享机制，明确共享数据的范围、加密标准与使用期限，建立数据共享的安全评估与责任倒查制度。

#### 5.4. 加大惩处力度，提高违法成本

新修订的《反不正当竞争法》虽然适当上调了罚款上限，但对于规模化、组织化的虚假宣传行为，仍可能难以形成有效震慑。建议应考虑调整处罚额度，实行“定额罚款 + 违法所得倍数罚款”的组合模

式,按照违法销售额的一定比例确定罚款数额,使处罚与违法所得相匹配。对于情节严重、影响恶劣的虚假宣传行为,可借鉴《消费者权益保护法》的惩罚性赔偿制度,允许消费者或检察机关提起公益诉讼,要求经营者承担惩罚性赔偿,大幅提高违法成本,增强法律威慑力。

## 6. 结论

电商经济中的虚假宣传行为严重扰乱市场秩序,损害消费者权益,是数字经济时代亟待解决的突出问题。2025年新修订的《反不正当竞争法》顺应时代发展,对虚假宣传等不正当竞争行为的规制进行了系统性完善,为维护网络市场公平竞争秩序提供了坚实的法律保障。然而,法律的生命力在于实施。当前,反不正当竞争法规制电商经济中的虚假宣传行为仍面临法律适用标准模糊、执法取证难、平台责任虚化、处罚力度不足等突出问题。未来,应坚持法治思维,以新法施行为契机,通过细化适用标准、完善证据规则、强化平台责任、加大惩处力度等多管齐下的方式,构建起全方位、多层次的规制体系。唯有如此,才能有效遏制电商经济中的虚假宣传,维护公平竞争的市场环境,保障消费者的知情权与选择权,最终促进我国数字经济的健康、可持续发展。

## 参考文献

- [1] 麦智杰,叶芷婷.论虚构网络交易行为的模式解构与规制[J].南方论刊,2021(2): 82-86.
- [2] 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.
- [3] 陈香紫,彭帅,徐慧娟,等.论电子商务中虚假宣传的对策研究[J].法制与经济,2018(4): 95-96.
- [4] 郑友德,肖昱堃.商业混淆、虚假宣传与网络不正当竞争规制如何完善?——中国《反不正当竞争法》的现代化协同与转型:《反不正当竞争法》三修十问第二至第四问[J].竞争政策研究,2025(4): 5-19.
- [5] 吴太轩.互联网新型不正当竞争案件中的竞争关系认定研究[J].经济法论坛,2017,19(2): 95-108.
- [6] 陈耿华.互联网时代消费者在中国竞争法中的角色重塑与功能再造——兼论《反不正当竞争法》的修改[J].江西财经大学学报,2018(2): 118-130.
- [7] 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.
- [8] 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.