

电商经济背景下平台虚假宣传问题的法律适用研究

陈蕊鑫

浙江理工大学法学与人文学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2025年12月15日; 录用日期: 2025年12月26日; 发布日期: 2025年12月31日

摘要

随着互联网技术的迅猛发展, 电商经济已成为社会经济中的重要组成部分, 但随之而来的虚假宣传问题亦不可避免, 且电商平台虚假宣传影响消费者合法权益。首先, 基于对实践中电商平台突显的主要问题的分析, 可以明确的是电商平台虚假宣传形式复杂多样且监管力度不足, 以及其责任认定仍具有模糊性。其次, 对电商平台虚假宣传的法律适用困境进行厘清。最后, 提出相应的法律建议和对策。对电商平台虚假宣传的法律适用和综合治理, 唯有通过完善现有的法律体系、明确平台的审查责任和加强消费者权益保障等从多个层面入手, 才能形成一个健全的法律监管体系, 为电商平台和电商经济的健康发展, 以及消费者权益的保护, 提供更加坚实的法律保障。

关键词

电商平台, 虚假宣传, 法律, 消费者权益

Research on the Legal Application of Platform False Propaganda under the Background of E-Commerce Economy

Ruixin Chen

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

Received: December 15, 2025; accepted: December 26, 2025; published: December 31, 2025

Abstract

With the rapid development of Internet technology, e-commerce economy has become an important

文章引用: 陈蕊鑫. 电商经济背景下平台虚假宣传问题的法律适用研究[J]. 电子商务评论, 2025, 14(12): 7131-7136.
DOI: [10.12677/ecl.2025.14124713](https://doi.org/10.12677/ecl.2025.14124713)

part of social economy, but the problem of false propaganda is inevitable, and the false propaganda of e-commerce platform affects the legitimate rights and interests of consumers. First of all, based on the analysis of the main problems highlighted by the e-commerce platform in practice, it is clear that the false propaganda forms of the e-commerce platform are complex and diverse and the supervision is insufficient, and its responsibility identification is still ambiguous. Secondly, it clarifies the legal application dilemma of false publicity on e-commerce platforms. Finally, it puts forward the corresponding legal advice and countermeasures. To effectively address the legal application and comprehensive governance of false advertising on e-commerce platforms, only by perfecting the existing legal system, clarifying the review responsibility of the platform and strengthening the protection of consumers' rights and interests, can a sound legal supervision system be formed. For the healthy development of e-commerce platform and e-commerce economy, it has provided more solid legal protection for the protection of consumers' rights and interests.

Keywords

E-Commerce Platform, False Propaganda, Legal, Consumer Rights

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

随着互联网技术的迅猛发展，加之智能手机的普及，电子商务平台得以发展和繁荣。现如今，电商经济已成为现代社会经济的重要组成部分。电商经济凭借其低交易成本、高流通效率和强网络外部性等优势，使得各种商品、服务和信息的交易，能够在线上进行撮合流通甚至交易。但是，电商平台作为网络服务提供者和交易撮合者，其既扮演市场秩序维护者的角色，又在商业利益驱动下参与甚至主导市场信息的传播。电商平台利用AI和大数据分析等手段，建立起推荐算法、流量扶持和信息展示位等机制。因此，电商平台的各种信息已经深刻影响了消费者的各种选择和行为。

基于此种背景，电商平台上的虚假宣传问题日益凸显。所谓电商平台虚假宣传，既包括平台自身对商品或服务的虚假宣传，也涵盖电商平台纵容或未能有效制止电商平台经营者在电商平台上发布的虚假广告、虚假评价和虚假促销信息等行为。电商平台虚假宣传不仅直接侵害消费者的知情权、选择权和公平交易权；更进一步，电商平台还通过技术中介(如搜索排序)、规则设置(如店铺等级)与商业合作(如自营与第三方商家关系)等方式，与诸多主体形成了不同的法律关系，使得传统的《广告法》《反不正当竞争法》《消费者权益保护法》在法律适用上面临新的挑战。随着电商经济的普及，虚假宣传已成为侵害消费者权益、扰乱市场秩序的顽疾。因此，在电商经济背景下，厘清电商平台虚假宣传的内涵，分析电商平台虚假宣传的成因，进一步研究法律适用问题，既具有重要的理论价值，也具有突出的现实意义。本文从法律适用角度系统梳理该问题，旨在分析实践中电商平台突显的涉及虚假宣传的主要问题，并以此为基点，探讨现行法律的适用困境，并提出相应的法律对策和建议，对于完善监管体系、指导司法实践、保护消费者权益均有积极作用。

2. 实践中电商平台突显的主要问题

电商经济日益繁荣的同时，电商平台虚假宣传的问题日益突出，给法律适用带来了更严峻的挑战。以下将详细探讨电商平台在实践中突显的有关虚假宣传的主要问题。

2.1. 电商平台虚假宣传的表现形式复杂多样

电商平台的虚假宣传行为，表现形式日益丰富且隐蔽，以下是几种主要的虚假宣传表现形式。

2.1.1. 商品虚假宣传

商品虚假宣传是指电商平台通过夸大商品功能、虚构商品特点或制造虚假的用户评价等方式，误导消费者选择和消费。常见的商品虚假宣传方式如下：一是虚假广告宣传，例如通过修改产品图片或视频，夸大产品性能或功能，某些电商平台宣传的“全网最低价”、“超高性价比”的商品，实际价格与市场常规价格相差无几，甚至超出市场平均价^[1]。二是虚假评价，为了增强产品的可信度，一些商家通过刷单或购买虚假评价等手段，制造虚假的好评，误导消费者认为该商品具备较高的质量或实用性^[2]。三是虚构商品属性，部分商家通过虚构商品的产地、成分和工艺等信息，以此用来吸引消费者^[3]，造成消费者对商品价值的误判。

2.1.2. 服务虚假宣传

服务虚假宣传主要指电商平台在服务过程中，通过虚构承诺等方式误导消费者，使得消费者对服务质量、保障措施或售后服务的内容产生误解。常见的服务虚假宣传方式如下：一是虚假承诺，例如一些电商平台或商家在产品页面上标注“30天无理由退换货”或“全国包邮”等优惠政策，但实际操作中却设置繁琐的退货流程，又或者对部分地区实行限制配送。二是隐瞒服务条款，有些电商平台或商家在服务合同或购买条款中通过“隐形”条款，故意隐瞒重要信息，或是不明确标示限制条件，以此误导消费者对服务内容的判断。

2.1.3. 价格虚假宣传

价格虚假宣传是电商平台上最常见的虚假宣传形式，商家通过虚构原价然后再设置虚假折扣等手段，造成商品价格的虚假性。常见的价格虚假宣传方式如下：一是虚构原价与折扣，例如电商平台商家标注某商品原价为500元，并推出“半价促销”，但实际上商品原价可能仅200元，此商品即便是在商家折扣后价格也高于其本来的价格，故商家只是以折扣诱导消费者消费^[4]。二是限时促销虚假宣传，一些商家在产品页面上设置“限时抢购”或“今日特价”，诱导消费者迅速下单，但这些所谓的优惠价格其实并非限时优惠，而是长期存在的标价^[5]，消费者在时间压力下就会做出非理性购买决定。

2.1.4. 广告虚假宣传

随着网络广告的多样化，广告中虚假信息的出现也逐渐增加。电商平台通过各种广告方式在各网站、手机应用和社交媒体等多种渠道传播商品或服务信息，往往难以判断其是否符合真实性要求。例如，虚假产品标签和认证，有些商家通过“官方认证”或“国际标准”等标签提升商品的信誉，但这些标签往往缺乏实际依据或没有任何法律效力。此外，还有夸大广告效果的方式，一些平台通过“明星代言”等方式，过度美化商品功能，导致消费者对商品实际效果产生不符合实际的期望。

2.2. 电商平台对虚假宣传的监管力度仍不足

目前，尽管电商平台已在某些领域加强了自我管理，推出了“商家评价系统”、“商品审核机制”等措施，但整体监管力度仍然不足。电商平台的监管机制往往基于商家自愿遵守平台规定，缺乏强制执行力。商家为了提高销量，可能故意规避平台的审核，进行虚假宣传活动。而电商平台为了追求利润，往往对这些行为采取宽松的态度，甚至在一定程度上默许虚假宣传的存在^[6]。因此，电商平台对商家的监管机制仍存在不少漏洞。虽然一些平台设有举报通道和纠纷解决机制，但由于平台审核人员和系统存在局限性，虚假宣传行为难以被及时发现和纠正。此外，平台的“流量经济”也使得平台对商家的监管往

往流于形式，导致虚假宣传屡禁不止。许多电商平台在面临虚假宣传问题时，往往选择推卸责任，强调自己仅是信息中介，而非商家的直接责任方。这种立场往往导致平台无法发挥其在整治虚假宣传中的主导作用。

2.3. 电商平台虚假宣传责任认定具有模糊性

首先，电商平台与商家之间存在一定的合作关系，商家往往利用平台的流量、营销工具和支付系统来提升销量，但电商平台自身是否应对商家的虚假宣传承担一定责任，一直存有争议。电商平台通过格式合同将自身定位为网络服务提供者，但其通过收取推广费、参与佣金分成和设定竞价排名机制等方式，已与商家的营销行为形成经济利益共同体。此种商业模式下，使得电商平台在享受流量变现红利的同时，可轻易利用法律身份的模糊性规避审查义务。在一些案例中，消费者因虚假宣传而消费，通常无法明确区分平台和商家的责任，导致维权困难。其次，平台免责条款的适用亦不规范。一些电商平台通过服务条款中的免责条款，将大部分责任转嫁给商家，而忽略了平台自身对商家行为的监管责任，致使虚假宣传行为难以得到有效监管和处理。最后，平台怠于履行其监管义务。许多电商平台对商家的虚假宣传行为置若罔闻，尽管平台有责任对商家行为进行一定的审查和监督，但在实际操作中，平台未能履行其主动监管的义务，导致虚假宣传屡禁不止。

3. 电商平台虚假宣传问题的法律适用研究

电商平台的虚假宣传不仅涉及多方利益的冲突，而且也引发了法律适用的香港问题。因此，治理平台虚假宣传问题，已经成为了电商经济领域中重要的法律议题。

3.1. 电商平台虚假宣传的法律适用困境

电商平台虚假宣传问题的突出，暴露出现有法律体系在适用上的诸多困境，主要体现在以下几个方面。

3.1.1. 法律适用的模糊性

当前，关于电商平台虚假宣传的法律规定尚不完善，存在多重法律适用上的模糊性问题。一方面，涉及《广告法》《消费者权益保护法》《反不正当竞争法》等多部法律，但这些法律条文的内容较为笼统，未能专门针对电商平台的虚假宣传行为进行细化规定，导致司法实践中对相关行为的判定标准不统一。另一方面，平台虚假宣传的表现形式多样，涉及的法律问题较为复杂，现行法律体系尚未能涵盖所有问题。

3.1.2. 责任认定标准不明

在电商平台虚假宣传的案例中，平台责任的认定常常存在较大争议[7]。目前法律界普遍认为，电商平台作为信息中介，是否应承担商家的虚假宣传责任，关键在于平台是否“知道”或“应当知道”商家的虚假宣传行为[8]。现行法律缺乏明确的规定，导致法院在处理这类案件时，往往依据不同的案件背景和事实情况，作出不同的判断。

3.1.3. 消费者维权难度大

在平台虚假宣传案件中，消费者往往面临着维权困难的问题。由于平台和商家之间信息不对称，消费者在购买商品时很难获取全面、真实的信息，尤其在虚假宣传的情况下，消费者往往在事后才发现受到了误导[9]。继而，消费者在遇到虚假宣传问题时，通常难以区分平台与商家的责任，且平台往往对虚假宣传的责任进行回避，导致消费者维权渠道的单一和复杂。

3.1.4. 法律惩戒力度不足

虽然现行法律对虚假宣传行为已有一定的惩戒措施，但从实践来看，法律的惩戒力度依然较为不足。处罚手段主要集中在行政处罚和民事赔偿方面，且大多集中于直接商家的处罚。对于电商平台的责任追究，现行法律并未给予足够的关注，这导致许多平台对商家行为缺乏足够的监管和制约，进而让虚假宣传现象得不到有效遏制。

3.2. 电商平台虚假宣传问题的法律对策

为解决电商平台虚假宣传问题，完善相关法律适用，以加强消费者权益保障至关重要。

3.2.1. 持续完善相关法律法规

一方面，要完善法律法规，加强法律适用，充分发挥监管体系的应有作用[10]。一是随着电商行业的不断发展，现有法律需要进行相应的修订和完善。针对电商平台虚假宣传问题，可以通过修改《消费者权益保护法》《广告法》《电商法》等法律，明确平台的具体责任，制定更具针对性的监管措施。同时，要建立健全的法律执行机制，加强行政执法和司法程序的有效衔接，确保虚假宣传行为能够及时得到纠正和追责。此外，在现有法律框架下，如何细化平台的审查义务，特别是在个性化推荐和数据驱动的广告推送等新型宣传手段下，平台应当如何承担责任，这亦是需要法律作出回应的问题。二是平台责任也需要被加强，电商平台应当主动承担起对商家广告宣传的审查责任，持续完善行业自律机制。平台可以通过建立更为严密的信息审核系统与机制，或是引入人工智能技术等手段，提高对虚假宣传的检测和防范能力。同时，行业协会应当加强对电商平台的自律管理，规范平台运营行为，促进行业健康发展。三是在民事审判中惩罚性赔偿制度的引入和设立，这样能够使得对主观恶意大、社会危害严重的虚假宣传行为，依法判处高额惩罚性赔偿，有关虚假宣传的重大案件，可依此产生影响广泛，结合违法所得判处数倍赔偿金额，进而形成司法威慑。

3.2.2. 加强消费者权益保障

另一方面，提高消费者维权保障亦不容忽视。政府等相关部门应当加强对消费者权益保护的宣传，告知消费者维权渠道和法律救济途径。一是可以设立专门的电商消费维权平台，简化维权流程，降低消费者维权的成本[11]。二是建立举证责任倒置规则，规定“消费者主张虚假宣传的，仅需提供购买凭证与宣传内容截图，商家需举证证明宣传内容的真实性，无法举证的承担不利后果”。三是完善群体性纠纷解决机制。法律可以扩大消费者集体诉讼的适用范围，涉及众多消费者权益的虚假宣传案件，可适用公益诉讼程序，消费者协会可代表消费者提起集体诉讼，使消费者在面对大规模虚假宣传事件时能够联合起来，共同追求赔偿权益。

4. 结语

随着电子商务的迅猛发展，电商平台经济已经成为全球商业活动中的重要组成部分。然而，随之而来的一系列法律问题，尤其是平台虚假宣传问题，已引发广泛关注。在电商经济背景下，电商平台虚假宣传深度影响着消费者的知情权和选择权。本文从电商平台虚假宣传的法律适用问题出发，分析了其在中国法律体系中的适用现状与问题，并结合电商平台的特征，提出了相应的法律解决路径和完善建议。电商平台虚假宣传问题是当前电商经济背景下的一个突出法律问题，涉及多个法律领域和多个法律主体。电商平台虚假宣传的法律治理，首先需要明确电商平台在虚假宣传领域突显的主要问题，其次是分析电商平台虚假宣传的法律适用困境，最后提出相应的法律建议和对策。唯有通过完善现有的法律体系、明确平台的审查责任和加强消费者权益保障等从多个层面入手，才能形成一个健全的法律监管体系，为电

商平台的健康发展和消费者权益的保护提供更加坚实有力的法律保障。

参考文献

- [1] 刘慧芳. 虚假弹幕“弹”走用户信任[N]. 山西日报, 2025-07-02(012).
- [2] 胡莹. 试探析电商平台刷单乱象的规制路径——以淘宝诉美名科技公司为引例[J]. 互联网周刊, 2022(1): 56-59.
- [3] 李雯. 电商平台领域“评论劫持”行为的法律规制[J]. 中国价格监管与反垄断, 2025(6): 45-47.
- [4] 童文倩. 论直播带货中虚假宣传的法律规制[J]. 中国商论, 2023(1): 124-126.
- [5] 林靖.“0 元购”“免费送”虚假宣传问题突出[N]. 北京日报, 2022-01-14(009).
- [6] 金玉. 数字经济时代电商平台虚假宣传整治的现实挑战与实践路径[J]. 改革与战略, 2025, 41(3): 156-159.
- [7] 廖慈芳, 崔家龙. 虚假发货类案件中电商平台经营者的责任界定[J]. 人民司法, 2024(30): 4-8.
- [8] 倪楠, 丁元. 电商平台经营者违反安全保障义务的“相应责任”解构——以比例连带责任为中心[J]. 上海财经大学学报, 2025, 27(4): 138-152.
- [9] 朱郭奇, 钱冬, 李文文, 等. 社交电商平台消费者忠诚建立: 对信任与满意度的再认识[J]. 管理工程学报, 2025, 39(5): 74-91.
- [10] 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.
- [11] 苏号朋. 电商平台在价格领域消费者保护义务与责任研究[J]. 中国市场监管研究, 2024(3): 37-42.