

跨境电商平台卖家好评返现行为研究

倪亮节

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2026年2月28日; 录用日期: 2026年3月10日; 发布日期: 2026年4月10日

摘要

跨境电商平台卖家的好评返现行为严重破坏市场公平, 不同经济体因法律与消费文化差异应对方式各异, 还催生出灰色产业链。本文结合跨境电商平台卖家好评返现行为现状与特征, 进一步分析其诱因, 主要是市场竞争激烈、消费者逐利、平台规则缺陷及跨境监管缺失。为破解这一难题, 需调动消费者监督力量, 推动平台技术升级以识别虚假评价, 同时加强跨境法律协作, 构建起消费者、平台、跨境法律三位一体的协同治理体系, 促进电商评价透明化与行业健康发展。

关键词

好评返现, 跨境电商, 协同治理

A Study on the Sellers' Positive Review Cashback on Cross-Border E-Commerce Platforms

Liangjie Ni

School of Law and Economics, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan Hubei

Received: February 28, 2026; accepted: March 10, 2026; published: April 10, 2026

Abstract

The positive review cashback from sellers of cross-border e-commerce platforms have seriously damaged market fairness. Different economies have different ways to cope with the differences in law and consumer culture, which has also spawned a gray industrial chain. Based on the status quo and characteristics of cross-border e-commerce platform sellers' positive review cashback, this paper further analyzes its incentives, mainly including fierce market competition, consumers' profit-seeking, platform rules defects and lack of cross-border supervision. In order to solve this problem,

it is necessary to mobilize the power of consumer supervision, promote the upgrading of platform technology to identify false evaluations, strengthen cross-border legal cooperation, build a coordinated governance system of consumers, platforms and cross-border laws, and promote the transparency of e-commerce evaluation and the healthy development of the industry.

Keywords

Positive Review Cashback, Cross-Border E-Commerce, Collaborative Governance

Copyright © 2026 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

近年来,我国跨境电子商务发展潜力巨大,需要坚持其可持续发展。卖家的好评返现行为是威胁可持续发展的挑战之一。虽然国际上对“好评返现”是否属于不正当竞争尚无统一回答,但多数经济体倾向于将其视为不正当竞争或欺骗性商业行为[1]。约束跨境电商平台卖家的好评返现行为不仅能维护平台的公平竞争环境,保护消费者权益,同时提升平台的信誉和用户体验。因此,研究跨境电商平台卖家的好评返现行为对中国的电子商务市场的可持续发展具有重要意义。

2. 跨境电商平台卖家好评返现行为现状与特征

近年来,跨境电商平台卖家通过好评返现操纵评价的案例屡见不鲜。以亚马逊平台为例,2021年爆发的大规模“封号潮”中,超过3000个中国卖家账户因涉嫌操纵评论(包括好评返现)被封禁,涉及帕拓逊、泽宝等头部大卖,经济损失超千亿元¹。另一典型案例发生在速卖通平台。2023年,俄罗斯消费者联盟曝光了部分中国卖家利用“好评返现”操纵评价的行为:卖家通过私信向俄罗斯买家发送“写15字以上好评+晒图,返现200卢布”的邀约,导致大量商品评分虚高,误导后续消费者。该事件引发俄联邦反垄断局介入调查,最终对相关卖家处以销售额1%的罚款。²

跨境电商平台普遍存在的“好评返现”现象,通常是商家利用提供现金返还、优惠券或者积分这类经济激励方式,引导消费者在完成交易之后给出商品正面评价。此类行为从最初的隐蔽操作慢慢发展成公开化的营销策略,被众多商家有系统地用来提升商品销量排名。概括来说,跨境电商平台卖家好评返现行为具有以下几点显著特征:

2.1. 利益诱导的多样化策略

跨境电商平台上的卖家为了躲避监管而设立的好评返现机制,如今已经形成了一套运作模式,而且这套模式高度体系化,这种机制的关键特点是运用了多种利益诱导手段[2]。它有即时现金返还、电子礼品卡这类能带来短期收益的方式,还包括折扣券、会员积分等带有延期性质的权益,甚至借助分阶段返现以及VIP等级制度来实现对用户的长期维护。这样的双重激励机制,因为精准地抓住了消费者的心理,能契合他们当下获取利益的需求,又能营造出持续参与的预期,有效提升了诱导效果。

¹案例来源:21世纪经济报道 <https://www.21jingji.com/article/20210901/herald/166c47d474ae02ffa6659e475492979d.html>。

²案例来源:俄罗斯《生意人报》 <https://www.kommersant.ru/>。

2.2. 隐蔽化操作与跨平台协作

为达成操作隐蔽性，交易主体借助技术分层策略对核心环节加以隔离。先是利用电子化传输替换实体介质，把动态二维码和频繁变更的跳转域名相结合构建反追踪机制，接着运用隐喻性表达以及宗教文化符号建立语义屏障，更关键的是构建了跨平台协同体系，也就是把电子商务平台当作流量枢纽，依靠社交媒介达成交易闭环，借助第三方支付工具进行资金转移，形成有监管规避特性的生态网络。该机制在空间层面达成操作环节的解耦，在时间维度上凭借设置 30 天追评激励以及积分累计兑换等规则，将离散交易行为转变为持续性互动模式。

2.3. 地域与文化适应性包装

差异化地域适应性策略提升了商业体系的渗透效能。在监管严格的欧美市场，主要运用虚拟礼品卡与独立站积分系统等合规化运营模式；在东南亚及拉美等新兴市场，保留货到付款并采用现金支付等传统交易方式。文化维度上，把斋月慈善礼包与节日红包概念等本土文化元素融入营销策略，消解了目标市场消费者的心理防御机制。支付渠道也实现精准本土化配置，华语区重点对接支付宝支付系统，印度市场深度整合 Paytm 等本地主流支付平台，构建起完整的区域性商业生态闭环[3]。

2.4. 技术工具与多场景融合

随着反制措施不断发展，技术工具已深入商业运营流程，API 自动发券系统逐渐取代人工操作，客户关系管理系统可实时监控用户评价进度，境内运营团队与海外仓储协同运作可有效规避 IP 监测机制。最新发展情况显示，该现象呈现出跨场景融合特点。直播营销话术里有返现诱导，会员积分体系与评价激励机制相互关联，以及跨境服务提供商还推出了全流程的“一体化解决方案”。

当下跨境刷评行为已然发展成为一个融合了消费者心理认知、数字化技术应用以及区域差异化策略的复合型系统，此现象与电商平台监管机制不断进行博弈，正促使全球电子商务领域呈现出一种新型发展态势，即监管规则重构以及技术迭代升级同步深入发展。

3. 跨境电商平台卖家好评返现的诱因分析

随着跨境电商快速发展及竞争日益激烈，跨境电商平台卖家借助好评返现来获取好评的商业行为变得日益常见，此现象改变了消费者购物决策方式，还对电商平台评价系统带来挑战。跨境电商平台卖家的好评返现行为本质上是信息不对称环境下委托代理关系的扭曲[4]。本文引入委托代理理论与平台经济学理论构建跨境电商平台卖家好评返现的诱因分析框架：

3.1. 市场竞争压力

在全球电子商务朝着一体化方向不断发展的大背景之下，跨境贸易的经营者们普遍遭遇了一种市场困境，那就是用户流量方面存在着十分激烈的竞争状况，面对产品同质化竞争所带来的难题，有一部分电商从业者更加倾向于采取短期激励措施，以此来对运营数据指标加以改善；基于用户评价的奖励机制，因为比较高的投入产出效率，得到了广泛的采用。依靠设计出合理的微额奖励方案，便可有效地促使消费者去完成高质量评价行为，提升商品在平台推荐算法里的排序优先级，这种运营策略在短期内可提高商品转化效率，而且还可以为新兴品牌构建起市场竞争的壁垒，在电商平台信用评价体系还没有成熟的运营初期阶段，对于快速建立消费者信任机制是格外有利的。

机器学习算法支撑的国际电商平台智能分发系统，借助搭建商品推荐度跟用户反馈数据的紧密关联机制，形成了动态流量分配体系。在该机制影响下，跨境数字贸易参与者被卷入“评价维度货币化”特

征的恶性竞争循环。部分运营主体为获取竞争优势，把原本提升用户体验的售后激励策略变成数据污染工具，有目的地引导用户生成有倾向性的评价内容，实际上构成了对平台推荐算法的逆向操控。这种异化的数据驱动运营模式，使得商业信誉评估体系出现了系统性偏差，还严重破坏了平台生态的信任基础，一方面，用户评价的客观参考价值大幅降低，另一方面，跨境交易信用体系稳定性受冲击，新进入市场的品牌要承担更高的信任重建成本。

3.2. 消费者心理影响

研究显示，好评返现现象的产生以及扩散机制和消费者心理特征有着密切联系[5]。从行为经济学角度剖析，逐利的动机使得一些消费者为了得到经济利益而参与这类活动，就算他们实际的消费体验并没有达到预期的水准，依然会倾向于去撰写虚假的正面评价。社会心理学里的从众效应也是一个关键的影响因素，当潜在购买者看到商品积累了大量好评时，容易产生“群体智慧”的认知偏差，提高对该商品质量的主观评价以及购买意愿。

一些消费者在进行决策时，或许会呈现出非理性的认知特点，倾向于把在线评论当作核心的决策参考依据，这样的信息处理模式大多时候致使他们对产品客观属性出现系统性的忽视，反而过度关注评价系统的表层指标，这种决策偏误在客观层面为商家施行评价操纵策略营造了条件，形成了如“好评返现”等市场异化行为的扩散机制。

3.3. 平台评价机制缺陷

当下跨境电商平台的评价体系在机制设计方面存在着明显不足之处，这便为“好评返现”这类不正当评价行为的扩散营造出了制度性的条件。展开来说，现有的评价系统一般运用过度简化的量化指标以及形式化的文字评价当作商品质量的评判标准。这种单一维度的评价模式在操作时有较高的可操纵性，很难客观全面地呈现商品的实际品质情形。更为关键的是，平台方在虚假评价的识别技术、监管机制以及违规惩戒措施等方面依旧存在系统性的缺陷，使得其对“好评返现”等违规行为的治理效能遭受了严重的限制。

当前已有研究显示，一些平台的评价排序机制存在缺陷，主要体现为过度倚重好评数量指标，却忽视了评价内容的质量方面。这样的设计问题使得商家在经营策略上倾向于追求评价数量而非质量，由此产生了许多内容重复且参考价值不大的低质量好评；更糟糕的是，平台的用户身份验证机制不够完善，部分商家可以借助创建虚假账号来人为操控评价系统。这种机制漏洞极大地降低了消费者评价信息的参考价值，还对平台内商家的公平竞争秩序造成了系统性的损害。

3.4. 法律监管不足

当前跨境电商行业针对好评返现行为的法律规制体系存在明显不足。从立法方面来说，现行的法律规范在对好评返现行为进行定性的标准以及处罚措施上，都缺少系统的制度安排，这样的立法空白给部分商家施行此类不正当竞争行为提供了机会。在国际监管方面，因为各个国家的法律体系存在差异，跨境协同监管机制的构建遭遇了实质性的妨碍，很难形成有普遍约束力的统一监管标准。当前法律监管体系所面临的核心困境在于执法效能出现弱化情况，具体呈现为：虽然部分国家和地区已经制定法律来禁止好评返现行为，然而受到执法资源配置不够充足的限制，实际被查处的案例仍然是比较少见的。这样的执法缺位现象在客观上提高了商家的机会主义倾向。另外消费者权益救济机制存在缺陷，多数消费者就算识别出了违规行为，也大多时候会因为维权过程存在高成本以及复杂性而不得不放弃投诉。上述这些制度性缺陷共同形成了好评返现行为持续扩散的监管真空区域。

4. 跨境电商平台卖家好评返现行为的协同治理对策

4.1. 消费者监督共治

消费者应当主动拒绝参与任何形式的好评返现活动，不因小额返现或优惠券撰写违背真实体验的评价，同时通过平台内置举报通道、跨境消费维权专线或社交媒体曝光违规商家，提供包括聊天记录、返现卡片在内的有效证据。面对跨境商家的诱导行为，消费者可联合发起集体投诉或跨国诉讼以提升维权效率。在消费决策中需保持理性判断，优先选择带有“Verified Purchase”等真实购买标识的商品，警惕异常低价陷阱，并撰写深度评价聚焦商品质量、物流时效等核心体验。跨境消费者教育工程需同步推进，通过多语言法律指南普及《反不正当竞争法》等法规知识，开展线上技能培训教授虚假评价识别与跨国维权方法，逐步构建消费者主动监督与真实反馈的良性循环。

4.2. 平台技术革新

在技术层面，跨境电商平台可部署的基于深度学习的多模态虚假评价识别模型。该模型融合自然语言处理与图像识别技术：首先，利用 BERT 预训练模型对评论内容进行语义分析，识别“返现”“好评有礼”等诱导性关键词及其变体(如谐音、符号替代)；其次，通过卷积神经网络对用户上传的图片进行检测，识别返现卡片、微信二维码等违规图像；最后，结合用户行为特征(如短时间内连续好评、IP 关联异常)构建异常评分系统。

同时，跨境电商平台可设计一种依托多语言自然语义处理模型的实时监测机制，借助识别评价内容里“返现”“返利”这类诱导性词汇，再联合区块链技术达成交易记录和评价数据的可信存证，以此保障数据链的完整性以及可追溯性。为切实遏制违规行为，应系统搭建动态信用评分体系，针对频繁参与返现交易的买卖双方执行账号降权处理，还可凭借优化评价体系引入视频评价、长期追评等多维评价方式，降低短期文字好评的权重占比。在处罚机制的设计方面，采用阶梯式惩戒方案，针对经核实的跨境好评返现行为施行覆盖商品下架、保证金扣除直至店铺清退等分级处罚举措，并且凭借公示处罚结果提高威慑效应，平台借助流量倾斜、佣金减免等激励政策支持诚信商家发展。在国际合作层面，提议构建跨境电商平台数据共享机制，达成违规商家黑名单互通，并且开设多语言举报通道，逐步解决跨国维权遭遇的障碍问题。

4.3. 国家立法协同

要切实解决当下存在的突出问题，构建多维度协同治理体系很有必要。司法方面，立法机构首先要完善相关法律法规，把处罚条款细化，为监管执法给出明确依据；市场监管部门要联合海关部门开展专项检查，着重针对跨境包裹里的返现宣传材料进行抽查，对违规主体进行全链条追溯，保证执法有实效。信用监管方面，要把涉事企业信息录入全国信用信息公示平台，采取信用惩戒措施，像限制融资贷款和政府采购资格，以此提升企业违规成本。国际合作层面，建议和主要贸易伙伴国建立双边治理机制，推动 APEC、WTO 等国际组织把禁止好评返现纳入数字经济国际规则体系；借助驻外使领馆设立跨境消费维权服务站，给海外消费者提供权益保障服务；还应引入国际第三方检测机构开展商品质量匿名抽检，把检测结果实时公示在商品展示页面，提高消费透明度；鼓励消费者组织定期发布高风险电商平台预警信息，构建政府监管与社会监督相结合的多元共治机制，最终让市场秩序实现规范化发展。

5. 结束语

当下治理跨境电商平台卖家好评返现这种混乱现象，已然成为社会各界重点关注的话题。此问题若能得到有效解决，对达成经济高质量发展有着相当关键的战略意义。本文借助系统剖析跨境电商平台卖

家好评返现行为的现状、特点，找出了一些关键问题，有多元化的利益诱导机制、隐蔽化的跨平台协作模式、基于地域文化差异的包装策略，以及技术工具在多种场景下的创新应用等。要推动跨境电商行业持续发展，迫切需要建立多方协同治理机制，展开来说，要构建囊括消费者监督参与、平台技术升级、国家立法保障的综合治理体系，凭借整合技术创新、政策协调、消费者意识提高以及行业自律等多方面要素，突破传统单一治理模式的局限，最终达成平台企业、政府部门、消费群体以及行业协会的协同联动，为跨境电商的规范运营营造有利条件，促使全球数字贸易体系长期稳定发展。

参考文献

- [1] 常广庶, 刘少卿. 大数据背景下跨境电商信用管理体系建设研究[J]. 征信, 2024, 42(4): 50-56.
- [2] 冯素丽. 网络购物好评返现行为的规制路径分析[J]. 法制博览, 2024(17): 22-24.
- [3] 李倩, 陈育郎. 网购好评返现行为的法律规制研究[J]. 理论观察, 2025(2): 119-123.
- [4] 刘仕贤, 李佳薇, 陈玉梅. “好评返现”行为的反不正当竞争规制路径研究[J]. 中国物价, 2024(11): 60-65.
- [5] 钱辰. 诱导评论行为治理困境及对策[J]. 经济研究导刊, 2023(22): 41-43.