

经济法视域下网络虚假宣传行为法律规制问题研究

刘持瑞

华北理工大学人文法律学院, 河北 唐山

收稿日期: 2025年5月26日; 录用日期: 2025年6月13日; 发布日期: 2025年7月17日

摘要

在互联网技术蓬勃发展的今天, 电子商务交易范围也日益扩大, 已逐渐开始形成一个完整的市场体系, 但市场竞争日益激烈, 很多网络交易经营者为了谋求更多的交易机会, 不惜采用网络虚假宣传等违法手段, 不仅侵害了消费者和其他网络经营者的正当权益, 一定程度上也扰乱了公平竞争的市场环境, 因此有必要采取有效措施规制网络虚假宣传行为。笔者在总结现有法律法规的基础上, 就网络虚假宣传行为进行了系统分析, 对网络虚假宣传行为的概念以及特征进行了深入剖析, 并就现阶段我国规制网络虚假宣传行为的过程中所存在的一系列问题提出了一些完善建议, 以期为促进我国的市场经济健康有序发展贡献一份力量。

关键词

网络虚假宣传, 法律规制, 不正当竞争, 消费者权益保护

Research on the Legal Regulation of Online False Propaganda Behavior from the Perspective of Economic Law

Chirui Liu

School of Humanities and Law, North China University of Science and Technology, Tangshan Hebei

Received: May 26th, 2025; accepted: Jun. 13th, 2025; published: Jul. 17th, 2025

Abstract

With the vigorous development of Internet technology today, the scope of e-commerce transactions is also expanding, and has gradually begun to form a complete market system. However, the market competition is increasingly fierce. Many online transaction operators are willing to use illegal

means such as false online propaganda in order to seek more trading opportunities, which not only infringes the legitimate rights and interests of consumers and other network operators, but also disturbs the market environment of fair competition to a certain extent. Therefore, it is necessary to take effective measures to regulate false online propaganda. On the basis of summarizing existing laws and regulations, the author conducted a systematic analysis of online false advertising behavior, deeply analyzed the concept and characteristics of online false advertising behavior, and put forward some improvement suggestions on the series of problems existing in the current process of regulating online false advertising behavior in China, in order to contribute to the healthy and orderly development of China's market economy.

Keywords

False Advertising on the Internet, Legal Regulation, Unfair Competition, Consumer Rights Protection

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

当前数字经济的背景下，尤其 2020 年后受公共卫生事件影响，电子商务、网络直播等新型市场营销模式以其便捷高效、交互性强等优势而备受欢迎，然而每一枚硬币都有两面，当下网络虚假宣传乱象频发，如知名主播李佳琦曾在直播间销售某款美容仪并夸大其功效，对产品进行了易引人误解的商业宣传，最终该主播受到行政处罚，其公众形象也随之坍塌。现如今，虚假宣传行为属于不正当竞争领域最为典型的行为之一，不仅损害了广大消费者的知情权等合法权益，而且排挤同一行业其他经营者并对市场正常经营秩序造成了严重破坏。

尽管 2017 年我国《反不正当竞争法》中针对网络经营主体在网络平台上的虚假宣传行为的治理问题做出了修订，《广告法》等特别法也作出了相关规定，但目前对网络虚假宣传行为的监管，我国相关立法并没有太多体现，尚不能对这一领域形成有效监管，这一现实困境亟需解决方案。这一法律漏洞使得一些无良网络经营者通过虚假宣传推销商品并获取巨大收益，而诚信经营经营者因遭受损失不得已便退出网络平台，受骗的消费者也不再信任网络市场，这一恶性循环严重破坏了网络市场秩序[1]。显而易见，健康良好的网络环境不仅有助于维护消费者、经营者的合法权益，而且对网络平台的平稳运行也有很大促进作用。

2. 关于网络虚假宣传行为的概念界定及相关法律规定

2.1. 关于网络虚假宣传行为的概念界定

经过分析发现，我国最早是在《反不正当竞争法》中对“虚假宣传”的内涵进行了规定。概念界定上，显著变化是从最初的“引人误解的虚假宣传”到后来采用“虚假或引人误解的商业宣传”这一描述，其中的变化可以看出虚假宣传的适用范围发生了扩大，这种扩大是出于对网络虚假宣传行为的民事责任规范的细化及消费者合理信赖利益保护的初衷[2]。此外，无论是《民法典》《广告法》还是《电子商务法》都认为网络宣传行为是商品或服务经营者借助于广告或其他形式，对商品或服务作出虚假宣传的行为，这是现阶段立法层面较为统一的行为标准，且这种虚假宣传行为必须足以使消费者产生错误理解。

随着网络信息技术的迅速发展,网络虚假宣传行为相较于一般的虚假宣传行为体现出行为主体更广泛、行为表现形式更复杂、隐蔽性更强、传播范围更广等特征。笔者认为,网络虚假宣传行为指的是平台经营者等民事主体通过互联网这一平台,对其销售的产品或服务的主要特点、功效等做虚假或引人误解的商业宣传活动以便更快得达成交易,并且损害消费者、其他市场经营主体的合法权益以及破坏公平有序的竞争市场秩序和竞争环境的行为。

2.2. 关于网络虚假宣传行为的现有法律规定

现阶段我国对网络虚假宣传行为尚无特别法进行规制,还需要对普通虚假行为的一般法律规定作出扩大解释并适用于网络虚拟空间,目前司法实践中主要有以下几部法规对网络虚假宣传进行了规制:

(1) 《中华人民共和国反不正当竞争法》中对网络虚假宣传行为的法律规定

2017年底,全人常根据社会发展需要,对《反不正当竞争法》有关内容进行了部分修订,有利于国家更好地实现对虚假宣传等不法行为的打击。第一,进一步补充了有关《广告法》虚假宣传部分的内容。针对虚假广告的概念界定与《广告法》的规定相统一,并且对不法经营者的罚款数额上也做出相同规定以实现同步[3]。除此之外,本法还进一步明确,“发布虚假广告的,依照《广告法》的有关规定处罚”。这些条文不仅强调了与《广告法》的不同之处,也更好地衔接并回应了《广告法》相关规定;第二,为了有效规制虚假宣传行为,对存在该行为的商家加大处罚力度。原《反不正当竞争法》规定进行虚假宣传的经营者需缴纳20万元以下的罚款数额,然而随着人们生活质量和收入水平的提升,这一罚款数额对于实施虚假宣传的商家所获收益来说犹如九牛一毫,不法商家仍不惜代价铤而走险继续实施虚假宣传行为,实务中发现无法起到惩戒效果,于是2017年《反不正当竞争法》的修订中将处罚数额由20万元以下变更为20万元至100万元这一范围区间。同时如果情节严重,如存在多次实施虚假宣传行为、违法所得数额较大等情形,实施虚假宣传行为的经营者将面临需缴纳100万元以上200万元以下罚款的严重后果[4]。此外,增加的条款是,有关部门可以吊销商家营业执照,避免不法经营者存在被处以罚款后继续实施虚假宣传的侥幸心理;第三,进一步强调了虚假宣传行为的法律后果。第八条作出规定,经营者实施的虚假宣传行为只有对消费者造成了诱导并欺骗后,才能构成虚假宣传行为,如果其实施的虚假宣传行为被消费者一眼识破或消费者并未因其虚假宣传行为遭受诱导或欺骗而蒙受损失,这时经营者就不构成虚假宣传行为;第四,对现实生活中的虚假宣传行为作出了回应。由于法律具有一定滞后性,随着网络技术的不断普及,实践中出现了其他种类的虚假宣传行为,如电商平台“刷单炒信”、“虚构交易”等现象,《反不正当竞争法》第八条对此进一步作出规定,经营者不得对商品的销售数据、用户评价等内容造假,也不可购买人力进行刷单、刷信誉等[5]。第五,如前文所述,对虚假宣传行为的范围进行了重新界定,即不仅包括易引人误解的虚假宣传行为,还包括虚假的、不真实的宣传信息,这种变化有助于更全面得保护消费者合法权益。

(2) 《中华人民共和国广告法》中关于网络虚假宣传行为的法律规定

在信息化逐渐普及的今天,广告领域中的虚假宣传形式也愈发多样化,此前制定的法律已无法适应当前时代的需要。鉴于此情况,为了更好地治理新型虚假宣传行为,全人常对《广告法》先后进行了两次不同程度的修改[6]。然而,囿于法律的滞后性特征,现有的《广告法》规定仍有不完善之处,如其中的部分规定较为粗糙,并未对网络虚假宣传行为作出细致性的规定,尚不能针对违法行为进行精准打击与规制;由于网络虚假宣传行为主体十分广泛、传播范围较广,现阶段负责广告登记与档案管理的人手不足,导致无法对这一领域实现有效监管。

(3) 《中华人民共和国电子商务法》中关于网络虚假宣传行为的法律规定

《电子商务法》概括规定了电子商务领域存在的反不正当竞争行为,主要有以下几种:虚假宣传行为

(包括虚假广告、制造虚假交易)、商业混淆行为、侵犯商业秘密行为、诋毁竞争对手的商业信誉行为、不正当有奖销售行为、电子商务贿赂行为等。《电子商务法》第八十五条规定,电子商务经营者违反规定,销售的商品或者提供的服务不符合保障人身、财产安全的要求,实施虚假或者引人误解的商业宣传活动等不正当竞争行为,故意滥用对市场的支配地位,或实施侵犯知识产权、侵害消费者权益等行为的,依照有关法律的规定处罚。这时就可以参考《反不正当竞争法》有关规定进行处理[7]。

(4) 《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》关于网络虚假宣传行为的法律规定

该《办法》只是提纲挈领地规定了部分条文,然而缺乏可操作性。从内容上看,不仅规定了网络经营者对消费者的个人信息有保密义务,还进一步规范了网络交易平台提供者的义务,要求网络平台加强监管,制定相关规章制度,及时处理消费者的投诉和建议信息,对平台经营者发布的广告等信息尽到最大限度的审查义务,从而有效治理网络商品及服务提供者的不法行为[8]。早在2017年,我国立法机关就《反不正当竞争法》的内容进行修订之前,该《办法》就已经对当时网络上存在的问题诸如营造虚假交易量、恶意评价商品等不法行为进行了规制,这也是当时执法部门对不法分子进行处罚的主要依据。

3. 当前我国对网络虚假宣传行为进行规制的过程中存在的主要问题

3.1. 立法方面存在的问题

3.1.1. 缺乏系统性的规制网络虚假宣传行为的法规

目前我国网络市场的经济发展尚处于初期阶段,还未形成互联网行业领域的行业标准和交易习惯,且缺乏相应的立法经验和标准,同部分欧美发达国家相比,我国的立法体制尚不健全。现阶段,我国还未正式出台对网络虚假宣传行为进行规制的专门性法律法规,只是零散分布在《反不正当竞争法》《广告法》等法律文件中,这些法律文件分别从不同角度对此进行了规定。新修订的《广告法》虽然对网络虚假宣传行为进行了较为细致的进一步区分,但在治理网络虚假宣传乱象方面仍然缺乏具体的可行性标准,而且针对违法经营主体的规定不够全面,并未把进行网络宣传的主体全部包含在内,所以具有一定的局限性,社会实践中的可操作性也不够强[9]。上述最典型的几部法律对网络虚假宣传行为的规定太过分散而不够集中,因此可操作性和实践性不强,不能较为系统地对网络虚假宣传行为进行规制。

3.1.2. 对不法经营者的处罚力度偏弱

如前文所述,尽管2017年作出修订的《反不正当竞争法》已经对实施虚假宣传行为的商家加大了惩罚力度并提高了处罚金额,但其间的自由裁量幅度范围却很大,并未针对不同的虚假宣传行为根据严重程度规定具体处罚金额,从这个角度上看存在处罚力度偏弱的问题。《广告法》虽然也加大了处罚力度,但在细则中规定对违法主体处以违法所得三倍以下罚款,对于无违法所得者处以一万元以下罚款。这一规定对于网络销售量大的经营者来说,由于需缴纳的处罚金额较小,不足以震慑不良经营者,无法有效规制网络上的虚假宣传行为。

3.2. 执法方面存在的问题

3.2.1. 具体执法部门的职责界定不够明确

我国负责监督不正当竞争行为的行政机关不仅有监督监察部门,还有工商行政管理部门,这样既可以对行政部门的权力加以制约,又可以在广大消费者权益受到侵害时为其提供多种救济路径,然而也存在着弊端。例如,实务中在治理某一网络虚假宣传行为时,不同的部门对同一案件都有一定的管辖权,存在交叉关系,导致执法机关对案件的管辖权界定不够明晰[10]。如对查封、扣押等具体执法行为并没有规定具体行政执法机构,这就很容易导致执法延迟,使得违法分子容易利用这一法律漏洞转移非法财产

以逃避法律责任。

3.2.2. 现阶段执法部门在网络技术领域专业性不足

网络上的虚假宣传行为不同于传统的虚假宣传行为，具有自身的独特性和多变性。然而，工商行政管理部门主要负责本区域内的行政管理事项，网络信息技术水平远远落后于时代发展需要，不能有效治理网络虚假宣传行为。网络虚假宣传方面的执法工作包括网络监管、取证等内容，可见这一过程的完成需要配备相应的专业技术人员，而当前执法部门存在专业技术人员缺失的问题，这也是当前工商行政管理部门执法效率低下的关键原因。

4. 关于我国网络虚假宣传行为法律规制方面的完善建议

网络虚假宣传行为严重侵犯了广大消费者的知情权等合法权益，一定程度上亦打击了消费者通过互联网平台进行交易信心，如果不及时对网络虚假宣传行为加以有效规制，网购行业的发展将会面临一大瓶颈。对此，笔者提出了以下四点建议。

4.1. 进一步完善我国网络虚假宣传方面的立法

随着网络的不断发展，网络虚假宣传行为层出不穷且朝着愈来愈精细化方向发展，这就要求每个领域都应有相应的法律法规，如果没有系统性的法律法规规制不同的网络虚假宣传行为，将导致法律体系愈发混乱，治理难度也随之加大，可见对相关的法律制度进行完善是规制网络虚假宣传行为的重要手段。笔者认为，我国可以借鉴其他国家的立法经验，取其精华弃其糟粕，根据我国国情对症下药，针对不同的网络虚假宣传行为进行相应的立法工作，这是治理网络不正当竞争的基础和前提^[11]。如德国就以成文法形式在反不正当竞争法中将现实生活中的通过网络实施的虚假宣传行为分门别类逐一进行列举，网络服务提供者也承担了一定的法律职责与义务。现阶段，我国还需对网络虚假宣传行为进行进一步的细化、分类，加大惩戒力度，构建系统性的法律规制体系。

4.2. 对各个执法部门的执法权限和职责予以明确

由于网络虚假宣传往往跨区域进行，传播的范围很广，而工商行政管理部门通常进行区域性管理，难以确定具体的不法行为发生地，给行政执法工作带来很大阻力。因此，立法者应当进一步明确规定各个执法部门的职责，做到有法可依，进而完善执法工作的细节性问题。同时，敦促各个部门通力合作，实现资源共享，共同致力于网络虚假宣传行为的监管工作，并设立严格的责任体系，避免各部门间互相推诿责任的情况发生。

除此之外，鉴于执法部门在网络技术领域不具有较强的专业性，执法部门也要配备专门的技术人员进行网络监控，根据不同的方向细化其分工，须经培训合格后才能上岗，以此实现精细化管理的目的，提高行政执法效率。

4.3. 加大对网络经营者的教育引导和消费者权益保护的力度

在社会公众层面，加强社会舆论监督和道德教育，引导网络经营者参与市场竞争的过程中遵循自愿、公平、平等和诚信原则，积极履行法定义务，并承担相应责任，有效遏制不良风气的蔓延趋势，严惩网络虚假宣传等不正当竞争行为，使网络经营者能够依靠产品质量、服务水平和技术创新等因素参与市场竞争，从而有效保障消费者合法权益并提高市场效率。与此同时，加强消费者权益保护和教育引导，使消费者能够获取真实可靠的信息，鼓励消费者理性消费，提高其自我保护意识和网络素养，避免购买到不符合自身需求、质量低劣甚至有害于自身健康的产品；提高消费者维权意识，使消费者对网络虚假宣

传行为积极投诉举报,以主人翁的姿态参与到构建良好的网络交易秩序的过程中来。

4.4. 构建行业组织与网络交易平台经营者的联合监管体系

一方面,监管部门要积极履行监管义务,行业组织内部各主体间互相监督,规范网络经营者的宣传行为,提高其自律意识,加强商业道德建设,在行业组织内部建立相互监督举报模式,经营者同行业组织联合监管可以提高对网络虚假宣传行为的监管效率和治理效果;另一方面,由于网络平台的交易量高,仅仅依靠监管部门往往无法实现对网络虚假宣传行为的监管[12]。网络交易平台作为提供信息的主要媒介,是网络经营者销售商品、提供服务的重要渠道,监管部门可以为网络交易平台设定一定的监管义务,鼓励平台参与到虚假宣传行为的监管活动中来,使平台积极制定规制不法行为的规章制度,一旦发现虚假宣传的违法行为,应及时处理,规范经营者的行为,以维护其他经营者的合法权益,打造清朗的网络空间。由此可见,凝聚各方力量有利于搭建高效的协同监管体系。

5. 结语

在互联网技术水平飞速发展的今天,网络的虚拟性、时效性和传播性等特征都体现出网络空间领域与一般的物理空间有很大的不同,我们在享受网络给我们的生活带来极大便利的同时,也要重视网络虚假宣传行为的弊端并应采取相应措施予以规避。本文在经济法视野下对网络虚假宣传行为进行了界定并对现阶段我国针对网络虚假宣传行为的法律规制方面存在的问题进行了剖析,从法律制定、法律适用和社会公众等层面提出了一些建议,以期对我国的法制建设工作和促进市场公平竞争起到一定的积极作用。

参考文献

- [1] 杨爽. 论网络虚假宣传行为的法律规制[J]. 中阿科技论坛(中英文), 2020(10): 186-189.
- [2] 刘恒. 网络直播带货中虚假宣传行为的法律规制研究[D]: [硕士学位论文]. 绵阳: 西南科技大学, 2024.
- [3] 谢晓俊. 虚假宣传不正当竞争行为的认定[J]. 人民司法, 2022(8): 96-100.
- [4] 丁国峰, 蒋淼. 我国网络直播带货虚假宣传的法律规制——兼评《禁止网络不正当竞争行为规定(公开征求意见稿)》[J]. 中国流通经济, 2022, 36(8): 29-39.
- [5] 李晓菲. 经济法视域下网络虚假宣传行为法律规制研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 东北农业大学, 2022.
- [6] 陈禹璇. 网络虚假宣传行为法律规制研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 吉林财经大学, 2022.
- [7] 李菊. 互联网直播虚假宣传法律规制研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 中国政法大学, 2022.
- [8] 浦萌迪. 经济法视域下直播带货虚假宣传的法律规制[J]. 中国价格监管与反垄断, 2023(2): 36-38.
- [9] 施天奇. 网络直播带货虚假宣传问题法律研究[D]: [硕士学位论文]. 哈尔滨: 黑龙江大学, 2023.
- [10] 费中秋. 一起虚假宣传案违法所得的认定分析[J]. 中国价格监管与反垄断, 2022(3): 63.
- [11] 孔祥俊. 论新修订《反不正当竞争法》的时代精神[J]. 东方法学, 2018(1): 64-80.
- [12] 孟雨. 16 部门开展“网剑行动”打击网络虚假宣传[J]. 计算机与网络, 2020, 46(22): 12-13.