

经济法视域下“网络刷单”行为的法律规制研究

戚秋艳

华北理工大学人文法律学院, 河北 唐山

收稿日期: 2025年9月8日; 录用日期: 2025年9月18日; 发布日期: 2025年10月11日

摘要

在数字化浪潮的强力推动下, 电子商务产业呈现出蓬勃兴盛、高歌猛进的发展态势。然而在这片繁荣景象的背后, “刷单”问题却悄然滋生、频繁发作。它破坏了公平竞争的市场原则的同时, 其虚假的数据和评价误导了消费者的决策, 损害了消费者的合法权益, 降低了消费者对电商平台的信任度。因此, 本文紧密聚焦于“网络刷单”行为这一核心议题, 展开深入系统的研究与分析。通过大量的数据调研、案例剖析以及法律条文解读, 得出如下结论: 尽管政府部门高度重视“网络刷单”问题并采取了一系列强有力的打击与规制措施, 我国刷单行为的整体规模有所下降。但随着技术的不断进步和监管的加强, “网络刷单”者也在不断变换手法, 新的“刷单”方式如雨后春笋般不断涌现, 其隐蔽性更强、手段更加复杂多样, 这无疑给监管部门带来了巨大的挑战, 使得打击难度日益增大。从长远来看, 要彻底根治“刷单”这一顽疾, 治理工作依然任重而道远, 需要政府、企业、社会各方形成合力, 共同构建一个健康、有序、诚信的电子商务经营环境。

关键词

网络虚假宣传, “网络刷单”行为, 法律规制

Research on the Legal Regulation of “Online-Brushing Orders” from the Perspective of Economic Law

Qiuyan Qi

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

Received: Sep. 8th, 2025; accepted: Sep. 18th, 2025; published: Oct. 11th, 2025

Abstract

Driven by the powerful wave of digitalization, the e-commerce industry has exhibited a thriving and rapidly advancing development trend. However, beneath this prosperous facade, the issue of “fake

ordering (brush sales)” has quietly proliferated and recurred frequently. It not only undermines the principles of fair competition in the market but also misleads consumer decision-making through false data and reviews, thereby infringing upon consumers’ legitimate rights and interests and eroding their trust in e-commerce platforms. Therefore, this article closely focuses on the core issue of “fake ordering (brush sales)” behavior, conducting in-depth and systematic research and analysis. Through extensive data research, case studies, and interpretation of legal provisions, the following conclusions have been drawn: Despite the high priority given by government departments to the issue of “fake ordering (brush sales)” and the implementation of a series of robust measures to combat and regulate it, the overall scale of such behavior in China has declined. Nevertheless, with continuous technological advancements and strengthened supervision, practitioners of “fake ordering (brush sales)” are constantly evolving their tactics. New methods of “fake ordering (brush sales)” have emerged like bamboo shoots after a spring rain, featuring greater stealth and more sophisticated techniques. This undoubtedly poses significant challenges to regulatory authorities, making the task of crackdown increasingly difficult. From a long-term perspective, to completely eradicate the persistent problem of “fake ordering (brush sales),” governance efforts still have a long way to go. It requires the joint efforts of the government, enterprises, and society as a whole to jointly foster a healthy, orderly, and trustworthy e-commerce business environment.

Keywords

False Advertising on the Internet, Brushing Behavior, Legal Regulation

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. “网络刷单”行为概述

(一) “网络刷单”行为的基本概念

“网络刷单”是一个电商衍生词。即指店家付款请人假扮顾客，用以假乱真的购物方式提高网店的排名和销量获取销量及好评吸引顾客。“网络刷单”一般是由买家提供购买费用，(买家先垫付，卖家及时返还本金和返点)帮卖家的网店购买商品提高销量和信用度，并填写虚假好评的行为。“网络刷单”的出现与发展离不开电商行业的发展，近年来，以“淘宝”、“京东”、“天猫超市”为代表的电商平台异军突起，逐渐形成了“三足鼎立”的局面，与此同时“拼多多”、“抖音商城”、“小红书”也逐渐兴起，网购和电商平台的竞争越来越激烈。线上购物相较实体店选购，体验感较差，因此电商平台的用户评价就成为了消费者进行比较、挑选服务和商品的主要途径与方法。在当前电商平台的搜索排名中，产品的销量和评价的权重占据了很大的比重，销量高、评价好的产品在平台上的搜索排名也会更高，这也导致了销量不高、店铺信用不高的店铺很难被消费者发现，很多新的店铺在经历了短暂的激动之后，很快就被淹没在了众多的店铺之中，再也没有人知道他们的存在。如何在众多的商户中脱颖而出，提升商品和店铺的曝光率，提高商品的交易量，就成了许多商人心中的一大难题。

在此背景下，“网络刷单”行为应运而生，很好地契合了商家和电商平台的需求。“网络刷单”现在俨然已经形成了一条较为完备的产业链。以下是“网络刷单”行为的基本步骤：商家、“网络刷单”组织、刷手、快递企业等都是套完整的“网络刷单”活动过程中不可或缺的一环，已经形成了一条结构完整、组织严密的灰色产业链。商家通过“网络刷单”机构替客户贴“单子”、“任务”，商家设置刷手账号以及购买步骤的具体要求，“刷手”会根据商家的要求，制作出一份任务书，然后在QQ群、微信

群聊、甚至是微博等即时网络聊天平台上发布,让平台里的刷手在接到订单后,假装自己是一名消费者,选择一家放单的线上商店,根据该商店的指示,购买了一种特定的产品或者是一种服务,当商家接到了订单之后,并不是真正的发货,而是由快递和物流公司通过输入虚假的发货信息、发空包等手段来模拟真正的发货,而刷手则会根据自己的需要确认收货并给予商品一定字数的好评,完成上述操作后刷手将会获得订单金额以及佣金。至此整个过程便会结束,在这种重复的过程中,卖家可以积累出更多的虚假评价,从而达到快速提升产品的销量、提升店铺的信誉度的目的,因此这种行为又被称为“刷信誉”和“炒信”[1]。

(二) “网络刷单”行为的类型

1) 按是否要求预付资金的不同,可分为预付款和远程付款两种

所谓的预付款,就是持卡人在购买一件商品的时候,必须先支付一定的金额,然后再支付一定的费用,然后再支付一定的费用,直到收到了满意的评价,才能收到手续费。远端订单是指买家在购买店铺的货物时,无需自己先垫付资金,而是由卖家以遥控方式进行支付,当货物被确认后,再支付佣金。

2) 虚假交易“拍A发B”

近几年,有些不法分子为了规避监督管理,盲目追逐流量和虚假口碑,对“网络刷单”炒信进行了“包装升级”,与传统的“自刷”、雇请“刷手”等方式不同,通过邮寄小礼物、小礼物代替订单,构成了“拍A发B”的交易方式,看似与普通的消费活动相似,但却极具欺骗性和隐蔽性。但不管这些非法的手段多么“合法”,它们的实质都是虚假交易,最终都会被“火眼金睛”看穿。

3) 礼品单和话费两种。

礼品单是在刷手按照规定拍照支付之后,卖家会将包含礼物的快件寄到刷手手中,用礼物代替佣金。话费单就是顾客按照自己的要求拍照,然后在顾客的信息栏里填写自己的电话号码,等刷手付钱后,卖家就会把电话号码充进比订单价值更高的电话号码,以此来取代收银员的提成。

2. “网络刷单”行为的法律关系与性质认定

(一) “网络刷单”行为的法律关系

众所周知,“网络刷单”行为这个词语本身并不是一个法律术语,仅仅是一种与商业有关的社会现象,但与此同时它也属于法律事实的范畴,它的产生、运行与发展各环节势必会涉及法律关系。法律关系包括主体、客体和内容三个要素,要想弄清楚“网络刷单”行为到底包含了什么法律关系,就必须逐一列举出“网络刷单”过程中所涉及到的相关主体,其中包括经营者(商家)、消费者(买家)和“网络刷单”组织。从经营者与消费者(即商家与买家)角度来看,“网络刷单”行为首先是属于消费者与经营者之间基于真实的意思表示达成买和卖的合意,在线上网购平台订立线上买卖合同这一普通民事法律行为的范畴,因此从这一角度来看“网络刷单”行为主要涉及合同法上的买卖合同法律关系。但与此同时,在签订合同的时候,“网络刷单”这一行为本身又是不合法的,这会让其他消费者的合法权益很容易被侵犯。为防止和规制这一现象又有必要利用经济法的协调和监督作用,通过国家手段对消费者的利益进行协调,来保护消费者的权益,在这个维度上“网络刷单”行为又涉及经济法上的消费者权益保护法律关系[2]。

从经营者与经营者之间的关系来看,商家为了提高竞争力获得利润,不惜利用“网络刷单”来获得大量好评这一虚假的产品知名度与性价比,以此来提高销售量,获取大量的非法利润,从而损害了其他合法运营的经营者的利益,因此“网络刷单”行为具有扰乱正常的竞争秩序的重大危险,因此,在经营者之间,“网络刷单”是一种经济法上的反不正当竞争的法律关系。站在运营商和“网络刷单”组织的角度来看,它们之间存在着一种相辅相成的利益关系。商家为了利润和利益,利用“网络刷单”的方式来提高自己的销售和信用等级,而“网络刷单”组织通过为商家提供“网络刷单”服务获得报酬,从而使两

者自然而然地融合在了一起，并达成了一种协议。但是，因当事人对第三人进行恶意串通，对第三人造成损害，与《民法典》第 153 条的强制性规定相违背，应认定为无效合同，因此两人的合同关系并不受法律的保护。

（二）“网络刷单”行为的性质

1) 违法性

前面已经提及，从经济法的视角来看，“网络刷单”行为的出现，导致了经济法上的消费者权益保护法律关系、反不正当竞争法律关系，这两种经济法律关系都是由市场监督管理部门对市场监管案件的经济行为进行监督的。由于“网络刷单”行为违背了经济法的相关规定，“网络刷单”破坏了正常的市场经济秩序，因此存在着一种保护法律关系，从这一点来看，“网络刷单”是违法的。下面就从这两种具体的经济法律关系出发，来具体探讨其违法性。

首先是商家与消费者之间的关系。商家(即经营者)与消费者基于双方的买卖合意达成买卖协议，并履行交付货款与给付商品或服务的义务，这原本属于普通的民事法律关系范畴。然而，从经济法的视角审视，“网络刷单”这一行为明显违背了经济法中“经济法主体利益协调”的基本原则。在归属于经济法分支的《消费者权益保护法》中，明确规定了“保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，促进社会主义市场经济健康发展”的立法宗旨。其中，确保消费者的知情权是至关重要的一点，这包括但不限于对产品、服务、店家质量、评价、价格等信息的真实性与客观性的保障。2022 年，最高人民法院发布了《最高人民法院关于审理网络消费纠纷案件适用法律若干问题的规定(一)》。该规定明确指出，虚假“网络刷单”、刷评、刷流量等合同均属无效。最高人民法院民事一庭庭长郑学林进一步阐释，《司法解释》中明确规定，对于以虚构交易、虚构点击量、编造用户评价为目的的虚假行为，人民法院应依法予以否定其效力，以此引导企业规范经营。这里需要澄清的是，通过司法解释，实际上是明确了“网络刷单”行为的非法性和无效性，而非合法性和有效性。同时，郑学林庭长也强调，“网络刷单”是《电子商务法》《消费者权益保护法》等法律所明文禁止的行为。这一禁令旨在维护网络平台的安全和消费者的利益。一旦触犯，相关行为主体将会受到法律的制裁。

从商家与商家之间涉及的反不正当竞争关系来看，“网络刷单”行为亦是违法的。“网络刷单”行为使得投机取巧、不诚实的商家利用非法手段获得虚假的好评与宣传，以此获得了暴利；而兢兢业业、诚信经营的店家却因为缺少“好评”而惨淡经营，长此以往不仅侵犯了消费者的知情权等合法权益，更侵害了其他经营者的权益以及正常、公平的市场环境。因此违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》中的“公平、诚信”原则和《网络交易管理办法》中所规定的“网络经营者、有关服务经营者销售商品或者服务不得利用网络技术手段或者载体等方式，从事以虚构交易、删除不利评价等形式，为自己或他人提升商业信誉的不正当竞争行为。”“网络刷单”行为俨然是一种不正当竞争行为，显然具有违法性。

2) 犯罪性

前文已经提到，“网络刷单”行为主要涉及民法中的合同以及经济法，这一结论是基于买卖合同关系与消费者权益保护、反不正当关系而得出来的。但是，随着电子商务与互联网大数据的发展，“网络刷单”行为逐渐开始与刑法挂钩，主要是经济类和互联网犯罪。下面介绍一个相关案例：2024 年 4 月，申屠某某、刘某某因给电商平台商家提供刷单服务，制造虚假数据误导消费者，犯非法经营罪分别获刑四年六个月、五年二个月。6 月 18 日，杭州市余杭区人民检察院启动公益诉讼立案调查，指出积极寻求刷单的商家未受处罚，虚假信息仍影响消费者。7 月 17 日，余杭区市场监管局对 16 家刷单量及佣金较高的商家立案调查，收缴罚款 14.5 万元，对 43 家刷单量和佣金较少的商家，依法要求平台删除记录、下架商品[3]。“网络刷单”也成为了越来越多诈骗的“幌子”。很多人都被几块、十几块的蝇头小利所骗，最终被骗几万甚至是十几万。

3. “网络刷单”行为法律规制存在的不足

(一) 理论层面

1) 法律规定过于笼统且位阶较低

在《中华人民共和国反不正当竞争法》和最高法院相关的司法解释颁布出台之前，关于“网络刷单”行为一直缺乏明确的法律规定。在此之前，《管理办法》将其定性为不正当竞争行为，《处罚办法》将其定性为经营者的虚假宣传行为。但这些部门规章位阶低于法律，且受地域性限制比较大，并不具有较强的普适性，长久以来，对“网络刷单”行为无准确、严厉的规制让“网络刷单”组织与商家钻了法律漏洞的空子，使得这种违法行为得到了迅速地发展与蔓延，最终形成了完备且根深蒂固的灰色产业链。前文所提到的22年最高法颁布的《规定》虽明确“虚假‘网络刷单’、刷评、刷流量合同无效”，但也只是明确了“网络刷单”行为所订立的买卖合同无效，明确其不受法律保护，但并未规定对“网络刷单”组织者、实施者、商家这一系列群体实施怎样的处罚措施；《反不正当竞争法》是18年才出台实施，其颁布的时间具有一定的滞后性，且其二十条规定“经营者违反规定进行虚假商业宣传，包括自己宣传与引导、组织他人协助宣传的要经过监督检查部门履行一定的程序，确认其确实存在上述行为，才能对其实施责令停止违法行为与罚款”，这一规定看似比较严谨且细致，但存在一个漏洞那就是这一措施针对线上平台收效甚微[4]。线上网购平台相关证件与资料信息查找起来格外繁琐且缺乏相关渠道，主要依赖被害人自己的举报，因此存在较大的弊端。

2) 市场信用缺失，社会征信体系有待建设

自从改革开放以后，我国的市场经济发展迅速，在取得了巨大的成绩的同时，也带来了许多社会问题，其中最突出的就是社会信用问题，这就是社会信用记录严重缺失，市场信用严重缺乏，社会信用体系还没有建立起来。社会信用体系尚不健全，对诚实守信的人缺乏足够的激励，而对缺乏诚信的人却没有足够的惩罚，这就导致了诚信体系的瓦解。我国目前还没有建立起一个以诚信为本、以诚信为本的社会风尚。以“网络刷单”行为为例，“淘宝”、“京东”等电商平台经常会看到几万甚至是几十万的销量，好评量也是居高不下，但展开评论区甚至是收到实际的商品后会发现存在严重的质量问题，消费者在评论区附上真实的评价，但也仅限于此，由于社会征信体系尚不完备，这些虚假宣传的商家并不会被纳入失信体系受到相应的惩罚与规制，更有甚至相关真实的评价还会被经营者删除，正因为市场信用的缺失，“网络刷单”之风才会迅速蔓延，成为行业久治不愈的顽疾、挥之不去的影子[5]。

(二) 实践层面

1) 产生原因纷杂混乱

由于电子商务的特殊性和复杂性，使得“网络刷单”行为的产生有多种原因。首先，由于“网络刷单”获利丰厚，且进入门槛很低，导致了此类违法行为的发生。网上商店因其特有的经营形态，使消费者在某种程度上需要通过销售量和评价等电子信息来判断产品的好坏，但这类信息很容易被篡改。另一方面，有的商家出于宣传自身的需要，尤其是在新店开张的时候，由于“没有‘网络刷单’就没有流量和业绩”，商家很难被顾客看见，因此就产生了通过“网络刷单”来提升自己的知名度的念头。从现在的情况来看，很多没有经验的大学生、家庭主妇都加入了进来，他们的理由是，“网络刷单”不需要太多的专业知识，也不需要太多的设备，只需要几台电脑，一条网络，就可以开始工作，所以，他们并没有意识到这样做的风险很大[6]。其次，由于电商平台上的商家太多，管理人员很难对所有的商家进行监控，现有的管理模式很容易让不法分子钻空子。比如，当前大部分的电子商务平台都没有建立起良好的信誉评估体系，这就导致了“网络刷单”现象在市场上造成了很大的冲击，从而为犯罪分子提供了可乘之机。

2) 打着“网络刷单”的幌子行诈骗之实

经过这几年的发展，“网络刷单”方式发生了相应的转变，不再是传统的“卖家-‘网络刷单’组织-快递公司”这一模式，而是与诈骗挂钩。实施“网络刷单”诈骗的犯罪分子对外宣称，参加“网络刷单”不但能返还购买商品的货款，而且还能获得一定的提成，实际上是以非法占有为目的，骗取别人的金钱。一开始，骗子们会给出一小笔钱，让他们上当，等他们相信了，提高了价格之后，骗子就会带着钱跑路，让他们损失惨重。被骗的人少则数十元，多则数万，多则几十万。因为“网络刷单”诈骗的犯罪成本很低，并且隐藏得很好，再加上参与这一犯罪活动本身就是一种违法的行为，因此，当遇到这类诈骗的人遭受到经济上的损失时，往往很难得到救济[7]。

4. “网络刷单”行为法律规制的建议举措

(一) 推进行业立法，构建电子商务行业法律体系

为更好地规范“网络刷单”行为，处理新出现的问题与情况，离不开在现有的法律制度下健全有关的法律法规，除了提升立法层次之外，更关键的是，加快对电子商务产业的专门立法，逐步构建和健全电子商务的法律制度。唯有如此，才能走出当前对“网络刷单”等新问题的法律规制处处处于被动局面，以适应电子商务的发展“刚需”。当前，我国的电子商务行业立法滞后、空白点多、法律法规非常不完善，这对电子商务迅猛发展的步伐造成了很大的制约，也妨碍了它的科技创新。要想与电子商务的发展趋势保持一致，就必须要对其进行全面的法律法规进行立法和规范，并采取国家立法和地方立法相结合的办法，制定出多层次的法律法规，使之早日建立起完善的电子商务法律体系[8]。

(二) 明确“网络刷单”行为主体责任

当经营者实施的网络虚假宣传涉及多种违法行为时，应首先承担何种责任，这是我们在制定相关法律法规时要考虑的一个问题。一般而言，我们可以从两个层面进行思考：一是法的价值实现。法律的宗旨在于保护受害者，承担的责任不同，直接保护的主体也就不一样，例如，民事责任是保护个人的财产，而其他责任则是以保护整个市场和社会整体为目标，由于网络上的虚假宣传给被侵权人带来伤害要明显重于给国家带来的影响，而且，往往这种不法行为会给被侵权人带来巨大的损失，如果不优先解决民事责任的话就没有办法及时为被侵害者挽回损失，这样就不能有效地保障被侵害人的合法权益。第二，对不同的赔偿义务所采用的救济手段也不尽相同，民事责任的承担方式主要是赔偿或者补偿，而对市场秩序的保护却有各种途径。可以通过吊销营业执照和罚款等方式来实现对经营者的行政处罚，进一步通过拘役和有期徒刑等手段来追究其刑事责任。总之，在网络虚假宣传中，存在着多重侵权责任，应以保护受害者的利益为第一位，即对侵权人的侵权责任承担优先权[9]。

(三) 电商平台设立专职部门，严厉打击“网络刷单”行为

有句话叫“十店九刷”，可见“网络刷单”问题有多严重，“网络刷单”的范围有多广。因此，加强对电商平台的自律与监管，明确其在《电子商务法》和《个人信息保护法》框架下的协助义务与责任分层，显得尤为迫切和必要。

1) 建立健全内部监管机制：电商平台应设立专门的廉政或合规部门，负责监督平台内商家的经营行为，特别是针对“网络刷单”等不正当竞争行为进行重点打击。该部门应具备独立的调查权和处理权，确保监管工作的有效性和权威性。

2) 明确协助司法义务：根据《电子商务法》的相关规定，电商平台在接到有关刷单等违法行为的举报或线索时，有义务及时受理并展开调查。一经查实，应立即将涉嫌违法的商家信息和相关证据提交给司法机关，积极协助司法机关进行查处。

3) 强化信息保护与透明度：在打击刷单行为的过程中，电商平台应严格遵守《个人信息保护法》的规定，确保在收集、使用、处理商家和消费者信息时，遵循合法、正当、必要的原则，保护个人隐私和数

据安全。同时,平台应增加信息透明度,定期公布刷单行为的查处情况,接受社会监督[10]。以淘宝为例,其设立廉政部门的目的是专门打击那些与“网络刷单”机构合作,获取巨大利润的商家,与此同时监察部需要及时公布获取的举报地址,淘宝廉正部门在接到相关通知后要第一时间受理,一旦被证实,就会第一时间将所有涉嫌“网络刷单”的人和相关的证据提交给司法机关,这样才能有效地遏制“网络刷单”的不良风气,提升平台的公信力和权威性。

参考文献

- [1] 咸喜涛. 从经济法角度论刷单行为法律规制之完善[D]: [硕士学位论文]. 济南: 山东大学, 2019.
- [2] 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, 2023.
- [3] 浙江省消保委“2024年度浙江省消费维权十大典型案例”[Z]. 2025.
- [4] 胡洋. 反不正当竞争法视角下网络刷单行为的规制研究[D]: [硕士学位论文]. 黄石: 湖北师范大学, 2024.
- [5] 赵致哈. 大数据时代下虚假流量的危害性体现及治理路径[J]. 互联网天地, 2022(1): 20-25.
- [6] 韩如雪. 平台经济下刷单炒信行政监管的挑战与应对[J]. 内蒙古科技与经济, 2021(4): 48-50+53.
- [7] 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.
- [8] 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.
- [9] 黄金鑫. 网络刷单行为的竞争法规制研究[D]: [硕士学位论文]. 黄石: 哈尔滨商业大学, 2024.
- [10] 孙道萃. 网络不正当竞争犯罪的司法巡思与立法应对[J]. 华南师范大学学报(社会科学版), 2019(5): 142-153+192.