

电商平台虚假宣传行为的诱因与规制路径

陈昕蔚

武汉科技大学法学与经济学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2026年7月24日; 录用日期: 2026年8月6日; 发布日期: 2026年9月8日

摘要

随着电商经济的迅速发展, 呈现出传统场景与新型场景并存的经济新形式, 但这一领域中的虚假宣传行为在多种因素的结合作用下频频发生。传统电商中以虚假价格、夸大功效、刷单好评为主, 直播电商、跨境电商等新业态中则表现为隐蔽性更强的伪造进口资质等形式, 严重破坏市场公平竞争秩序、侵害消费者合法权益。在经济层面上, 平台流量的竞争导向、商家逐利心理、消费者冲动消费等构成核心诱因。法律层面上, 主要是现有法律条款滞后于电商新业态发展, 责任划分模糊以及消费者维权存法律代价大等问题。为破解上述困境, 我们应该一方面强化虚假宣传的经济约束、完善诚信经营激励机制。另一方面细化法律规制条款、明确各方主体责任, 优化消费者维权机制。两方面协同推进, 促进电商行业的健康与优质发展。

关键词

电商经济, 虚假宣传, 经济诱因, 法律规制

Incentives for False Promotion on E-Commerce Platforms and Regulatory Paths

Xinwei Chen

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

Received: July 24, 2026; accepted: August 6, 2026; published: September 8, 2026

Abstract

With the rapid development of the e-commerce economy, a new economic pattern has taken shape in which traditional scenarios and emerging scenarios coexist. Yet false promotion in this field occurs frequently under the combined effect of multiple factors. In traditional e-commerce, such

文章引用: 陈昕蔚. 电商平台虚假宣传行为的诱因与规制路径[J]. 法学, 2026, 14(9): 101-107.

DOI: 10.12677/ojls.2026.149261

misconduct mainly takes the form of false pricing, exaggerated product efficacy, and fake transactions and reviews; in emerging business forms such as live-streaming e-commerce and cross-border e-commerce, it appears in more concealed ways including the forgery of import qualifications. These practices severely undermine the order of fair market competition and infringe upon the legitimate rights and interests of consumers. Economically, the core incentives include the traffic-driven competition orientation of platforms, the profit-seeking mentality of merchants, and impulsive consumption among consumers. Legally, the prominent problems are that existing legal provisions lag behind the development of emerging e-commerce formats, the division of legal liabilities is ambiguous, and consumers bear high legal costs in rights protection. To resolve the above dilemmas, efforts shall be made to strengthen economic constraints on false promotion and improve incentive mechanisms for honest operation. Meanwhile, legal regulatory provisions should be refined, the liabilities of all relevant parties clarified, and consumer rights protection mechanisms optimized. The coordinated promotion of the two dimensions will facilitate the sound and high-quality development of the e-commerce industry.

Keywords

E-Commerce Economy, False Advertising, Economic Incentives, Legal Regulation

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

随着时代的迅速发展,数字经济已成为我国经济增长重要动力。目前,我国电商经济已经催生出多种业态且交易规模持续走高,但因为其自带的虚拟性、跨地域与信息不对称等属性,在交易中催生出各种各样的虚假宣传行为并不断演化出新形态,例如传统电商中多见的虚构原价、夸大功效、刷单刷评,直播电商依托实时互动产生主播虚假荐证、伪装中立测评带货等误导手段,严重扰乱市场公平竞争秩序。当前我国已出台《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国电子商务法》(后文简称《反不正当竞争法》《电子商务法》)等法律法规搭建起一个基础的规制体系,市场监管部门也在不断打击虚假宣传的行为。根据法律工作者的实践经历以及学者的研究,电商平台虚假宣传行为屡禁不止的根源在于,平台、商家、主播多方责任划分模糊以及消费者维权举证难、成本高、渠道不畅等问题。在此现实前提下,本文整合市场经济逻辑与法律法规的短板,对比我国的短板借鉴域外的优秀经验,分析虚假宣传的多层诱因与治理缺陷,从经济约束、法律完善、维权优化、社会共治几个层面构建系统的规制路径,力求精准打击电商平台的虚假宣传行为,维护绿色市场环境。

2. 电商平台虚假宣传的现状

依托电商平台进行虚假宣传行为层出不穷,是电商经济发展过程中必须直面的核心问题,其严重阻碍电商经济的发展。想要精准打击此类虚假宣传行为,保护消费者的基本权益,首先需要分析理解好虚假宣传行为的现状,找到打击这一现状的具体突破点。

2.1. 电商平台虚假宣传行为的具体方式

在传统电商场景中,商品价格方面的虚假宣传是最为常见的形式,商家通过先涨价后降价、虚构原价、限时秒杀等方式营造出价格优惠的假象,消费者很容易被这种优惠吸引进行冲动消费。面对电商行

业的流量竞争和低价竞争,这种虚假价格宣传的方式可以帮助商家吸引流量进而实现盈利目标。此外,商品功效方面的虚假宣传也十分普遍,广泛存在于美妆护肤、食品保健、家居家电等领域,消费者防不胜防。商家夸大甚至虚构产品的功效,利用电商交易远程性使得消费者辨别能力降低的特点,诱导消费者下单购买。最后,虚假好评与刷单行为也成为传统电商虚假宣传的重要方式,商家通过雇佣刷单团队、给予消费者好评返现等方式,制造虚假的高销量和高评价,进而提高消费者的信任度。以上的种种行为违背市场丝毫不顾及市场交易应该遵循的诚实信用原则,加剧市场信息的不对称,破坏了电商平台良好的营业环境,进一步固化了虚假宣传的生存空间。

在电商新业态领域,虚假宣传的形式则更加隐蔽且多样。在目前火热的直播电商中,主播通过各种各样的噱头来虚假夸大产品功效、虚构销量数据、虚假承诺等方式欺骗消费者,更有甚者伪装成专业测评人通过探店打卡等新形式向消费者推荐产品,实则早早与商家产生利益关联。这种虚假宣传行为借助直播的即时性、互动性特点,影响范围更广、信任程度更高。在跨境电商中,部分商家通过虚构商品产地、伪造进口认证,就可以完美地将国产商品伪装成进口商品,利用消费者对进口商品的信任获取高额利润

不管是在传统电商还是新兴电商领域,虚假宣传都屡见不鲜,其行为的经济表现与电商经济的流量导向、盈利模式等是密切相关的,本质上是商家为了应对流量竞争、追求短期利润而采取的一种缺乏理性的市场行为。

2.2. 电商平台虚假宣传行为出现的经济诱因

虚假宣传行为频发的核心原因是在经济方面出现了问题,与电商经济的发展模式、市场格局深度关联。根据有限理性消费者以及信息不对称等信息经济学理论,电商平台的虚拟属性更加放大信息差,商家掌握产品真实成本、产地等信息,消费者仅能依靠平台展示、商家宣传获取信息,最后平台掌握流量分配算法,消费者无法观测算法规则。另外消费者本身存在冲动消费、信息处理能力不足、维权成本感知偏差等局限,这构成虚假宣传的基础。

在平台层面,当前电商行业间的市场竞争已经白热化,平台之间的流量竞争空前激烈。在电商领域中,流量的多少与市场份额有着直接的联系,而虚假宣传能够帮助商家快速提升商品曝光率和销量,进而为平台带来更多的流量与收益,因此部分平台出于自身利益考虑,默许商家的虚假宣传行为,甚至有的平台在为虚假宣传提供便利条件。同时,平台的盈利与商家的活跃度是息息相关的,电商平台的盈利主要就是商家交的入驻费、交易手续费、广告费等。平台为了留下现有商家并吸引其他商家入驻以获取利润,往往会放松对商家入驻条件的审核,对虚假宣传行为视而不见。此外,大数据也有大数据的弊端,电商平台的算法机制多以流量、销量、好评率等为核心指标,优先推送那些高流量、高销量的商品,这种算法导向倒逼商家通过虚假宣传等方式提升自身的算法排名,获取更多的曝光机会,进一步助长了虚假宣传行为的发生。

在商家层面,市场竞争压力与逐利的心理是诱发他们选择虚假宣传的主要原因。由于电商市场准入门槛很低,大量中小商家纷纷涌入导致市场同质化竞争空前严重。但是中小商家在产品质量、服务水平等方面缺乏核心竞争力,难以和那些大企业匹敌。在这样的压力下,有些商家发现通过虚假宣传的方式可以帮他们快速提升销量来抢占市场份额,其他商家见此难以抵住诱惑纷纷效仿。另外从商家面对监管这方面来看,法律虽然已经明确规定了虚假宣传的处罚措施,但目前在这方面的震慑力度严重不足。在实践中,多数商家被查处后发现法律在这方面处罚力度很低,被查处了一般仅需缴纳少量罚款,算下来发现罚款金额远低于违法收益,于是交完罚金后继续其虚假宣传行为。

在消费者层面,消费者的冲动消费心理为虚假宣传提供了可乘之机。部分消费者盲目追求低价且缺

乏理性的消费判断能力，容易被虚假宣传的信息误导，充分相信商家刻意营造出的好评与销量记录。这种消费心理被商家识别且加以利用，各式各样的虚假宣传行为如雨后春笋般涌现出来。同时，电商交易的虚拟性使得买卖双方信息不对称的状态更加失衡，消费者无法直接接触商品，只能通过商家的宣传信息了解商品情况，这就给了商家极大的可操作空间，他们掌握着商品的核心信息，易利用信息优势进行虚假宣传，用天花乱坠的语言对商品进行包装，误导消费者进行购买[1]。

2.3. 电商平台虚假宣传的多重危害

值得警惕的是，电商平台虚假宣传带来的危害已经覆盖电商经济、消费者以及社会层面，其中对电商经济的危害最为突出，同时也对法律规制与消费者维权提出了更高要求。

在电商经济层面，由于市场公平竞争秩序遭到破坏，导致劣币驱逐良币的恶性循环的形成。市场上不乏很多坚守诚信经营、注重产品质量的商家，不幸的是由于他们缺乏虚假宣传带来的流量优势，在现在的市场里甚至很难支撑下去。往往是那些擅长虚假宣传的商家投机取巧抢占市场份额赢得优势。如果这样的状况一直得不到制约，对产品质量、服务水平都是极大的破坏，严重制约了电商行业的可持续发展[2]。

在消费者层面，虚假宣传直接侵害了消费者的知情权、公平交易权与财产权，消费者基于获得的虚假宣传信息购买商品或服务，很明显并不能获得与宣传相符的产品体验，轻则遭受经济损失，重则由于产品严重的质量不合格等原因遭受人身安全的危害。令消费者更为无力的是，电商交易的虚拟性导致他们维权十分困难，多数消费者在遭遇虚假宣传购买产品后，由于证据固定困难、维权流程繁琐、维权成本高于损失金额等原因，出于无奈选择放弃维权，进一步助长了虚假宣传行为的发展。

在社会层面，虚假宣传更固化了商家和消费者之间的不平等地位，违背了诚实信用的原则，扰乱了社会市场经济秩序，不利于形成健康有序的市场环境，也增加了法律规制的需付出的社会成本。电商平台虚假宣传法律规制与消费者维权的现有困境，本质上是电商经济的快速发展与维权机制的滞后性之间的矛盾。我国虽已形成了以《反不正当竞争法》《电子商务法》等法律，明确了平台和商家之间的法律责任。但结合电商经济的发展特点来看，现有规制体系仍然不足以妥善解决问题。现有法律条款大多都是在传统商业模式的背景下订立的，对电商新业态中的虚假宣传行为的界定模糊，缺乏针对性的规制条款，导致在执法过程中存在诸多法律适用困难的问题。例如，由于法律对于责任划分也不够清晰，部分平台利用法律漏洞，规避自身的监管责任，对商家的虚假宣传行为视而不见，纵容虚假宣传行为的发生，消费者的权益更难得到保障。当消费者想要为维权做出努力时，往往会发现维权难度高。同时有一部分消费者往往不懂证据方面法律知识，不会有意识地将证据保存下来且证据固定本身就十分困难，电商交易的虚拟性导致宣传记录、交易凭证等证据非常容易灭失。这些困境作为电商平台虚假宣传行为的温床严重侵害了消费者的合法权益，阻碍社会发展[3]。

3. 规制电商平台虚假宣传行为的现实困境

如今电商平台虚假宣传行为的频发是多重因素作用下的结果，是电商经济发展在商家逐利、恶性市场竞争、平台运营不善等多重经济因素与法律规制尚需完善、消费者意识不足等多重社会因素共同作用下产生的不良反应。究其根本，是电商经济的快速发展与法律规制的滞后性之间的矛盾[4]。

3.1. 电商平台虚假宣传法律规制不完善

法律规制的完善速度无法与电商新经济的迅猛发展相辅相成，电商新模式不断涌现，而法律条款的制定与修改不可避免地存在一定的滞后性，基于传统商业模式而制定的法律条文在面对直播带货、跨境

电商等新形式下的虚假宣传行为便出现了一些监管漏洞,缺乏针对性的条款导致监管部门在执法过程中存在法律适用困难、监管盲区等问题。例如,对于直播带货中消费者、平台、商家三者间的责任划分,现有法律条款并未作出明确具体的规定,导致执法过程中难以精准追责,三者之间相互推诿,案件在短时间内无法得到妥善解决的情况时有发生。上述情况还不包括平台经济的复杂性本身会加剧责任划分的难度。有的电商平台不光是提供一个买卖平台,自己还兼顾着商家的身份。也就是说,这些平台同时承担着监管商家与自己的义务,这本身就是冲突的,很难保证平台不为了自己的利益而牺牲其他商家的利益。这种身份的多元化使得法律很难明确划分电商主体间的责任,部分平台利用法律的模糊性来规避自身的监管责任,使得虚假宣传行为更加肆无忌惮。此外,监管技术目前也落后于电商技术的迭代跟新,监管部门的监管技术难以对电商虚假宣传行为实现精准检测,暂时无法及时发现电商行业的违法行为并实现精准打击。不同监管部门之间的协同机制尚不健全,缺乏信息共享和联合执法的有效机制,监管效能暂时没有得到有效的提高[5]。

3.2. 电商平台虚假宣传消费者维权难度高

想要挽回因电商平台虚假宣传行为而遭受的损失,消费者往往要付出稍大的成本代价。一是维权成本较高,电商交易大多都跨越不同的省市,当消费者与商家、平台处于不同的地区,消费者想要维权就需要额外承担交通费、食宿费等等,遭遇欺骗的消费者往往在经过权衡之后选择了放弃,商家和平台也正是抓住了消费者的这一心理,对自己的虚假宣传行为有恃无恐。二是证据固定困难,电商交易的虚拟性导致宣传记录、交易凭证、聊天记录等证据易灭失,且电子证据的法律效力认定本身就存在难度,消费者往往难以固定完整的证据链,导致维权过程中举证困难,难以获得法律的支持[6]。三是维权渠道不够便捷,多渠道维权衔接不畅且相互推诿,消费者维权需要在多个渠道之间来回奔波,最后问题仍然无法得到妥善解决。最后是部分消费者缺乏相关的法律知识,不了解自身的合法权益,也不知道如何通过合法途径维护自身权益,在遭遇虚假宣传后,往往不知道如何投诉、如何取证。例如,在最高人民法院发布的 2025 年网络消费典型案例中¹,其中的谢某诉某科技有限公司、焦某等信息网络买卖合同纠纷案值得我们关注,主播焦某虚构“解救受困母女”的故事带货,消费者谢某处于同情在直播间中下单以表示支持,但后来发现整个故事均是虚构的,谢某受到欺诈向法院起诉,虽然最后法院支持了谢某的诉讼请求,但因为消费者需要厘清主播、商家、平台多重法律关系,整个流程整整耗时 6 个月。这个案件足以说明消费者维权的时间成本高。

4. 域外电商平台虚假宣传行为规制的经验借鉴

相较于我国电商虚假宣传规制的包容审慎模式,欧美等域外地区依托成熟的数字经济监管体系,已经形成了严苛且系统的虚假宣传治理机制,可为我国完善电商虚假宣传行为规制与治理体系提供有用的借鉴思路。当前我国电商虚假宣传治理多聚焦于显性的话术误导、刷单好评、虚假折扣等传统行为,对隐蔽性的虚假宣传、沉浸式直播营销误导等新型违规行为的规制细则尚不健全,而域外针对电商平台隐蔽营销、算法诱导式虚假宣传的专项规制经验,十分适配目前直播电商的治理需求,能够有效弥补新型电商虚假行为的监管方面的空白。

具体而言,域外成熟的规制体系可为我国提供三方面核心借鉴。第一,可借鉴域外算法透明化监管机制,细化我国电商平台算法审核规则,强制要求平台公开优惠计算公式、库存展示等营销算法逻辑,防范利用信息差实施十分具有隐蔽性的虚假宣传行为,力求破解当前我国虚假宣传行为界定难、取证难、追责难的问题。第二,我们可以考虑借鉴域外对电商平台高强度的阶梯式惩戒与赔付机制,加大我国电

¹<https://www.court.gov.cn/zixun/xiangqing/465951.html>

商虚假宣传行为处罚的标准,改变当前小额罚款,针对恶意、反复性虚假宣传主体提高处罚力度。同时建立专项消费者赔付基金,将处罚资金定向用于消费者权益的补偿。要让惩戒与赔付机制真正让虚假宣传行为实施者产生畏惧感,真正发挥起震慑与规制作用。第三,可以借鉴域外精细化分类治理理念,结合平台规模、商家类型与虚假宣传危害程度实施差异化监管,在延续对中小商家包容引导政策的基础上,重点强化对头部平台的合规监管,同时规范职业打假行为、杜绝权利滥用,实现严格监管与行业良性发展的双向平衡,构建适配我国电商行业发展的常态化、长效化虚假宣传治理体系。

5. 电商平台虚假宣传的法律规制完善与维权优化

针对分析的电商平台虚假宣传的现实困境并结合电商经济的发展特点,如果能从参考域外较为完善的规制方式、法律规制体系完善、消费者维权机制优化等方面入手,提出相对切实可行的优化路径,那么电商平台的虚假宣传行为一定可以得到有效的打击。

5.1. 电商平台虚假宣传法律规制体系的完善路径

我们不可忽视当前现有法律规则过于模糊的现状,当务之急便是细化规则体系、填补监管空白,这是法律监管的基础与根基。在我国现有的《反不正当竞争法》《电子商务法》等法律的基础之上,面对电商领域新型虚假宣传行为再结合电商行业发展实际与前景,细化法律中关于虚假宣传的具体情形,明确各种条文中引人误解的判断标准,将直播带货中主播的虚假荐证、平台的纵容行为等都纳入规制范围,明确各方主体的法律边界,避免他们相互推诿,最后没有人担责的尴尬局面出现。同时,我们可以借鉴域外的先进经验,引入实质性关联披露制度,要求主播、达人明确披露与商家的利益关联,避免他们从中伪装成中立者欺骗消费者的信任。另外,不同领域的法律要做到有机协调,统一不同法律法规中关于虚假宣传的处罚标准,消除法律适用冲突,为执法实践提供清晰指引[7]。

对于消费者维权法律代价太大方面的问题,法律也要及时做出修订。完善消费者维权机制应当在建立便捷高效的投诉举报渠道、简化投诉流程方面做出努力。法律应该适用并细化好民法典中关于举证责任倒置的规定,将虚假宣传的举证责任部分转移给经营者与平台,减轻消费者的举证负担。另外考虑到消费者作为个体时,能力确实有限,难以与商家和平台抗衡,法律可以健全集体诉讼制度,允许消费者协会或其他社会组织代表消费者提起集体诉讼,加大对虚假宣传行为的追责力度,弥补个体维权的不足[8]。

一个良好的诚信的市场环境才可以真正遏制住虚假宣传行为。行业协会应发挥自律作用,制定电商行业自律规范,引导经营者诚信经营,开展诚信经营培训,对违规企业进行通报批评,推动行业自我规范、自我提升。媒体应加强舆论监督,及时曝光典型虚假宣传案例,揭露虚假宣传的危害与手段,引导社会公众形成抵制虚假宣传的共识并培养相关的法律知识。同时宣传诚信经营的企业,发挥正向引导作用。鼓励社会公众参与监督,建立举报奖励制度,对举报虚假宣传行为属实的公众给予奖励,调动社会力量参与规制工作,推动电商行业健康有序发展[9]。

5.2. 电商平台虚假宣传场景下消费者维权机制的优化策略

想要从源头遏制住非理性的逐利行为,就必须强化经济约束,提高虚假宣传的违法成本。当前,部分经营者之所以选择虚假宣传,核心是因为这样他们投入的成本远低于收益。对此,应从经济角度加大惩戒力度,让虚假宣传者对此有畏惧心理。

一方面,首先应该改变现有的固定额度罚款模式。我们可以尝试采用阶梯式的处罚标准,罚款额度应该远超其虚假宣传所获收益,这样才有足够的威慑作用。同时要将罚款与企业信用评级、纳税信用挂钩,对存在虚假宣传行为的企业,降低其信用等级,限制其享受税收减免、财政补贴等优惠政策。其次,

建立虚假宣传的经济追偿机制,明确经营者、平台、主播等相关主体的经济赔偿责任,要求其因虚假宣传遭受损失的消费者、诚信经营者进行足额赔偿,同时鼓励诚信经营者对虚假宣传行为提起不正当竞争诉讼,索取经济赔偿,进一步增加虚假宣传的经济代价。最后,还应该完善经济激励,引导市场主体主动践行诚信经营,树立正向导向。如果是仅仅靠惩戒难以实现长效治理,需配套建立健全诚信经营的经济激励机制,让诚信经营者获得实实在在的经济收益,这样能够实现一种良性循环。对于严格遵守法律法规、无虚假宣传记录的入驻商家,平台应给予经济层面的倾斜,比如降低平台服务费、优先推荐流量资源、减免广告投放费用,帮助诚信商家降低经营成本、提升市场竞争力。同时,政府相关部门应加大对诚信电商企业的扶持力度,将诚信经营情况作为企业申请财政补贴、政府采购合作的重要依据,对诚信标杆企业给予税收返还、融资贴息等优惠,鼓励企业加大诚信建设投入,进一步激发商家诚信经营的积极性。

另一方面,我们可以优化资源配置,通过经济手段规范平台运营,规范好平台主体责任。电商平台作为市场资源的整合者,其运营导向直接影响入驻商家的经营行为,应通过经济调控手段,引导平台将资源向诚信经营倾斜,主动管控虚假宣传行为^[10]。第一,调整平台盈利模式,减少平台对商家广告投放、排名竞价等短期收益的依赖,鼓励平台开发基于诚信经营的增值服务,比如诚信商家认证、优质商品推荐等。第二,建立平台虚假宣传管控的经济考核机制,将平台内虚假宣传发生率、整改效率等指标与平台的税收优惠、政策支持挂钩,对管控成效显著的平台给予经济奖励,对虚假宣传频发、管控不力的平台,取消相关优惠政策,并处以经济处罚,倒逼平台加大对入驻商家的审核以及监测力度,主动清理虚假宣传行为,优化平台经营环境^[11]。

参考文献

- [1] 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.
- [2] 朱洁静.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.
- [3] 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.
- [4] 朱宁宁.市场监管总局扎实办理全国人大常委会重点督办建议[N].法治日报,2025-10-28(006).
- [5] 詹昀.论直播带货场景下虚假宣传的规制[J].江苏商论,2025(11): 37-38.
- [6] 周晨,卢远玲,刘小丽.电商平台责任认定与消费者权益保护[J].中国外资,2024(20): 82-85.
- [7] 刘科,黄博琛.电商直播带货行为主体的法律责任及规制逻辑[J].江汉论坛,2023(10): 139-144.
- [8] 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.
- [9] 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.
- [10] 郑宁,兰钰翔.电商主播虚假宣传应承担的责任与治理之道[J].青年记者,2020(28): 69-71.
- [11] 贾博森.电商平台网络虚假宣传的法律规制研究[J].广西质量监督导报,2021(4): 256-257.