

市场监管总局公布9起网络不正当竞争典型案例

随着互联网领域竞争业态及方式的转变，借助技术手段，衍生出的数据爬取、流量劫持等新型网络不正当竞争行为频发多发，刷单炒信、虚假交易、口碑营销等网络虚假宣传行为花样翻新，网络不正当竞争行为既损害网络市场竞争秩序，也侵犯经营者、消费者合法权益，不利于网络经济持续健康发展。2023年，市场监管总局继续加大监管执法力度，部署开展反不正当竞争“守护”专项执法行动，严厉打击各类网络不正当竞争行为，着力规范互联网领域市场竞争秩序，持续推动经营主体依法规范经营、公平参与竞争。截至目前，全国各级市场监管部门共立案查处各类不正当竞争行为6870件，其中网络不正当竞争案件1209件。

为有效发挥典型案例警示教育作用，增强经营主体诚信守法、合规经营的意识，引导消费者科学理性消费，现公布一批专项行动中查处的网络不正当竞争典型案例。

一、天津面兜兜网络科技有限公司不正当竞争案

案情介绍：天津面兜兜网络科技有限公司（下称当事人）通过开发上货助手软件，提供商品信息数据“一键搬家”服务，在不同购物平台的服务市场上线运营并收取软件使用费。该软件通过调用第三方接口的方式，在未经数据源购物平台及平台内经营者同意的情况下，爬取数据源购物平台商品信息数据，并一键上传至其他具有竞争关系的购物平台。截至案发，该软件共爬取商品信息数据942万余条。

法律依据及处罚：当事人的行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第十二条第二款第（四）项的规定，依据该法第二十四条的规定，责令当事人停止违法行为，处罚款100万元。

案情评析：数据抓取在互联网领域是常用的技术，能够实现高效、自动地进行网络信息的读取、收集等行为的技术手段，其设计本意在于提高信息交换速率。而部分商家利用“爬虫”程序窃取他人店铺相关信息，直接挪用他人劳动成果，属于新型网络不正当竞争行为。此类案件的查办一方面有利于抑制互联网平台的无序扩张以及平台内商户的野蛮增长，减少互联网空壳企业，为合法经营企业提供生存空间；另一方面有利于提升社会对数字知识产权的保护意识，助力推动相关领域配套法律的改进和完善。

二、王志刚虚假宣传案

案情介绍：瑞丽市云瑞珠宝店经营者为王志刚（下称当事人），其在拼多多平台内的“冰绿翡翠”直播间开展翡翠原石销售时，存在虚设场景、雇请缅甸籍人员假扮货主等虚假宣传行为。直播间主要运营方式为雇用缅甸籍人员在直播间内售卖翡翠原石，在与买家的微信聊天中多次虚构进出中缅边境线代购翡翠原石；或是让缅甸籍人员在直播间内假扮翡翠原石供货商进行“表演”——对销售公司的翡翠原石进行虚假砍价，实际为帮助销售公司售卖翡翠原石。此外，调查中还发现当事人存在发布虚假用户评价行为。

法律依据及处罚：当事人的行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款的规定，依据该法第二十条第一款的规定，责令当事人停止违法行为，并对其处以罚款20万元的行政处罚。

案情评析：赌石，是一种翡翠原石交易方式，流行在滇缅边境一带，带有赌博性质。在现实生活中赌石存在很大的风险，在大众中流传着“一刀暴富，一刀破产”的评价。近几年网络上出现了在社交平台直播间售卖翡翠原石的经营行为，部分直播间利用观众对中缅边境线实际情况不熟悉，谎称翡翠原石来自缅甸、价格便宜；通过主播给观众洗脑，灌输自己是翡翠厂主卖自家货的人设，假冒缅甸商人和主播砍价，营造一种给观众占便宜捡漏的感受。信息差和戏剧化的“表演”更具诱惑性，更容易让消费者上当受骗。市场监管部门对该违法行为的重拳出击，让经营者知晓在法律的框架内思考创新经营模式才是中国市场体系内生存和盈利的长久之计；也帮助消费者擦亮眼睛，避免受到不法经营者的欺骗。

三、四川格之跃网络科技有限公司组织虚假交易帮助其他经营者进行虚假商业宣传等案

案情介绍：四川格之跃网络科技有限公司（下称当事人）通过微信推送给客户“二销推广（营销）方案（计划）”，使用引流精灵软件来实现商品粉丝关注、店铺关注、产品收藏等服务，收费均为1元/个。此外，在拼多多店铺上修改单价并利用批发功能实现单品基础销量展示、刷单和产品好评；单品基础销量展示操作的收费标准为每户300元至500元，好评和刷单收费标准是100单以上5元/单、100单以内10元/单。自2022年4月至案发时，当事人共计刷单2644笔，获得收入18785元。同时查明，当事人通过微信和PPT简介等方式向客户宣传格之跃电商是拼多多官方合作运营服务商、拥有200人以上的专业团队等虚假内容。

法律依据及处罚：当事人的行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款和第二款的规定，依据该法第二十条第一款的规定，责令当事人停止违法行为，并对其作出罚款20万元的行政处罚。

案情评析：网络消费已成为当前主要的消费方式之一，且消费者倾向于将网评的好坏、销量、关注量等作为选择店铺消费的重要依据。本案中，当事人帮助其他经营者进行商品粉丝关注量、店铺关注量、产品收藏量、销量展示、好评、补单等全链条造假，误导消费者对相关产品或服务的判断，且对自身服务质量等进行虚假宣传来获得更多的交易机会，其行为严重扰乱了市场竞争秩序，本案的查处对此类违法行为予以强力震慑，严格规范商品和服务的评价体系，确保消费者在选择时收到正确的信息反馈。

四、三多科技（北京）有限公司对商品的用户评价作虚假的商业宣传案

案情介绍：三多科技（北京）有限公司（下称当事人）委托深圳草田营销管理有限公司（下称深圳草田公司）通过虚假问答式的口碑营销对墨白白酒进行营销宣传。深圳草田公司通过在百度问答、贴吧等网络咨询和社交平台，以发布文章和问答式口碑营销等方式对墨白白酒进行虚假宣传。其中问答式口碑营销是由深圳草田公司假借未实际购买或品尝过墨白白酒的人员，模拟消费选择者和实际购买者的口吻，谎称墨白白酒的购买和品用体验好，以此来欺骗、误导消费者。

法律依据及处罚：当事人的行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款的规定，依据该法第二十条第一款的规定，责令当事人停止违法行为，结合自由裁量意见，对其作出罚款3万元的行政处罚。

案情评析：口碑营销是指企业在为消费者提供产品和服务的同时制定口碑推广计划，让消费者自动传播公司的产品和服务的良好评价。口碑营销又称病毒式营销，其核心内容就是将事件作为“感染”目标受众的病毒体，病毒体威力的强弱直接影响营销传播的效果。在如今信息爆炸、媒体泛滥的时代里，新颖的口碑传播内容能够迅速吸引大众的关注与议论，获取巨大的流量。考虑其传播的速度与涉及面的广度，对于口碑营销的规范则显得极为重要。对消费者而言，当事人所使用的问答式口碑营销方式更具亲和力，使得消费者更易受其误导。对于此类虚构用户评价行为的查处，体现了市场监管的全面性以及保护消费

者和合法合规经营者的严肃性；同时让消费者了解到虚假宣传行为的多样性和伪装隐蔽性，提高其面对商品和服务的甄别力。

五、吴绍清通过组织虚假交易方式帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传案

案情介绍：本案当事人吴绍清在遵义市播州区组建“工作室”，通过淘宝平台向经营者发布“我们可以为商家提供刷销量、好评业务等”等信息，以此来招揽业务，并将所招揽的刷单任务发布在“老K”软件平台。“老K”平台内的“刷手”接单后模拟正常购物流程在淘宝平台购买需要虚假销量和好评的商品，随后淘宝商家向“刷手”邮寄纸巾、洗衣粉等廉价小礼品或空包单完成物流过程，物流信息显示签收后，再由“刷手”对该商品进行好评。当事人对“刷手”的佣金进行抽成，每刷一单获利2元。截至案发，当事人为淘宝平台内经营者提供刷虚假销量和好评服务共计3416单，虚构销售金额为730973.26元，获取佣金32473.5元，违法所得共计6832元。

法律依据及处罚：当事人的行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第二款的规定，依据该法第二十条第一款和《中华人民共和国行政处罚法》第二十八条第二款的规定，责令当事人停止违法行为，作出没收违法所得6832元和罚款30万元的行政处罚。

案情评析：在互联网电商平台上，面对海量的商品和服务，用户评价往往是消费者选择商品的重要参考因素。电商平台经营者设置网络点评和排名的初衷，是通过统计与展示互联网用户消费后的真实反馈形成的大数据，反映人气、实力和市场口碑等信息，以帮助消费者更便捷地作出判断和选择。一些不法商家利用各种“炒信刷单”的手段，提升商家的平台点击率、粉丝数和好评度。当事人通过“老K”软件平台内的“刷手”间接完成刷单任务，行为更加隐蔽复杂，打击难度更大。“刷单炒信”这一网络黑灰产业已经发展到足以影响商家生存的地步，严重损害了广大消费者的知情权、选择权等合法权益，破坏了公平竞争的市场秩序，不利于互联网生态健康发展。市场监管部门将始终保持对此类违法行为的高压态势，规范互联网经济有序发展。

六、上海爻云网络科技有限公司不正当竞争案

案情介绍：上海爻云网络科技有限公司（下称当事人）于2022年12月5日至2月6日开发运营名称为“ChatGPT在线”的微信公众号，使用高度类似OpenAI公司官方图像的图案作为微信公众号头像，并在公众号介绍是“ChatGPT中文版”。该公众号含有AI对话功能，按次收费。事实上，当事人是通过技术手段调用ChatGPT产品背后基础模型为其公众号注册会员提供类似“ChatGPT”的服务，而非“ChatGPT”产品本身。经统计，涉案微信公众号累计注册付费用户4231人，充值会员费165153元，后产生退费39767.56元，经营额共计125385.44元。

法律依据及处罚：当事人行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第六条第（四）项的规定，依据该法第十八条第一款的规定，责令当事人停止违法行为，对当事人作出罚款62692.7元的行政处罚。

案情评析：ChatGPT是美国人工智能研究实验室OpenAI新推出的一种人工智能技术驱动的自然语言处理工具，能像真人一样与人类交流，一经推出便迅速在社交媒体上走红。目前ChatGPT还不支持中国用户使用，但是很多人都想尝鲜，这让部分企业看到了商机，通过蹭热度获取不法利益，当事人便是其中一员。此类新兴的高端互联网技术产业对于普罗大众来说信息壁垒较高，且“ChatGPT”为网络热点，在大众视角内当事人实施的上述混淆行为较为隐蔽。通过查办这类案件，有助于帮助消费者擦亮双眼，甄别了解高新技术行业商品和服务的真假，同时警示经营者不要妄图在信息壁垒较高的领域欺骗、误导消费者。

七、北京嗨嘭广告有限公司为其他经营者作虚假或者引人误解的商业宣传案

案情介绍：2022年8月至2023年2月期间，北京嗨嘭广告有限公司（下称当事人）与北京华麟林玉体育科技发展有限公司等7家单位签订《嗨嘭运营代运营合作协议》，为上述单位在大众点评等平台上的商家店铺进行代运营，组织员工采取线上购买商家商品、上传他人照片、虚构到店参与活动等方式为上述单位线上门店虚构好评内容18条，目的是提升商家线上店铺的排名和关注度，吸引消费者。

法律依据及处罚：当事人的行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第二款的规定，依据该法第二十条第一款的规定，责令当事人停止违法行为，并处罚款10万元。

案情评析：电子商务的兴起与发展，使得消费者更青睐于依赖“内容评判”对商品或服务进行选购、消费，同时“内容评判”也为经营者带来更大的“引流效应”。然而，流量“变现”也导致部分不良商家通过“刷单炒信”等“作弊”的方式获得虚假好评。用户好评是消费者判断商品质量和商家信誉的重要指标，通过虚构好评等方式吸引消费者的行为侵犯了消费者的合法权益，也破坏了电子商务公平竞争的市场秩序，查办此类的案件有利于震慑不法经营者，避免造成“劣币驱逐良币”的负面效应，切实维护消费者的合法权益。

八、深圳市智硕云科技有限公司妨碍、破坏“抖音”软件正常运行案

案情介绍：深圳市智硕云科技有限公司（下称当事人）为了谋取非法利益，通过其官网和搜了网等第三方网站以及微信朋友圈等网络平台，宣传推广适用于“抖音”App等短视频软件的“智硕云”群控管理系统，并就该系统对外进行招商合作、招募代理商及销售牟利。该系统由电脑PC端“总控台”和手机移动端“抖音”App构成，通过“总控台”向“抖音”App群发点击指令的方式，对多个“抖音”App虚假账号进行批量登录和群控操作，实现批量模拟刷视频、关注“抖音”大V视频、私信“抖音”粉丝以及批量评论、自动发布作品等功能。当事人销售“智硕云”群控管理系统的金额共计731240元。

法律依据及处罚：当事人的行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第十二条第二款第（四）项的规定，依据该法第二十四条的规定，责令当事人停止违法行为，并对其处以罚款30万元的行政处罚。

案情评析：互联网的发展有赖于自由竞争和技术与商业模式的创新，但竞争和创新应当以不侵犯他人合法权益为边界。“抖音”软件是北京微播视界科技有限公司合法拥有并运营的短视频分享软件，该公司经过长期的经营投入，形成了拥有庞大用户群的“抖音”生态系统，具有较高的市场知名度和良好的商业信誉。而当事人的“智硕云”群控系统严重干扰“抖音”平台基于评论数、点赞数、分享数等若干指标的精准分发机制，制造了大量的虚假流量，从而增加其自身的市场交易机会并获得市场竞争优势，妨碍、破坏“抖音”软件正常运行，扰乱了公平的市场竞争秩序，应当依法承担相应责任。

九、嘉兴市浩唯贸易有限公司虚假宣传案

案情介绍：嘉兴市浩唯贸易有限公司（下称当事人）通过其在拼多多店铺开设的网络直播间进行服装销售工作，在未对销售产品的纤维成分含量进行检测的情况下，利用直播间员工之口谎称其产品纤维成分含有“羊毛、羊绒、骆驼绒、鹅绒、貂、幼貂、进口貂、未经染色的稀有貂”等，而经抽样检测发现，其产品实际纤维成分为聚酯纤维、锦纶、腈纶、氨纶、棉、粘纤+莱赛尔等。当事人2022年11月11日和11月15日两日直播的销售额为916.18万元，累计观看人数521.1万人次。

法律依据及处罚：当事人的行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款的规定，依据该法第二十条第一款的规定，责令当事人停止违法行为，并对其作出罚款65万元的行政处罚。

案情评析：网络直播购物是时下热门的消费渠道，消费者足不出户便可浏览生活所需的各类用品。然而“流量”不代表“质量”，部分商家在直播销售时“口无遮拦、随意编造”，以期用虚假的商业宣传在竞争时取得有利地位，这种行为终将受到法律的惩治。此案的查处，既震慑了网络直播销售中的突出问题和行业乱象，又切实维护了消费者的切身利益。