

## 学习贯彻习近平法治思想

——案件新闻纵深——

“这家店口味真的很不错，强烈推荐！”当你深夜刷着手机，看到这条五星评价后，会不会也毫不犹豫选择这家餐厅？但你可能想不到，写下这条好评的人，从未踏进过这家餐厅大门。

近日，江苏省苏州市虎丘区人民法院审结一起涉刷单炒信的不正当竞争纠纷案，判决刷单企业构成不正当竞争，赔偿点评平台经济损失及合理开支20万元。

## “好评”能预制？误导太坑人！

□ 葛晓敏 张溢文



漫画：穆依

## 消费者点评也能“代运营”？

某点评平台是大众熟知的线上点评平台，消费者在平台上发布真实消费体验，供其他消费者参考。2023年10月，该点评平台工作人员在一些社交平台上发现，自家平台的消费评价竟然可以被明码标价进行“代运营”。

这家名为星辰公司(化名)的商户在众多社交平台发布广告称，可为商家提供“代运营”服务，服务行业涉及结婚、家装、生活服务等多领域，具有

独家平台测算数据、专业市场分析、独立评价体系团队，一对一为服务商户抓取流量。目前已服务400余家商户。宣传文案中，该商户还展示了部分合作商家的“优质评价”，甚至提示如何在写评价时规避平台警告。

## 付2000元即可获得批量“好评”

点评平台工作人员谎称自己是某面馆老板，联系星辰公司“代运营”。星辰公司工作人员告知：“每天新增两个销量，每月新增15条评论，只要

2000元！”同时，还表示面馆仅需提供一些图片，文案由他们负责，并发来线上店铺运营合作协议，承诺一个月内让店铺的行业星级排名大幅提升。

支付2000元后，点评平台的工作人员被拉进了几个神秘的微信群。群内，一场“好评制造”流水线作业开始了：指定评价内容、安排发布人员、规避平台检测技巧等一应俱全。很快，这些由从未消费过的“写手”编写的好评，就出现在了面馆页面上。短短一个月，面馆的行业星级排名提升了2个百分点。

点评平台认为星辰公司组织刷单炒信，帮助商家在点评平台进行虚假宣传，破坏了平台的信用评价体系与商誉，构成不正当竞争，遂向虎丘区人民法院提起诉讼。

## 法院认定刷单炒信属于虚假宣传

法院经审理认为，商业性点评网站中的消费者评论具有对外宣传的作用，构成一种商业宣传模式。本案中，线上点评平台是原告付出成本构建的第三方消费点评平台，通过制定服务条款、设置评论展示区等方式，对基于真实消费产生的消费评价进行汇总、审核，形成包括用户信息、用户消费体验评论以及相应消费时产生的照片和视频等在内的海量数据信息，并衍生发展为具有商业价值的消费信用评价体系，为原告的生产经营带来了一定

的竞争优势。原告公司对上述非独创性数据集合享有经营性利益，对该信用评价体系和平台生态以及因此产生的用户流量、用户黏性享有反不正当竞争法意义上的合法权益。

法院认为，星辰公司在微信群聊中指定正向评价内容并指定特定人员发布，导致平台上的商户评价与实际不符，产生欺骗、误导消费者的客观后果，属于通过组织虚假交易、虚假评价等方式帮助其他经营者进行虚假宣传的不正当竞争行为。

诉讼中，星辰公司称，与点评平台

不存在竞争关系。法院指出，审查涉诉行为是否构成不正当竞争，并不以经营者之间是否具有直接竞争关系或与权利人之间经营范围相同近似为前提，而应取决于经营行为是否违反诚实信用商业道德、是否具有“损人利己的可能性”。

## 法院：赔偿损失 登报道歉

法院查明，星辰公司组织刷单炒信，帮助其他经营者进行虚假或者引人误解的商业宣传，破坏了正常市场竞争秩序，影响了平台信用评价体系以及商

家、消费者对点评平台的信赖程度，给平台造成不良影响，构成不正当竞争，依法应承担赔偿损失、消除影响等民事责任。本案中，原告的实际损失难以具体核算，故法院综合考虑星辰公司的代运营收费情况及所服务商家数量、原告为本案所支出的律师费及取证费用等因素，判决星辰公司赔偿原告经济损失及合理开支共计20万元。同时，法院结合被诉侵权行为具体形式、范围等具体情况，确定被告星辰公司在某全国性媒体上发布声明，消除侵权行为对原告公司造成的不良影响。

## 【案后余思】

## 杜绝虚假宣传 营造公平消费生态

王莹 刘琼

互联网时代，越来越多的消费者将线上点评网站作为消费决策指南，促进网络经济蓬勃发展。“流量”决定“销量”的同时，部分不法分子通过虚构成交量、点赞量、评论数及内容，以“刷单”方式提升店铺信用等级、排名，从而欺骗、误导消费者作出消费决策。当前，此类“刷单炒信”非法产业链逐渐壮大，呈现公司化、团队化趋势，并包装成为“代运营”等虚假外衣，本案即是一起典型的“刷单炒信”案件。

2025年10月施行的新反不正当竞争法在第九条中新增了“虚假评价”的行为种类，旨在加强对刷单炒信行为的规制，明确不得通过“虚假评价”方式帮助他人实施虚假宣传。判决在肯定平台公司对其经营形成的消费信用评价体系具有经营性权益的同时，也依法判决组织“刷单炒信”公司承担法律责任。

如何有效治理“刷单炒信”灰色产业链？除了司法机关发挥裁判引领作用之外，行政主管部门、平台、商户经营者也应当共同努力。行政主管部门应加大日

常监管和专项检查力度，运用大数据、人工智能等技术手段，对电商平台、商家、刷单组织等进行监测，及时发现并查处刷单炒信行为；平台应当加强对商家资质、经营行为审核，优化算法防控机制，及时处理消费者和商家举报；商户经营者应该持续提升自身产品与服务品质，而非走“捷径”换“好评”。虚假评价背后，是消费者被误导的选择，是诚信商家被挤压的生存空间，平台生态被侵蚀的公信力。唯有多方共同努力，才能营造更加公平的数字消费新生态。

## 案里说民生

## 一年“战痘”无效，近万元美容费打水漂？

法院：未达效果构成违约全额退款，三倍赔偿不支持

□ 芦清伟 范晓田



漫画：穆依

爱美之心，人皆有之。近年来，随着“颜值经济”的蓬勃发展，美容消费已成为人们日常生活的重要组成部分。然而，部分美容机构为招揽顾客，不惜作出种种承诺，后因服务效果未达到消费者预期，引发诸多消费纠纷。近日，河南省新野县人民法院审结一起美容服务合同纠纷案件，对美容机构“包治好，无效退款”承诺的法律效力作出了明确认定。

2024年5月，闫某与某美容院达成共识并约定闫某在该美容院进行面部祛痘服务。后闫某分别于2024年5月20日向美容院扫码支付3000元、2024年6月19日向美容院转账3000元、2024年9月21日向美容院转账3300

元。2024年9月21日，美容院向闫某发送协议书，约定：程度严重者约需3至6个月疗程完毕，包治好，无效退款。

然而，经过一年多的治疗，闫某的痘痕问题并未得到有效改善。2025年9月13日，在派出所民警的见证下，闫某与美容院经营者郑某的配偶周某签订了退款协议，约定：三个月内痘、闭口、红全部治好，无效全额退款。

2025年9月16日，闫某与美容院交涉未果后诉至新野法院，要求美容院退还美容费9300元并支付三倍赔偿费用27900元。

新野法院受理后认为，双方之间形成服务合同法律关系。美容院在2024年9月21日协议书中作出的“包治好，无效退款”承诺，是其真实意思的表示，具有法律约束力。截至2025年9月13日，闫某治疗已逾一年，超出美容院最初承诺的3至6个月治疗期，仍未达到“治好”的效果，美容院的行为已构成违约。虽然后来，闫某与被告经营者配偶在派出所民警的协调下签订退款协议，但根据本案实际，闫某已对美容院彻底丧失信任，无法继续履行，故对其要求退还9300元美容费用

的诉讼请求，法院予以支持。

法院认为，关于闫某请求被告支付三倍赔偿费用27900元的问题，适用三倍赔偿的前提是经营者存在欺诈行为。本案审理过程中，法院依法向有关部门调查，查

## 【法官说法】

## 商家违约要退款 消费者维权需“有据可依”

《中华人民共和国民法典》第五百七十七条规定：“当事人一方不履行合同义务或者履行合同义务不符合约定的，应当承担继续履行、采取补救措施或者赔偿损失等违约责任。”一些美容机构为促成交易，往往向消费者作出达到某种效果或者无效退款的承诺，但事后以各种理由推脱拒绝履行。美容机构作出的承诺系其真实意思表示，应当认定有效，美容机构应依约履行，若美容机构未达到预期效果，则构成违约，应予退款。

《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十五条第一款“经营者提供商品或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍；增加赔偿的金额不足五百元的，为五百元。法律另有规定的，依照其规定。”是否给予三倍赔偿，要看经营者提供的商品或服务是否有欺诈行为。

《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉总则编若干问题的解释》第二十一条的规定，一方当事人故意告知对方虚

假情况，或者负有告知义务的人故意隐瞒真实情况，致使当事人基于错误认识作出意思表示的，可以认定为民法典第一百四十八条、第一百四十九条规定的欺诈。

消费欺诈，简单说就是经营者故意欺骗，诱导消费者买东西。法律上认定消费欺诈，通常要同时满足主观上故意欺骗和客观上实施欺骗行为两个核心条件。本案中，被告具有生活美容服务的经营许可证，同时，从被告在服务过程中与闫某多次沟通、主观上积极为闫某进行治疗等行为来看，被告并无故意欺骗、隐瞒真实情况的主观故意。闫某虽主张被告构成欺诈，但未能提供充分证据证明被告存在故意告知虚假情况或故意隐瞒真实情况的行为。因此，法院对闫某的三倍赔偿诉求不予支持，仅支持其退还美容费用的诉求，既维护了消费者的合法权益，也兼顾了经营者的合法经营权益，明确了美容服务行业中“违约”与“欺诈”的法律边界，引导美容机构诚信经营、规范经营，同时提醒消费者，主张三倍赔偿需提供充分证据证明经营者存在欺诈行为，避免盲目主张诉求。

持。综上，法院判决李国赔偿某商行损失75.9元，驳回某商行的其他诉讼请求。

## 【法官说法】

随着电商经济的蓬勃发展，网络购物已成为主流消费方式，“七日无理由退货”规则在保障消费者权益的同时，也需警惕个别主体的权利滥用行为。此类多批量下单后无正当理由退货的行为，不仅会导致商家承担额外的物流、仓储成本，还会造成快递资源浪费，破坏公平有序的电商交易环境，与社会主义核心价值观相悖。消费者在享受网络购物便利及法定权益时，应秉持诚实信用原则，合理行使权利，避免超出必要限度；商家在经营过程中，也应规范履约流程，留存交易凭证，当合法权益受损时通过合法途径理性维权。本案中，李国无正当理由证明某商行提供的商品存在质量问题或者不符合约定，其以未收到货为由申请退款的行为构成违约，故因退货产生的费用应由其承担。

## 网购多单未收货即退款

法院判令消费者赔偿商家运费

□ 黄丽丽 粟焕玲

75.9元，并赔偿维权必要支出(含法律服务费、材料打印费、快递费)共计971元，同时承担案件受理费。

港北区法院受理后认为，李国在网络平台上向某商行购买商品并支付了款项，双方形成信息网络买卖合同关系。某商行在合理期限内向李国发货，货物在李国下单后第四天即到达收货地点的快递网点，李国未收货而向网络平台发起退款申请。《中华人民共和国民法典》第七条规定：“民事主体从事民事活动，应当遵循诚信原则，秉持诚实，恪守承诺。”消费者应基于诚实信用原则合理行使

“仅退款”权利，不可滥用退款规则。某商行不存在延迟发货的情形，李国未能提供证据证明某商行的货物存在质量瑕疵或货不对板的情形，其申请退款、解除合同构成违约，应承担违约责任。某商行提供的证据证明其为收回货物支出快递费75.9元，该项支出系因李国违约所致，李国应予以赔偿。某商行的该项请求，法院予以支持。关于法律服务费，该支出提供诉讼的必要支出；材料打印费和快递费，系某商行选择诉讼维权的诉讼成本支出，某商行与李国对上述费用未作约定，某商行的请求没有事实和法律依据，法院不予支

## 观察与思考

## 警惕“AI消费”造成消费者权益受损

□ 徐子安

近期，用AI软件可一分钱点奶茶、领取健康红包等消费引流活动掀起全民参与热潮，开创了AI消费的新模式。但此类以算法为主导的AI消费活动不可避免面临算法黑箱的困扰，可能潜藏诸多风险隐患，导致消费者合法权益受损，亟需引起关注。

一是算法精准画像，恐滋生大数据杀熟乱象。AI消费的核心逻辑之一，是通过算法全方位收集用户的消费能力、消费习惯、浏览记录、支付偏好等各类数据，构建精准用户画像，进而划分用户等级，推送差异化的服务及价格。该过程极易滋生大数据杀熟隐患，侵害消费者公平交易权。

二是算法推荐失衡，恐引发商家不正当竞争。AI消费活动的火爆，将使算法推荐逻辑成为决定商家曝光度和流量获取能力的核心要素，进而影响商家市场竞争力，形成“算法决定流量、流量决定收益”的行业生态。在此背景下，市场竞争的重心将逐渐从商品质量、服务水平转向算法推荐优势。部分商家为抢占算法推荐高位、获取更多交易机会，可能采取向平台输送利益、使用外挂软件干扰算法等不正当竞争手段。此类行为不仅破坏正常的市场竞争秩序，更间接侵害了消费者的自主选择权。

三是算法信息管控薄弱，恐加剧隐私泄露风险。AI消费活动的正常运行，离不开对用户信息的大量收集和深度分析，但当多数平台的AI算法在用户信息管控方面仍有明显短板，普遍存在“超范围收集、弱安全管控”问题。部分平台在用户使用AI消费服务时，过度索取权限，强制收集与服务无关的非必要敏感信息；同时在信息存储、使用及销毁环节，未对用户信息进行严格加密防护，存在信息泄露、滥用的潜在隐患。此类问题不仅侵害消费者的隐私权，若用户敏感信息被非法倒卖、滥用，还可能引发电信诈骗、恶意营销等一系列问题，加剧消费者权益受损风险。

对此，笔者提出如下建议：

一是加大监管惩处力度。市场监管、网信等部门应强化协同联动，定期排查平台是否存在大数据杀熟、算法歧视等违法违规行为。对情节严重、屡教不改的平台及主体，依法予以罚款、责令整改。

二是规范算法推荐机制。有关部门应出台AI推荐算法行业规范，明确算法推荐的公平性、透明性要求，禁止平台利用算法优势偏袒特定商家；同时督促平台公开算法推荐基本规则，杜绝商家通过输送利益、使用外挂等不正当手段干扰算法，实施不正当竞争行为。

三是强化用户信息管控。平台应建立健全用户信息安全管理制度，明确AI算法收集、存储、使用用户信息的边界和范围，对用户信息进行加密存储，定期对算法信息安全进行检测，及时修复安全漏洞。

(作者单位：浙江省衢州市柯城区人民法院)