



剑指“刷单好评”“低价陷阱”

新版反不正当竞争法今起实施

N 央视新闻 新华社

新修订的《中华人民共和国反不正当竞争法》(以下简称新法)10月15日将正式施行。这部法律历经三次修改,直面数字经济时代的新挑战与民生关切的问题,通过制度升级为公平竞争市场秩序装上“安全阀”,为经营者与消费者权益提供更坚实的法律保障。

强化网络竞争规则

禁止虚假交易
恶意退货等行为

针对平台经济发展中的不正当竞争新形态,新法第十三条专门强化了网络竞争规则。

明确禁止经营者利用数据、算法、平台规则实施三类行为:

一是强制跳转、恶意卸载等破坏其他经营者服务正常运行的行为;

二是不正当方式获取、使用他人合法持有的数据;

三是滥用平台规则实施虚假交易、虚假评价、恶意退货等打压竞争对手的行为。

这意味着“流量劫持”“数据窃密”“网络水军”等乱象将面临直接法律规制。

新法还聚焦了“大企业拖欠中小企业账款”的问题,新法第十五条首次明确禁止大型企业滥用优势地位,要求中小企业接受不合理交易条件或拖欠账款。

这一规定直指实践中“大企业压款半年以上”“验收标准随意变更”等不公平交易现象,为中小企业营造更平等的竞争环境,也为中小企业提供了明确的维权依据。

象将面临直接法律规制。

打击“傍名牌”

整治直播间“打擦边球”等侵权乱象

如今打开直播平台,经常会看到一些商家“打擦边球”的现象,比如一些小的服装品牌,其商标及名称与知名品牌极其相似,又或者是一些食品饮料的包装,与一些知名品牌仅一字之差,这些行为让消费者误购,正牌企业则面临品牌形象受损、市场份额被蚕食的困境。

新法针对市场中屡禁不止的“傍名牌”“搭便车”乱象,尤其是网络直播间

的混淆行为,作出了更细致、更明确的规定。

打开各类网络平台的直播间,“傍名牌”已形成多元化侵权模式,一类是驰名商标攀附引流,在一家直播间,记者看到电商公司直接将“某天鹅”驰名商标植入短视频引流,直播间也到处是品牌的标志,此类行为在电器、手机、美妆领域最为集中。

还有一类是模糊话术误导消费的现象,“渠道货

进专柜无压力”“某知名主播同款”成为高频话术陷阱。这也正是新法针对性规制的重点。

全国人大常委会法工委社会法室副主任高莉娜介绍,本次修订又增加了一些规定,首先是不得擅自使用他人有一定影响的新媒体账号名称、应用程序名称或者图标。其次不得擅自将他人注册商标、未注册的驰名商标作为字号,以及将他人名称、注

册商标、未注册的驰名商标设置为搜索关键词,引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系。再有不得帮助他人实施混淆行为。

针对混淆仿冒行为,第七条新增对新媒体账号名称、应用程序名称图标等标识的保护,将“设置他人商标为搜索关键词引人误认”明确列为混淆行为,回应了电商平台“蹭流量”乱象的治理需求。

遏制“内卷式”竞争

根治“刷单好评”“低价陷阱”

新法通过精准立法回应了民生与市场关切,比如根治“虚假评价”顽疾、遏制“内卷式”恶性竞争等,这些都在新法中有明确规定。

“看评价下单”是很多消费者的网购习惯,但虚假评价却早已形成灰色产业链。浙江丽水警方曾侦破一起涉案资金3000余万元的刷单案,犯罪团伙通过软件生成2000余万条虚假交易记录,为5000余家电商刷取“爆款”假象。更有企业通过购买竞品发布恶意差评打压对手,严重误导消费决策。

新法第九条明确禁止组织虚假交易、虚假评价,第十三条进一步规定平台不得指使他人实施虚假评价。同时要求平台建立不正当竞争举报

机制,发现违规需及时处置并报告监管部门,形成“平台自查+监管监督”的双重防线。

此外,新法还将遏制“内卷式”恶性竞争,让消费者远离“低价真香”陷阱。近年来,充电宝行业出现“2万毫安14.5元包邮”的极端低价,背后是电芯等原材料偷工减料,已引发多起公共交通上的起火事故;茶饮行业的“1元奶茶”促销,让中小商家陷入“不参与失流量、参与必亏损”的困境。

新法第十四条针对性破解平台“低价内卷”难题,明确规定平台经营者不得强制或变相强制平台内经营者以低于成本的价格销售商品,市场监管部门可依据相关条款,对低于成本价销售且扰乱秩序的行为实施查处。

古城“微手术” 打通西街“血栓路”

泉州西街与新华路交叉口完成“隐形升级”,曾被戏称为“最堵路口”的交通节点变身宽敞安全的通行空间