



“阴阳菜单” 宰客刀子快 “专家鉴定” 出场均临演

市消保委工商局分别曝光 2016 年度消费投诉及侵权案例

本报记者 金旻矣

明天,就是消费者权益保护日。在3·15前夕,市消保委公布了“2016年度消费投诉10大曝光案例”,市工商局也公布了“2016年度10大侵害消费者合法权益典型案例”。20起案例中,涉及电商、旅游、健身、保健品、餐饮、教育培训、汽车销售、服装销售等行业,西贝莜面村、优衣库、快乐柠檬、淘在路上、网之易等企业“榜上有名”。

2017年消费维权年主题是“网络诚信,消费无忧”。记者注意到,在消费者投诉集中的10大案例中,在线消费(包括移动商城返利、网游充值、在线旅游、网上购买服务等)占据6起,表明如今网络消费已成“大势所趋”,但网络诚信尚未跟上“互联网+”的快速发展,网络的虚拟性导致维权困难。



2016年度消费投诉10大曝光案例

- 黑骏马健身长宁店拒不按约提供服务
- “麦兜旅行”突然停业引发群体投诉
- 舜品移动商城设置消费返利陷阱
- HI维修误导消费者购买延保服务且拒不履约担责
- “淘在路上”平台突然停运引发群体投诉
- “上海博翰堂中医药”设置保健品营销陷阱
- 网之易公司随意封停游戏账号引发群体投诉
- 中景宾馆公司未真实披露二手里程数信息
- “米到财来”网暂停运营引发群体投诉
- 优宝教育培训公司设置障碍不予及时退还钱款

2016年度10大侵害消费者合法权益典型案例

- 上海仪科亭茶业有限公司欺骗性销售诱导消费者案
- 上海金咏文化艺术策划有限公司侵犯“迪士尼”注册商标专用权案
- 上海爱一特餐饮有限公司长宁分公司(西贝莜面村)侵害消费者知情权案
- 上海仕壹行贸易有限公司销售以次充好产品案
- “快乐柠檬”加盟店徐汇区懿健饮品店未按规定标明真实名称和标记案
- 上海九华汽车销售有限公司违规搭售案
- 上海量策文化传播有限公司虚假广告案
- 优衣库商贸有限公司上海青浦吾悦广场店不公平格式条款案
- 上海翡翠职业技能培训学校虚构招生信息案
- 绍海信息技术(上海)有限公司虚假宣传净水器功能案

2016十大侵害消费者合法权益案例

一口(杯)茶喝掉48元

当事人上海仪科亭茶业有限公司负责人郭某雇佣陈某、王某等,在轨交10号线豫园站附近拉客。去年4月6日,“茶托”搭识并诱导2名日籍学生游客前往“豫园茶馆”喝茶。1小时内,5人先后喝了人参乌龙茶、茉莉龙珠、花果茶、工艺花茶、荔枝红茶、铁观音等6种茶,每种茶每位48元(价格单显示),合计1440元,包间费每位30元,合计150元,共计1590元。另购买茶叶,总计2114元。

当事人构成雇佣他人进行欺骗性销售诱导的行为。黄浦区市场监管局对其作出罚款50万元及吊销营业执照的行政处罚。

【点评】本案发酵于微博“48元一口”(实际为48元一杯)、“日本游客”、“天价茶”等吸引眼球的表述,舆论高度关注。黄浦区市场监管局主动出击,净化了市场环境。对景区、商务楼宇等周边的拉客宰客行为,消费者要强化自我保护意识;及时投诉、举报。

侵犯“迪士尼”商标专用权

上海金咏文化艺术策划有限公司为招揽生意,提升企业关注度,在组织儿童夏令营和微电影拍摄等服务过程中,未经迪士尼企业公司授权同意,擅自在其官网及微信公众号金咏文化上使用“迪士尼”、米老鼠图形、叮当小仙女图形等商标,使消费者误认为活动与迪士尼存在联系。金山区市场监管局依法对其罚款1万元,并责令其立即停止侵权行为。

【点评】去年迪士尼乐园开园,少数经营者搭“顺风车”、打“擦边球”,易出现侵犯知名商标专用权、“傍名牌”等违法经营行为,影响公平竞争的市场环境,也不利于我国积极保护知识产权的形象。工商部门将继续开展保护“迪士尼”注册商标专用权专项行动,严厉打击违法行为。

西贝莜面村菜单不同价

上海爱一特餐饮有限公司长宁分公司(西贝莜面村)的菜单宣传册(含菜品价格)采用两个版本,分别提供给大堂和包房的客人。两个版本的菜单,从外观设计到菜品内容介绍

完全相同,但部分菜品价格不同,却无明显告知。长宁区市场监管局对其进行了行政处罚。

【点评】同一商品(服务)同店同价、明码标价是经营者的基本义务。本案中,商家使用了两个不同版本的菜单,消费者在一般情况下很难发现菜单的不同。经营者利用自身优势地位,侵害了消费者的知情权。

机油换标签以次充好

2012年至2014年期间,上海仕壹行贸易有限公司在经销道达尔7400系列机油与6600系列机油时,擅自委托上海剑都数码喷绘技术有限公司印制7400系列机油标签,并利用两种机油油桶相同的便利,将部分6600系列机油油桶上的标签撕下,更换为7400系列机油标签,并冒充价格较高的7400系列机油销售。两种机油的市场售价差,为200元-300元/桶左右。闵行区市场监管局依法对其作出罚款516万元的行政处罚。

【点评】私自更换机油标签,以价格较低的商品冒充价格较高的商品销售,不仅存在明显的故意因素,且机油属于对机动车发动机影响较大的因素,违法行为性质恶劣。

“快乐柠檬”加盟店未标记

位于复兴中路1195-3号一楼的“快乐柠檬”饮品店,是懿健饮品店“快乐柠檬”品牌的加盟方,但该店未按规定标明特许人和自身作为被特许人的名称和标记。该行为违反了《上海市消费者权益保护条例》的有关规定,被徐汇区市场监管局依法予以处罚。

【点评】根据《商业特许经营管理条例》的规定,加盟店(被特许人)一般独立承担民事责任,发生消费争议后消费者往往无法直接向特许人(品牌所有人)进行求偿。2015年新实施的《上海市消费者权益保护条例》规定,“通过加盟等形式从事商业特许经营活动的,应当标明特许人和被特许人的真实名称和标记。”

汽车销售违规搭售

上海九华汽车销售有限公司在销售汽车过程中,针对上外省车牌的消费者,在车价外另行收取报保费。实际上,所谓的报保费并无

国家相关规定。奉贤区市场监管局依法对当事人实施行政处罚,罚款7万余元。

【点评】汽车销售过程中,易出现“潜规则”,如要求消费者支付“出库费”、“PDI”检测费等,应当打破。

所谓“专家”均是临演

上海量策文化传播有限公司通过某卫视播放广告,其中的“镶嵌一对极品红宝石”“权威机构特别授权”“中国和田玉博物馆权威出品,中国玉文化博物馆全程监制”等广告语,均为随意杜撰。广告中,所谓中国艺术收藏联合会主任、资深财经评论员、和田玉博物馆副馆长、中国艺术收藏联合会会长等特邀嘉宾,均为雇佣的临时演员。该行为违反《广告法》有关规定,构成了虚假宣传,青浦区市场监管局依法对其罚款8.1万元,并责令停止广告发布。

【点评】在收藏品、工艺品、特许产品的广告中,易出现所谓“专家鉴定”“专家推介”等虚假或误导宣传,广告主、广告经营者、广告发布者都有不可推卸的法律责任。新《广告法》已实施,经营者应诚信经营,杜绝虚假广告。

优衣库自定“霸王条款”

自2014年12月起,优衣库商贸有限公司上海青浦吾悦广场店出具的收银条上,“退换商品规定”中含有“皮带、拖鞋、眼镜、以及袋装类、婴幼儿装等商品,恕不退换”等内容。收银台的“退换商品规定”告示中,也含有相同规定。该行为违反了《合同违法行为监督处理办法》,违背了公平原则,属于不公平格式条款,加重了消费者责任。青浦区市场监管局依法对其予以行政处罚。

【点评】经营者通过格式条款与消费者作出约定,免除经营者义务、加重消费者责任、排除消费者权利的合同格式条款,俗称“霸王条款”。消费者发现此类“霸王条款”,可及时举报。

培训学校虚构学员信息

上海翡翠职业技能培训学校在学校网页上,自行编撰“张豪”、“王志杰”、“冯发明”、“黄文腾”等四人的姓名、职业、薪资和摘要等信息,通过“学员毕业后能获得高薪”来招生。该行为构成虚假或者引人误解的宣传行为,虹口区市场监管局依法对其作出行政处罚。

【点评】学校在网站的“明星学员”栏目中自行杜撰学员的姓名、职业、薪资和摘要等内容,严重损害网络信用评价体系的运行,侵害了其他网络经营者合法权益和社会经济秩序。

虚假宣传净水器功能

绍海信息技术(上海)有限公司为“1号店”的站内经营者,向亿家联合环保设备(北京)有限公司采购从日本进口的“东丽比诺”SW801型家用净水器,向上海盈舟贸易有限公司采购“滨特尔”EF-900MS型净水器,并通过“1号店”交易平台对外销售。在销售网页上,当事人在商品介绍“产品参数”部分,分别标明“东丽比诺”SW801型家用净水器的“过滤总量15000L”、标明“滨特尔”EF-900MS型净水器的“流量9840L”。但实际上使用了所谓的日本工业标准JISS3201实验结果和美国NSF测试数据,且上述数据远大于中国卫生部批件上核准的数据,极易使消费者产生误解。该行为构成虚假宣传行为。浦东新区市场监管局依法予以行政处罚,对当事人罚款15万元,责令停止违法行为,消除影响。

【点评】净水器的性能、参数指标是消费者购买选择时的主要参考标准。当事人混淆概念,误导消费者,属于不正当竞争行为。

专家“服务团” “智囊”助维权

本报讯(记者 金旻矣)面对新消费领域出现的新情况,需要专家“智囊”来帮助维权。昨天,市消保委与上海法学家企业家联谊会共同成立“上海消费维权法律专家服务团”(以下简称“服务团”),建立上海消费维权的法律后

援和专家智库,为消费者提供法律后援服务。据悉,除了提供法律后援服务外,“服务团”还将参与市消保委组织开展的消费调查、消费体察等社会监督活动,并围绕消费热点、维权难点开展理论性、前瞻性研究。