

网上经营不要“放飞自我”

市场监管部门严厉打击网络交易违法行为

为了进一步促进网络平台经济规范健康发展，维护网络市场秩序，净化网络交易环境，市场监管部门紧盯民生领域群众反映强烈、社会舆论关注的突出问题，持续加大执法力度，依法查处虚假广告、价格欺诈、商标侵权、不正当竞争等违法行为。本期“专家坐堂”以案释法，警示违法者，提醒消费者，网络交易虽然方便，但如果不守法，就会受到相应的惩处。

案例 1

美容产品虚假打折 诱骗消费者交易

2022 年 7 月，北京市市场监督管理局在监督检查中，发现北京西美医疗美容门诊部涉嫌存在“利用虚假的或者使人误解的价格手段，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易”的违法行为，予以立案调查。

经查，当事人在大众点评“西美医疗美容”店铺的一款热门销售商品，2021 年 10 月 10 日至 2022 年 7 月 11 日期间价格展示为“17940 元已优惠 8060 元”，未标明折价、减价的计算基准。执法机关依据《价格法》《明码标价和禁止价格欺诈规定》等有关规定，责令当事人改正违法行为，并对其作出罚款 6 万元的行政处罚。

【典型意义】

少数医疗美容机构通过虚假折价、减价或者价格比较等价格欺诈手段，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易，开展虚假的价格促销活动，侵犯了消费者的合法权益。执法机关通过打击医疗美容领域价格违法行为，有效规范了医疗美容市场的价格秩序。

案例 2

菜品公示有“水分” 对消费者产生误导

2022 年 8 月 12 日，北京市石景山区市场监督管理局根据投诉线索，对北京早春二月餐饮管理有限公司立案调查。经查，当事人作为人网餐饮服务者，存在网上公示的“健康有机花菜（小份）”菜品主要原料不真实的问题，原材料没有公示有机认证，对消费者产生误导。2022 年 5 月 6 日，执法机关对当事人作出警告的行政处罚之后，发现当事人仍然存在上述问题。执法机关依据《网络餐饮服务食品安全监督管理办法》等有关规定，责令当事人改正违法行为，并对其作出罚款 5000 元的行政处罚。

【典型意义】

少数餐饮单位未按规定真实准确公示菜品的相关信息，侵犯了消费者合法权益。执法机关严厉查处，督促餐饮单位规范经营、守法自律，筑牢市场领域安全底线，营造健康的消费环境。

案例 3

未经授权冒用商标 代驾服务涉嫌侵权

2022 年 2 月 28 日，北京市丰台区市场监督管理局根据北京易捷顺达汽车租赁有限公司打着“e 代驾”的名号从事互联网代驾相关服务的举报线索，对其立案调查。

经查，“e 代驾”从未授权任何平台使用“e 代驾”商标。执法



资料图片

人员在当事人实际经营场所发现大量印制有“e 代驾”字样的宣传品，经进一步调查取证，查实当事人未经“e 代驾”许可使用与其注册商标相同或者近似的商标，违反《商标法》有关规定。执法机关依据《商标法》等有关规定，责令当事人停止侵权行为，并对其作出罚款 12.5 万元的行政处罚。

【典型意义】

近年来，代驾服务模式不断翻新，部分经营者为了吸引消费者，利用微信公众号、微信小程序等软件，在未取得商标权利人授权的情况下，以知名商标引流，属于侵权行为。执法机关严格依法查处商标侵权违法行为，保护了商标权利人合法权益，规范了互联网代驾服务市场秩序。

案例 4

未及时更新信息 餐饮公司被处罚

2021 年 12 月 27 日，北京市石景山区市场监督管理局根据相关线索，对北京七月麦香餐饮管理有限公司未及时更新平台公示主体信息行为，予以立案调查。

经查，2020 年 11 月 4 日前，美团平台店铺“七月麦谷天然奶油蛋糕（北京店）”由北京市阿文吉祥食品有限公司经营。2020 年 11 月 4 日后，“七月麦谷天然奶油蛋糕（北京店）”改由当事人经营。当事人在美团平台公示了该公司营

业执照，但未及时更新食品安全档案中单位名称，且未按照执法机关要求改正违法行为。执法机关依据《电子商务法》等有关规定，责令当事人改正违法行为，并对其作出罚款 7000 元的行政处罚。

【典型意义】

市场主体通过电子商务平台从事经营活动，应与线下实体店一样，依法履行法定义务，公示相关主体信息，接受广大消费者的监督。执法机关对此类网络违法行为通过大数据排查等手段加强监管执法，有效保护消费者合法权益，营造公平、有序、安全的网络市场交易环境。

案例 5

通过虚假交易刷单 严重扰乱市场秩序

2022 年 3 月 31 日，北京市密云区市场监督管理局依法对北京翰海辰星商业有限公司涉嫌虚假商业宣传的违法行为立案调查。

经查，当事人为了提升公司商品销售量，通过虚假交易的方式，在某电商平台完成订单 54 单，完成交易 1.296 万台，完成商品虚假评价 1280 条。当事人上述行为属于对商品的销售状况、用户评价作虚假或者引人误解的商业宣传的行为。执法机关依据《反不正当竞争法》等有关规定，责令当事人停止违法行为，并对其作出罚款 40 万元的行政处罚。

【典型意义】

电商交易中，用户评价往往是消费者选择商品的重要参考因素，不法分子寻找“刷手”进行虚假交易，以不正当方式提高商品销量，严重扰乱了网络市场秩序。此案是对“刷单炒信”不法行为的严肃惩戒和有效震慑，保障了消费者的合法权益，进一步规范了电子商务行为，维护了公平、公正的网络市场竞争秩序。

案例 6

损害竞争对手声誉 干扰消费者正常选择

2021 年 10 月，北京市朝阳区市场监督管理局根据举报线索，对北京乐纯悠品食品科技有限公司涉嫌诋毁竞争对手商品声誉的违法行为立案调查。

经查，当事人在其天猫旗舰店对所售的乐纯儿童奶酪棒进行宣传，宣传视频中当事人称，上海妙可蓝多食品科技股份有限公司出品的妙可蓝多奶酪棒和邦士（天津）食品有限公司出品的百吉福成长奶酪含有大量的添加剂，吃多了会影响孩子身体发育，暗示选择妙可蓝多奶酪棒、百吉福成长奶酪等类似奶酪棒是错误的选择，选择乐纯儿童奶酪棒才能“不踩坑”。当事人的上述行为属于损害竞争对手商品声誉的商业诋毁行为，执法机关依据《反不正当竞争法》等有关规定，责令当事人停止违法行为，并

对其作出罚款 10 万元的行政处罚。

【典型意义】

个别违法经营者通过不正当手段，歪曲竞争对手商品的真实情况，编造错误信息误导消费者，不但干扰消费者的正常选择，而且损害了竞争对手的商品声誉。执法机关依法查处此类违法行为，有效维护了公平竞争的市场秩序，营造了良性竞争的市场环境。

案例 7

为了吸引点击量 短视频虚假宣传

2022 年 6 月 23 日，北京市通州区市场监督管理局根据举报线索，对谦的朋友（北京）文化传媒有限责任公司直播时涉嫌虚假宣传违法行为予以立案调查。

经查，当事人为了吸引点击量，在抖音平台账号展示的视频含有“直到今天我公司的销售额从零到破亿”“抖音四个月赚了 2 个亿”“变现了两个亿”等内容，属于虚假宣传的违法行为。执法机关依据《反不正当竞争法》等有关规定，责令当事人停止违法行为，并对其作出罚款 30 万元的行政处罚。

【典型意义】

网络短视频以其碎片化、强社交属性、创作门槛低等特点，广受年轻人推崇，但是短视频平台目前也存在诸多问题。执法机关严厉查处此类虚假宣传的违法行为，有效净化短视频平台环境，助力平台规范健康持续发展。

案例 8

网络直播贬低其他商品 涉不正当竞争遭受处罚

2021 年 11 月，北京市海淀区市场监督管理局根据网民举报，对某平台主播在直播间售卖螺蛳粉时，通过贬低他人的方式帮助其他经营者作引人误解的商业宣传行为予以立案调查。

经查，2021 年 11 月 6 日，当事人在某平台直播间为某品牌螺蛳粉带货。直播中，主播将该品牌螺蛳粉与其他品牌螺蛳粉并列摆放展示，然后将其他品牌螺蛳粉扔入垃圾桶中，并使用“那个是什么鬼，我真的不明白那个是什么鬼”“它连及格线都不到”等言语对其进行贬低。执法机关依据《反不正当竞争法》等有关规定，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。

【典型意义】

网络直播营销活动近年来发展迅速，这种营销模式往往“流量为王”，一切以粉丝数和销售数据为导向，一些违法企业为了“吸流量”“博眼球”，获取不正当竞争的利益，侵害了其他企业的合法权益，造成了不良社会影响。执法机关依法查处此类违法行为，保证了市场经营活动竞争的公平性和有效性，推动了网络直播营销活动依法合规发展。

（来源：中国市场监管报）