

上海市市场监督管理局

上海市市场监督管理局公布

2024年侵害消费者权益典型案例

1

上海市浦东新区合庆镇红胜火餐饮店强制交易案

案情简介：本案当事人主要从事餐饮经营活动，通过手机扫码点餐系统为消费者提供点餐服务，在未告知消费者的情况下，点餐系统自动生成与就餐人数相同的“瓜子、花茶、小料”项目订单，价格2元/份，并设置于点餐系统底部，不易被消费者发觉；此外，当事人保留线下纸质菜单点餐方式，但服务员同样在未提醒注意或告知的情况下，自行将上述项目加入点餐内容。

当事人的上述行为构成强制或者变相强制消费者购买商品的行为，浦东新区市场监督管理局依法责令当事人改正了违法行为，并作出警告和罚没1974元的行政处罚。

案例点评：当前，扫码点单已成为餐饮业普遍存在的服务方式。本案违法行为实施手段较为隐秘，加之涉案金额低，即便消费者事后察觉，也很少会找经营者维权。2024年7月1日实施的《消费者权益保护法实施条例》规定，经营者不得利用技术手段，强制或者变相强制消费者购买商品或者接受服务，通过搭配、组合等方式提供商品或者服务的，应当以显著方式提请消费者注意。

2

上海市静安区忆欣美容美发店收取预付款未订立书面合同案

案情简介：当事人自2024年7月1日起为消费者办理的多张会员卡均未签订书面协议。消费者仅填写了会员卡申请表，内容包含顾客姓名、联系方式以及储值金额。当事人未与顾客签订任何形式的书面合同，未约定预付卡的具体内容、退还方式、违约责任等事项。

鉴于当事人系首次违法，且情节轻微，并及时进行了整改，静安区市场监督管理局对当事人作出警告的从轻行政处罚。

案例点评：近年来，为快速回笼前期投入成本，部分经营者选择以收取预付款的方式提供商品或者服务。由于经营者运营不规范、经营不善等原因，经常出现消费者接受的商品或服务与经营者承诺不一致、用卡时增加费用、经营主体变更导致消费者无法兑付使用等问题。2024年7月1日起实施的《消费者权益保护法实施条例》中明确要求“经营者以收取预付款方式提供商品或者服务的，应当与消费者订立书面合同，约定商品或者服务的具体内容、价款或者费用、预付款退还方式、违约责任等事项”。

3

尊者汇(上海)养老服务有限责任公司排除消费者解释格式条款权利和违反价格法案

案情简介：当事人场所放有“金山常青藤及宁波杜湖山庄三天两夜养生、养老深度体验”宣传单，该宣传单称“原价298元/人，现优惠价168元/人”，共有426名老年消费者参与报名，合计71568元。此外，宣传单包含“最终解释权归公司所有”内容。经查，当事人上述宣传单所称“原价298元/人”的价格从未有历史成交记录。

当事人宣传单包含“最终解释权归公司所有”的行为违反了《合同违法行为监督处理办法》第十一条

□ 见习记者 王戴然

3·15前夕，上海市市场监督管理局从2024年查办的侵害消费者权益案件中，筛选并公布一批典型案例。这些案例不仅有网络购物、餐饮食品、家电维修、美容美发等与民生紧密相关的消费领域，还涉及盲盒消费、直播带货、“种草”笔记等当下流行的新兴消费模式，包含个人信息保护、小病大修、强制交易、虚假宣传、违法盲盒、作弊秤等典型的侵害消费者权益违法行为。现集中公布这些典型案例，将有效震慑不法经营者，督促经营者守法自律、诚信经营，并增强消费者自我保护能力，引导科学理性消费。

第一款第(四)项的规定，当事人虚假价格比较的行为违反了《价格法》第十四条第一款第(四)项的规定。徐汇区市场监督管理局对当事人作出警告和罚款8.2万元的行政处罚。

案例点评：本案当事人通过虚假价格比较的方式，让老年消费者误以为得到“优惠”。此外，通过单方面享有解释权这一典型的违法格式条款，达到排除消费者权利的目的。养老服务是保障老年人晚年健康生活的基础，养老机构应当落实好主体责任，从广告宣传、食品安全、消费合同、价格等各方面合规经营，保护老年消费者合法权益。

4

上海羽赵综合经营部在贸易结算中使用以欺骗消费者为目的的电子计价秤案

案情简介：为提高收入，当事人通过在秤的不锈钢托盘和机身连接处系上一根细线，细线另一端拴一根铁棒置于地面的方式，自行改装了电子计价秤。当对商品进行称重时，轻拽细线或轻踩铁棒，可增加商品的称重重量，严重侵害了消费者的知情权和公平交易权。

当事人的上述行为违反了《计量法》第二十七条的规定，虹口区市场监督管理局对当事人作出没收作弊秤并罚款1000元的行政处罚。

案例点评：“作弊秤”手法五花八门，消费者要学会三招维护自身权益：“一看”，看电子秤是否有强制检定二维码，并扫码查看检定有效期；“二听”，称重前听电子秤有无发出可疑的按键声响；“三核”，记住自己手机的重量，商品称重的同时直接放上手机，看增加的重量与手机的重量是否一致，也可借助市场公平秤来复核。

5

上海代酷安商务咨询有限公司虚假宣传和侵犯消费者权益案

案情简介：当事人从他处收集约20万余条消费者个人信息，在未向消费者明示过收集信息的目的、方式和范围且未征得同意的情况下，将上述信息导入到当事人的“斗星智能”系统账号中。通过该系统的机器人语音AI外拨软件，自动拨打语音电话，推销贷款业务。另查，当事人在未获得上海银行信贷中心委托的情况下，存在以“上海银行信贷中心”名义推销业务开展虚假宣传的行为。

当事人的上述行为构成虚假宣传和侵害消费者个人信息的违法行为。杨浦区市场监督管理局依法对当事人作出责令停止违法行为，并罚款30万元的行政处罚。

案件点评：该案是本市市场监管部门集中开展的银行信贷领域清理整治暨“清链”行动的典型案例。一段时期以来，不少消费者接到大量AI语音电话推销各种业务，对方能准确报出消费者的姓名、住址、工作单位等信息，消费者深受其扰。办案机关从侵犯消费者权益和虚假宣传两方面入手，对长期困扰消费者的“骚扰电话”源头施以重拳，有效规范了行业经营秩序，切实维护消费者个人信息安全。

6

上海兰汀思餐饮管理有限公司不正当竞争案

案情简介：当事人在电商平台直播间宣称其销售的肉粽系“直播间现做现发”，而消费者实际买到手的却为预包装食品。当事人为招揽顾客，在没有真实历史背景的情况下，将创立不足一年的自有餐饮品牌“老食鲜”宣称为“上海40年老牌子”、“百年老字号”，并通过设计脚本、话术，精选食材拍摄视频，在直播过程中虚假展示现包粽子的场景，将购进的真空包装的预制产品，虚假宣称为“66家实体店”直播间现做现发的老字号品牌肉粽进行大量销售。

当事人的上述行为构成虚假宣传的不正当竞争违法行为。宝山区市场监督管理局依法责令当事人改正违法行为，并作出罚款8万元的行政处罚。

案例点评：近年来，直播带货快速发展，部分主播为追求销量，说得天花乱坠，观众误以为能买到物美价廉的商品，收到货却发现不是那么回事。本案当事人通过文字、短视频、直播展示等多种方式对所售商品进行虚假宣传，将普通预包装食品当成老字号现做商品销售，不仅侵害了消费者的知情权、选择权，也扰乱了正常的市场经营秩序。广大消费者在享受直播购物时，也应保持警惕，理性看待宣传内容，购物后保存直播视频、聊天记录、商品介绍页面截图、支付凭证等，如遇虚假宣传、货不对板的情况，及时依法维护自己的合法权益。

7

上海鱼陌文化传媒有限公司虚假宣传案

案情简介：当事人自2024年1月2日起，为推广产品、提高销量，通过与电商平台博主合作的方式进行虚假交易，发布虚假“种草”笔记，具体流程为：1、当事人公司员工通过平台与博主取得联系，添加博主微信；2、员工引导博主在其网店下单，凭订单号将货款通过微信转还给博主；3、如博主根据当事人提出的要求在网店发布买家秀好评、制作图文“种草”笔记，当事人将额外支付佣金。自2024年1月2日至案发，当事人以上述形式进行虚假交易60单，涉及货款及佣金共计7250.73元，由博主制作“种草”笔记共15篇。

当事人编造用户评价欺骗误导消费者，闵行区市场监督管理局对当事人作出了罚款1万元的行政处罚。

案例点评：“种草”笔记是近年来兴起的一种消费者通过社交媒体、电商平台分享消费经历的新方式，而一些商家却把“种草”笔记当作违法宣传、不当揽客的工具。虚假“种草”形成的虚假信息使消费者难以获取真实商品信息，不仅干扰消费选择，也扰乱市场秩序。市场监管部门坚决查处虚构用户评价、雇佣水军刷单等违法行为，保护消费者的知情权和选择权。

(下转6版)