

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

(上接5版)

8 上海二合和文化用品有限公司合同违法和侵害消费者权益案

案情简介：本案当事人主要从事线上盲盒销售。经查，当事人未以显著方式公示其销售的盲盒产品抽取概率信息。另查明，当事人为了免除自身责任以及规避自身的经营风险，于商品销售页面标注有“如未成年人擅自购物，造成的损失本店概不负责”的格式条款。

当事人上述销售盲盒的行为构成随机抽取销售未以显著方式公示商品抽取概率的行为，以及利用格式条款免除自身责任的行为。金山区市场监督管理局责令当事人立即改正，并处以罚款2000元的行政处罚。

案例点评：盲盒产品未公示抽取概率，使得消费者在购买时无法预知获取特定商品的机会，这无疑加剧了消费者与商家之间的信息不对称。这种行为不仅损害了消费者的知情权，也破坏了市场的公平竞争环境。同时，针对未成年人盲盒消费，市场监管总局2023年出台的《盲盒经营行为规范指引（试行）》就指出，盲盒经营者不得向未满8周岁的未成年人销售盲盒。向8周岁及以上未成年人销售盲盒商品，应当依法确认已取得相关监护人的同意。

9 上海焰火网络科技有限公司未以显著方式提醒消费者自动续费案

案情简介：当事人经营的软件对外销售有自动续费功能的会员服务，涉嫌侵害消费者权益。经查明，当事人经营的一款名为“飞鸟下载器”的软件，于2023年4月28日起开始以“连续包月”、“连续包季”的形式对外销售有自动续费功能的会员服务。但在该会员服务自动续费日期前，未以显著方式提醒消费者注意，由消费者自主选择是否续费，侵害了消费者的知情权和自主选择权。

当事人的上述行为构成了在自动续费日期前未以显著方式提醒消费者注意，由消费者自主选择是否续费的行为。崇明区市场监督管理局依法对当事人作出责令改正和罚款8000元的行政处罚。

案例点评：近年来，用户为了享受更好的服务或临时使用某项会员功能，往往选择订阅会员服务，其中自动续费机制却频繁成为消费陷阱。部分服务提供商在未对消费者进行提醒的情况下直接扣款，严重侵害了消费者的知情权和自主选择权。广大消费者在接受类似自动续费服务时，要仔细阅读相关服务条款，了解扣款金额、扣款方式、提醒方式等关键信息。

10 上海鼎密空调技术工程有限公司侵害消费者权益案

案情简介：当事人主要从事制冷、空调设备的销售和维修等业务。2024年8月21日，当事人员工在为消费者提供空调维修服务过程中，将遥控器乱码问题谎称为内机主板损坏问题进行维修。当事人通过谎报为消费者维修空调内机主板，向消费者收取维修费450元。

当事人在维修服务过程中谎报用工用料的行为，违反了《侵害消费者权益行为处罚办法》第十三条第（一）项的规定，上海市市场监督管理局责令当事人改正，并对当事人作出警告和罚款900元的行政处罚。

案例点评：家电维修服务涉及千家万户，虚构故障、虚假维修、高额收费，而事后又无处寻找的家电维修“黑商家”是家电维修领域的乱象焦点。市场监管部门从快扎实办理了一批整治行业乱象的系列案件，以案释法，以宣促醒，提示消费者，震慑不法商家，并积极做好案后延伸治理，加强对平台和家电维修企业的合规指导。消费者在接受维修服务时，可以通过产品说明书或者官方公布的联系方式，选择品牌官方售后服务等正规维修渠道。在维修时注意查验商家资质和维修人员身份。维修后应对产品进行全面调试，并索要费用票据和质保凭证，以便后续维权。

受益于以旧换新补贴等利好

京东四季度带电、日百品类均实现同比双位数增长

3月6日，京东集团【纳斯达克代码：JD，港交所代号：9618】发布了2024年四季度及全年业绩。2024年全年收入为11588亿元人民币，其中第四季度收入为3470亿元人民币，同比增长13.4%。四季度，京东在带电品类、日百品类上均实现同比双位数增长，其中商超品类实现了连续四个季度的双位数增长，“又好又便宜”的用户体验驱动了各个品类的良性增长。

过去一年来，京东采销在世界各地寻源价“又好又便宜”的好产品，让偏远乡村的用户也能享受到了高品质的3C数码、家电家居产品。在县域农村地区，智能货架、智能牙刷架、智能存储等智能产品成交额同比增长均超180%，升级版大小家电产品成交额也获得快速增长，离子直发梳、内衣裤清洗机、冰洗烘套装等增长均超2倍。以旧换新补贴也极大促进了消费市场繁荣发展，过去一年以旧换新关联搜索量同比增长80倍，北京、广东、浙江、四川、湖北排名TOP 5，空调、手机、冰箱、洗衣机、平板电视五大品类热度最高。具体来看，烘干机以旧换新订单成交额同比增长近3倍，顶侧双吸油烟机、

微单相机、电动牙刷、电压力锅、洗碗机增长均超160%。

京东超市24年3月上线“百亿农补”会场，三年投入100亿资源补贴农产品，确保以便宜的“产地价”让消费者享受优质农特产，实现为消费者省钱20%，同时为农民增收10%；京东七鲜以低于行业价格的“击穿价”为用户提供新鲜优质的商品，通过“产地直采”、“海捕直达”，京东七鲜不仅能够溯源产业链源头、缩短供应链环节、将中间成本降至最低，同时还能够将来自云贵地区的春菜，来自大连、威海的当季海鲜等各类时令鲜品用空运直达、冷链等物流方式第一时间送达京东七鲜各地的店仓，让消费者品尝到“田间直达餐桌”的极致新鲜。

京东服饰“真5折”上线以来，携手近千个品牌，为广大消费者带来又好又便宜的时尚好物，其中超650个品牌同比超100%，覆盖男女装、运动鞋服、内衣、鞋靴、童装童鞋等多个服饰品类；京喜自营发布了“白牌国货工厂扶持计划”，宣布每年投入100亿元，为白牌国货工厂补贴商品价格，实施运营和流量扶持、补贴物流运费。据介绍，京喜自营“百亿



补贴”重点扶持1万家白牌国货工厂，初步测算平均每家工厂预估补贴100万元；京东造链接供需两端，与全国产业带品质示范工厂进一步深化合作，聚焦质价比与独特性，已为5000万用户提供600多个垂直品类，通过数据驱动全产业链有效发展。

京东始终聚焦在用户体验的提升

上，通过扩大供应链和提高效率持续降低采购成本，在保证产品质量的同时为消费者提供更具价格竞争力的产品。京东也将继续致力于促进用户体验带动用户增长，通过不断丰富产品供应，提供更广泛的价格范围，以满足不同市场消费者的购物需求，无论是追求性价比，还是寻求高端品质，京东都能提供满足需求的商品。