

虚假宣传、山寨“蒂芙尼”

合肥工商发布年度消费维权报告

网络商品和服务交易中，商家通过何种手段误导或欺骗消费者，哪些行业是消费者投诉的“重灾区”？3月6日，合肥市工商局发布了2016年度消费维权报告，梳理了过去一年合肥网络商品和服务交易的整体情况。与此同时，报告还罗列了部分典型案例，警示消费者在消费或接受服务过程中，如遇到维权纠纷要及时到相关部门报案或投诉，以保护个人的合法权益。

■ 记者 王玮伟



数据：网络服务交易类投诉占近60%

来自合肥市工商局的一项数据显示，2016年，该局共受理消费者咨询、投诉和举报186件，同比增长了10.7%，为消费者挽回经济损失14万余元。

若按投诉类型分，网络商品交易类76件，占投诉总量的40.9%；网络服务交易类投诉110件，占投诉总量的59.1%。若按受理渠道分，转办投诉98件，占投诉总量的52.7%；直接受理投诉9件，占投诉总量的4.8%；通过电话、网络、信件等方式接到投诉79件，占投诉总量的42.5%。按投诉主体分，婚恋交友网站投诉46起，占投诉总量的24.7%；“职业人士”投诉33起，占总投诉量的17.7%；旅行类网站投诉9起，占投诉总量的4.8%。

问题：婚恋网站消费纠纷成投诉“重灾区”

记者看到，通过梳理186起咨询、投诉举报案件，以下几类问题较为明显。如以次充好，网购品质难保证。随着电商行业的迅速崛起，网络购物已经成为人们日常购物的方式之一，也越来越受人们喜爱。但不同于实体购物的亲身体验，网购无法触及到实物，消费者无法感受商品质量好坏，难以作出准确判断。其次，虚假广告误导，网络消费亟须明辨。随着市场竞争的日趋激烈，一些商家、企业为了吸引更多消费者的关注，采取夸大产品和服务效果的宣传手段，误导甚至欺骗消费者。

另外，受理的投诉和咨询问题中，婚恋交友类投诉46起，占总投诉的24.7%。经梳理分析，发现问题主要集中在会员信息不真实、服务质量不满意、个性需求难满足等方面。目前，合肥婚恋交友网站大都未采取实名制注册，这为各种不诚信甚至违法行为提供了温床。因为注册简单、没有门槛，在婚恋网站认识而导致欺诈行为、纠纷事件屡有发生。

值得注意的是，网站服务人员在追求业绩的过程中往往会忽视服务质量，尤其在消费者已经缴纳相应的会费之后，降低服务质量，从而引起消费者的不满。服务人员在服务过程中可能会提出涉及消费者个人隐私的敏感话题，引起消费者的不满情绪也是消费者对服务质量不满意的主要原因。

案例一：医院虚假宣传遭罚款63万元

2016年1月，合肥市工商局接到投诉举报称合肥某医院在医院网站进行夸大宣传，误导消费者。

当事人在网站宣传医院连续5年获中国医院协会授予的“全国百姓放心示范医院”和中华医学会授予的“双向调节免疫疗法安徽地区临床诊疗基地”等称号并展示牌匾；宣传“热烈庆祝我院甲状腺科荣获白求恩基金援助”的白求恩诊疗公益活动。

还宣称“多年来甲状腺特色专科在诊疗领域中治疗有效率已有98%以上，铸就了安徽省内甲状腺诊疗典范。据不完全统计医院已成功治愈70000

例不同程度甲状腺疾病患者”等内容。

经查，当事人在网站上的宣传内容均是虚构的，中国医院协会和中华医学会从未给该院颁发过宣传的称号和牌匾；白求恩公益基金会也未与该院及其甲状腺科有任何涉及甲状腺的项目合作；宣传的治愈例数均是虚构伪造的统计资料。当事人的行为违反了《中华人民共和国广告法》的规定，构成利用互联网发布虚假广告的行为。依据规定，工商部门责令当事人停止发布虚假广告，在相应范围内消除影响，并罚款63万元。

案例二：网商山寨“蒂芙尼”遭罚款3.5万元

去年1月份，合肥市工商局工作人员接到投诉举报，位于合肥市经开区某小区内一家自然人网店销售侵犯他人注册商标专用权商品。

经调查核实，当事人在淘宝开设的网店销售标注有“TIFFANY & CO.”字样的镶钻钥匙吊坠及配套的包装盒、手提袋，销售标注有“TIFFANY”字样的镶钻钥匙吊坠。

因“TIFFANY & CO.”和“TIFFANY”是TIFFANY & Company(美国蒂芙尼公司)的注册商标，其注册商标专用权受法律保护，未经许可不得擅自使用，当事人销售侵犯他人注册商标专用权商品，侵害了消费者和商标权利人的权益。

依据规定，责令当事人立即停止侵权行为，并没收侵权货物罚款3.5万元。

案例三：花钱报名婚恋交友3人“失陷”3万

去年3月份，合肥市工商局同时接到3名投诉人对某婚恋网站的投诉，经了解，3人均在该网站注册会员，并经网站客服说开通了高级会员，随后，网站客服人员又以相亲会、调解师、情感老师等各种服务劝说3人不断缴费，3名投诉人在网站客服的不断劝说下，先后共缴纳3万余元费用，但当投诉人问起网站介绍的相亲对象的联系方式和私人网络聊天工具时，相亲对象都转移话题，并随后以彼此不合适为由不再联系。因此投诉人怀疑对方的真实身份及网站使用欺骗式的营销手段，要求退费，进而产生纠纷。

工作人员分析了投诉人诉求，并联系该网站相关负责人了解情况。通过双方的情况说明，该局认为此次纠纷发生的原因是双方没有就具体的服务内容、服务质量、相关责任等具体事项做明确说明，且此类网站行业标准缺失、服务质量难量化等问题存在客观性。最终通过反复协调，网站退回3人部分会员费用，消费者表示满意。

针对消费者普遍反映的婚恋交友网站存在的各类不诚信问题，提醒消费者审慎对待，在未深入了解之前，不要贸然相信对方，不要有金钱上的往来，更不要仓促建立恋爱关系。



添加违禁药自制减肥胶囊 4人因生产销售有毒有害食品罪获刑

星报讯(记者 王玮伟)“西布曲明”是一种减肥药，不过，因为该药可能会导致心脑血管疾病的发生，六年前被全面叫停。然而，在经济利益的驱使下，安庆男子李某利用“西布曲明”这种违禁药自制减肥胶囊，并发展了多个代理商，通过网络以及微信等方式，将对人体有害的药品售向多个省份。

3月6日，市场星报、安徽财经网(www.ahcaijing.com)记者获悉，日前，被告人李某以及2名代理商均因生产、销售有毒、有害食品罪获刑。

男子利用违禁药自制减肥胶囊

现年27岁的李某，安庆人。2012年至2014年期间，家住在合肥经开区的李某，在网上开店向他人购买“瀚美堂”“OB蛋白”“7日瘦”等牌子的减肥胶囊，在明知道上述减肥胶囊含有国家违禁药“西布曲明”的情况下，通过网络对外销售牟利。

2014年初至2014年底，李某在网上采购大量减肥胶囊及“西布曲明”、大黄粉等原材料，一部分用于原材料转卖，一部分自主生产KIKIKU、HIGIRL、dorasoma等品牌减肥产品，用于出售牟利，获利人民币28万余元。

代理商层层加价牟取暴利

经依法审理查明，被告人刘某，在明知KIKIKU减肥胶囊含有国家违禁药“西布曲明”的情况下，毅然成为了李某的一级销售代理商，发展了多个二级代理商。刘某从李某处以30元每盒的价格购进KIKIKU减肥胶囊，总共购进数量为800盒，然后再以每盒七八十元的价格对客户进行销售，共计获利人民币5万多元。

另一名被告人李小某是刘某的二级销售代理商。李小某开了一家网店“芊芊美容美体保健行”，在明知自己销售的减肥药中含有国家违禁药“西布曲明”的情况下，对外销售“秀身闲”“绿色胶囊”等减肥产品。2015年3月份，她将从刘某处购进的每瓶60粒的KIKIKU减肥胶囊以30粒为一瓶分装到“强效中药瘦身丸”中，对外销售从中牟利，共获利人民币12.8万元。之后，女子梁某则成为了李小某的三级销售代理商，利用微信朋友圈，对外销售“强效中药瘦身丸”从中牟利，获利人民币1.1万多元。

同年8月20日、9月17日，民警先后在佛山、安徽等地抓获四名被告人。

4人获刑年限不等

记者了解到，一审法院审理认为，被告人李某因犯生产、销售有毒、有害食品罪，一审被判处有期徒刑五年，并处罚金人民币五万元。刘某、李小某、梁某等人因犯销售有毒、有害食品罪，判处有期徒刑六个月至二年六个月不等，并被处以罚金。

宣判后，李某和刘某不服一审判决，提出上诉。近日，二审法院对此案进行了审理。二审法院认为，原审判决认定事实清楚，审判程序合法，适用法律正确，量刑适当。最终，法院驳回上诉，维持原判。