

“特专供”休想靠“换马甲”逃避打击

国家市场监督管理总局开展清理整治“特供”“专供”标识商品专项行动

近期,部分电商平台出现以拼音缩写等“暗语”方式使用“特供”“专供”等标识销售、宣传商品问题,扰乱市场秩序,欺骗误导消费者。

针对上述问题,国家市场监督管理总局(以下简称市场监管总局)迅速行动,第一时间组织开展清理整治网络销售和宣传“特供”“专供”标识商品专项行动。



1

严禁制售特供专供物品 平台虚假宣传必须担责

通知要求,各地市场监管部门要参照《关于禁止中央和国家机关使用“特供”“专供”等标识的通知》有关要求,将以下内容作为清理整治重点:

一是含有“特供”“专供”中央和国家机关等类似内容的;

二是利用与中央和国家机关有密切关联的特定地点名称或者标志性建筑物名称,以及利用国宴、国宾等内容宣传“特供”“专供”的;

三是假借“特供”“专供”或“内部特供、专用”等类似名义推销商品或服务的;

四是含有“特供”“专供”等类似内容的假冒伪劣商品,假冒他人注册商标、伪造或冒用质量标志、伪造产地的商品。

据市场监管总局网络交易监督管理局相关负责人介绍,市场监管总局一直高度重视清理整治“特供”“专供”标识工作,近年来多次开展专项行动,取得了一定成效,滥用“特供”“专供”标识违法违规行得到遏制。但是在职能部门持续强力监管之下,有些经营者为提升商品销量,或将普通商品,甚至是假冒伪劣商品卖出高价,仍然以“特供”“专供”为卖点,不断翻新花样,采取更为隐蔽的手段逃避政府监管,其

中尤以在电商平台上采取拼音缩写、汉字谐音等“暗语”方式使用“特供”“专供”标识销售、宣传商品的问题更为突出。

为此,此次专项清理行动,市场监管总局要求各地市场监管部门立即开展对网络销售商品信息,和互联网广告宣传信息的清理整治工作,加强监管执法,切实维护党和国家机关形象,进一步净化网络市场环境。

据悉,市场监管总局此次专项行动,要求重点针对食品(酒类、饮料、保健食品)、瓷器、箱包等舆情热点、群众反映集中的商品,以“RMDHT”(人民大会堂)、“ZXYJ”(政协用酒)、“QGRD”(全国人大)、“GYZY”(国宴专用)、“JD”(军队)等拼音缩写、汉字谐音等“暗语”方式,在销售商品的包装、标签以及发布的信息、介绍中或商品广告中,使用“特供”“专供”及类似内容的行为。

市场监管总局还特意强调,在属地全面开展对网络商品交易(特别是互联网二手交易和拍卖平台),及互联网广告监测排查。

据市场监管总局网络交易监督管理局相关负责人介绍,对各地监测出的有关信息,排查后确属违法违规的,要立即责令删除商品信息或停止发布

广告,并依照电子商务法、广告法、反不正当竞争法、食品安全法等法律法规对责任主体予以查处。

据悉,早在2011年,工业和信息化部、商务部等四部门就联合发布《关于开展清理整顿部分商品滥用“特供”“专供”标识专项行动的通知》,该四部门在全国范围内开展“特供”“专供”等标识清理整顿的专项行动,包括利用与国家机关有密切关联的特定地点名称或者标志性建筑物的名称,以及利用国宴、国宾等内容宣传“特供”“专供”或类似内容,且重点对白葡萄酒、葡萄酒、啤酒、茶、食用油、乳制品、饮料等日用消费品领域重点排查。

北京大学法学院教授王锡铨认为,近年来,网购发展迅猛,但也出现了包括虚假宣传等在内的一些问题,急需加大网购方面消费者权益保护,明确网络平台负第一责任。

王锡铨建议,要加强企业自律、个人管理、商业自律等,强化网络购物秩序。根据我国近年来出台的电子商务法规定,电子商务平台经营者承担形式审查、协助监管以及对违法经营的查处和报告等责任和义务。网购不是“法外之地”,要加大消费者权益保护,规范市场秩序。

3

开展日常监测 坚持常态打击

中央民族大学法学院教授熊文钊认为,社会上一些不法商贩为牟取不当经济利益,滥用中央和国家机关“特供”“专供”等标识违法生产销售有关商品,甚至将这种乱象蔓延到了网络销售渠道,危害更大。这不但误导了消费者,还破坏了公平竞争环境,影响了中央和国家机关声誉,应该严厉予以打击。

发端于2017年的旨在打击治理网络各类违法行为的“网剑行动”,连续三年将“加大对网络虚假宣传、虚假违法广告打击力度”等问题,列为重点打击对象。

早在2016年12月,国务院办公厅函复原工商总局,同意建立网络市场监管部际联席会议制度。从2017年开始,联席会议成员单位每年联合开展网剑行动,加强协同联动,着力规范网络市场秩序。2020年7月,国务院办公厅函复同意调整完善网络市场监管联席会议制度。调整完善后的联席会议成员单位由市场监管总局、中央宣传部、工业和信息化部等14个单位组成,市场监管总局为牵头单位。2020网络市场监管专项行动(网剑行动)是联席会议制度调整完善后首次开展的专项行动。

2018年6月,新成立不久的国家市场监督管理总局就宣布,由市场监管总局、发改委、工信部等八部门决定于当年5月至11月联合开展2018网络市场监管专项行动(网剑行动),要求严厉查处制售侵权假冒伪劣网络商品行为,整治互联网不正当竞争行为,以及加大对网络虚假宣传、虚假违法广告打击力度等。

2019网络市场监管专项行动方案,明确提出要以社会影响大、覆盖面广的门户网站、搜索引擎、电子商务平台为重点,突出移动客户端和新媒体账户等互联网媒介,针对医疗、药品、保健食品、房地产、金融投资理财等关系人民群众身体健康和财产安全的虚假违法广告,加大案件查处力度。

2020年网剑行动方案再次“剑指”互联网广告监管,要求集中整治社会影响大、覆盖面广的门户网站、搜索引擎、电子商务平台、移动客户端和新媒体账户等互联网媒介上发布违法广告行为,曝光一批大案要案。

据市场监管总局网络交易监督管理局相关负责人介绍,各地市场监管部门要持续开展对“特供”“专供”商品网络交易和广告的日常监测,建立长效机制,保持常态打击模式,发现违法违规行为,及时进行查处。(万静)

2

特供专供标识花样繁多 公众迷信标识蒙在鼓里

记者上网浏览某些电商平台发现,目前市场上出现的所谓“特供”“专供”产品呈现出以下特点:在标识内容上出现许多新花样,变相使用“特供”“专供”等拼音标识;鱼目混珠,明明是销售给普通消费者的,大批量供应的,却谎称是“特供”“专供”产品,少量供应。

而且,这些使用“特供”“专供”标识的主要商品有:饮料、白酒、啤酒、酱油、醋、月饼等。虽然有的商品没有标称“特供”“专供”字样,却以“国宴用油”“钓鱼台月饼”“国宴用醋”等词语促销,属于“打擦边球”的行为。

老百姓们如何看待这类“特供商品”呢?记者随机采访了一些在超市购物的消

费和网购消费者,发现一些消费者对于超市里销售的“特供”产品信将疑;也有部分消费者对“特供”类产品情有独钟。

“你说这个连人民大会堂都用了,那我还有什么不放心的呀!油反正是要买的,不如就买‘特供’的。”一位正在超市购物的消费者告诉记者。

反正是购买必需品,购买有“特供”标识的总比没有标识的强,大多数人都是抱着这种心理去的,对“标识”持迷信态度。

中国人民大学法学院教授刘俊海分析称,根据广告法相关规定,广告应当真实、合法,以健康的表现形式表达广告内容,符合社会主义核心价值观建设和弘扬中华优秀传统文化的要求。广告不得使

用或者变相使用国家机关、国家机关工作人员的名义或者形象。

刘俊海提出,同时反不正当竞争法也规定,经营者不得利用广告或者其他方法,对商品的质量、制作成分、性能、用途、生产者、有效期限、产地等作引人误解的虚假宣传。因此,“某某专供”“某某特供”等网络销售商品行为,都涉嫌网络虚假宣传行为,它与传统方式所要达到的目的是一样的,即通过贬低别人、抬高自己来引诱消费者购买其产品或服务。电子商务经营者应遵守自愿、平等、公平、诚实信用的基本原则,欺诈、不实广告、虚假宣传等网络不正当竞争行为违背了这一基本原则。