

北京公布反不正当竞争“守护”专项行动典型案例

发布时间：2023年09月01日 18:54 来源：中国新闻网

中新网北京9月1日电(记者 杜燕)2023年以来，北京市市场监督管理局在全市范围内组织开展反不正当竞争“守护”专项行动，聚焦民生领域重拳出击，严厉打击在直播带货、互联网及线下营销、医疗美容、保健品领域中的虚假宣传，开展违规有奖销售等不正当竞争的违法行为，查办了一批与群众紧密相关的违法案件。今天，该局介绍，截至8月25日，2023年反不正当竞争“守护”专项执法行动共结案428件，罚没款2483万余元。

北京市市场监督管理局将部分典型案例公布如下：

北京东方和谐医疗美容门诊部有限公司虚假宣传

2023年2月16日，执法人员对当事人进行检查时，发现当事人在微信公众号“东方和谐医美”中宣传“32年来我们始终致力于通过行业领先的技术”。经查，当事人成立于2004年10月，实际经营时间为18年。

当事人在微博“北京东方和谐整形”账号中，宣传“27年专注自体脂肪移植”“作为专注自体脂肪移植领域30年的高端医美品牌”“专注自体脂肪移植30年”“北京东方和谐-国内最早的脂肪移植专科医院，始于1989”“见证冯斌整形&东方和谐30年自体脂肪移植实力品牌”等内容，经核实其经营时间均为虚假。

当事人在微博“北京东方和谐整形”账号中宣传“冯斌‘多层立体式注射丰胸’，荣获国家专利技术(专利号：ZL201220235547.

6)，这是目前国内唯一一项自体脂肪丰胸专利技术”，经查该专利实际名称为“一种多点多层次立体式注射丰胸术使用的脂肪恒温机”；宣传“东方和谐冯斌教授‘高清晰逐层扫描吸脂术’，国家唯一一项自体脂肪移植专利技术(专利号：ZL201220235546.1)”，该专利实际名称为“高清晰逐行扫描吸脂用平层吸脂针”。上述两项专利均为实用新型专利，专利内容为提高手术成功率的装置或设备而非手术本身，当事人未标明专利种类且更改了专利名称，易引人对专利种类及内容产生误解，同时当事人无法证明上述专利技术系唯一。

当事人在微博“北京东方和谐整形”账号中宣传冯斌、孙泽芳“中国吸脂塑形第一人、中国自体脂肪移植第一人”“曾工作于北京钓鱼台医院整形科”“现任中华国际医药美容协会会长”“人民大会堂获得最具消费者信赖奖等多项荣誉”“中国自体脂肪移植失败修复中心主任”“北医三院特聘专家、日韩特聘五官精雕专家、首都医科大学医疗美容导师、韩国BK整形医院中方客座专家、中华医学会上海整形美容学会会员”等荣誉，但无法提供上述经历及荣誉的证明材料。

当事人在微博“北京东方和谐整形”账号中宣传“187000例完美蝶变案例”，在经营场所墙面宣传栏中宣传冯斌“自体脂肪移植十多年成功案例数万例”，但无法提供上述案例证明材料。

当事人上述行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款，依据《中华人民共和国反不正当竞争法》第二十条第一款，责令当事人停止虚假宣传行为，并罚款 40 万元。

北京市市场监督管理局指出，个别医疗美容机构在经营活动中采用夸大、虚假的宣传内容“包装”自己，从而吸引、误导消费者。市场监管部门通过对此类违法行为的严厉打击，有力维护了消费者合法权益，极大震慑了相关不法行为。希望广大消费者要擦亮双眼，防止掉入不法商家精心构筑的陷阱中，避免自身权益受到损失。

三多科技(北京)有限公司虚假宣传案

当事人在对墨白白酒进行营销活动时，在百度问答、贴吧等处发布关于墨白白酒的问答式口碑营销中的参与者均非墨白白酒实际购买者。当事人存在虚假用户评价宣传行为，上述虚假的用户评价宣传中包含白酒口感等用户体验，对消费者起了误导作用。

当事人虚假用户评价宣传的行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款的规定，依据《中华人民共和国反不正当竞争法》第二十条第一款决定责令当事人停止虚假用户评价宣传的违法行为并处 3 万元罚款。

北京市市场监督管理局指出，本案的查处有力地震慑了妄图通过新形式、新途径进行虚假口碑宣传的不法商家。市场监管部门将继续以保护合法、打击违法的监督、监管执法理念，进一步保证市

场的合法公平竞争，净化市场宣传环境，推动市场健康、有序发展。

北京花后厨具有限公司虚假宣传案

当事人为销售厨具企业，自 2023 年 2 月起，通过网络直播销售商品名为“花后钛金不粘锅”的商品。在直播间销售上述商品过程中，当事人以口播的方式对所售商品的交易情况、促销活动情况进行推广，通过不断重复“最后”“没有”等词语表示商品即将售罄、优惠活动马上结束，从而诱导消费者下单购买，其使用的话术存在引人误解成分。该推广形式有别于回播视频录像，具有不可重复性，且用语未直接或者间接介绍其所推销的商品本身。

当事人上述行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款等相关规定，依据《中华人民共和国反不正当竞争法》第二十条第一款等相关规定，对当事人给予警告，并罚款 25 万元，责令当事人立即改正违法行为。

北京市市场监督管理局指出，网络直播带货作为新兴且主流的营销手段，具有良好的即时互动性与消费氛围感。部分经营者却为了博取眼球故意制造“比价刺激”“活动即将结束”等噱头，使用虚假、夸大的宣传方式欺骗、诱导消费者。监管部门重拳出击，严打相关虚假宣传的违规行为，直播平台也需要持续加强对入驻商家的宣传教育、监督管理，引导商家合规经营，对经营的产品品质负责，对广大消费者负责。

北京正生乐活健康管理有限公司虚假宣传案

2022年12月，当事人通过电视节目推送公司业务员微信二维码，消费者添加业务员微信后，业务员通过微信向消费者宣传并销售其公司普通食品“珍膳私享食品”。当事人业务员为增加交易机会，通过其个人微信向消费者宣传“一个月30天肯定能减掉10斤左右脂肪赘肉”“增强抵抗力和免疫力，改善体寒，怕冷，关节不舒服”等内容。上述宣传用语，没有相关依据。

同时，当事人对外销售的“珍膳私享食品”为普通食品，当事人购入上述商品金额为325元/盒，当事人业务员通过上述宣传用语共销售两套(每套2盒)该商品(共4盒)，销售价格为1980元/套，销售金额共计3960元。

当事人的上述行为违反了《中华人民共和国反不正当竞争法》第八条第一款的规定，属于对其产品作虚假商业宣传的行为。依据《中华人民共和国反不正当竞争法》第二十条第一款的规定，责令当事人立即改正违法行为并罚款2万元。

北京市市场监督管理局指出，虚假宣传作为典型的不正当竞争行为，既违背了市场公平竞争的规则，也严重侵害了广大消费者的合法权益。本案当事人在经营过程中为了增加交易机会，对其经营的产品进行了虚假的商业宣传，从而欺骗、误导消费者购买。市场监管部门对其进行依法查处，切实维护消费者的合法权益，对同类型案件的查办具有典型示范效应。