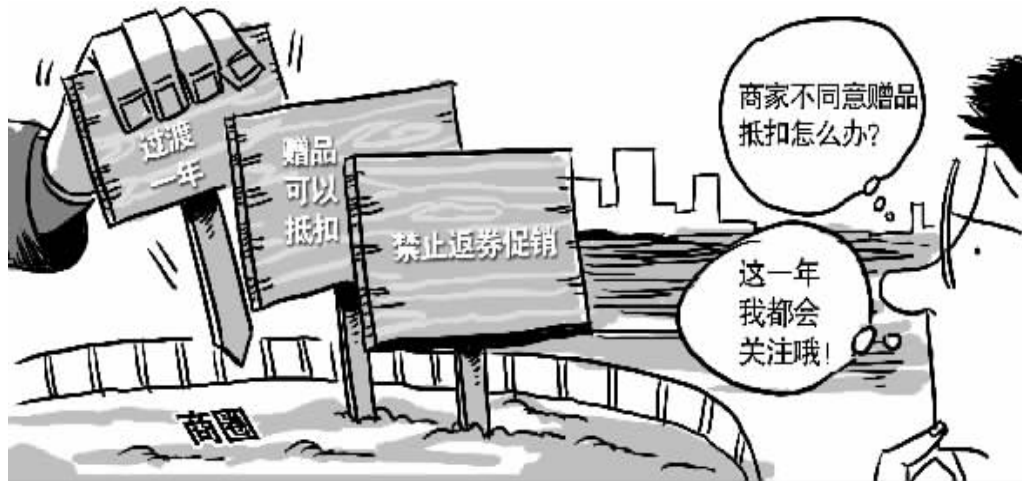


禁止返券促销,赠品可折现抵扣 江苏出台新规,商家有1年缓冲期

■在这1年里,新规实施时间和范围由各地价格主管部门确定
■市民担忧:处罚条款不是很细,执行效果恐怕会受到影响

昨天,记者从江苏省物价局获悉,《江苏省明码实价规定(试行)》(以下简称《规定》)正式公布。其中,备受关注的禁止返券促销等规定也尘埃落定。不过,为了给商家一个缓冲期,省物价局规定,第一年为过渡期,授权各地根据本地实际情况决定试行日期、试行范围。也就是说,最迟全省13个省辖市将在2013年1月1日开始执行这一规定。南京市物价局表示,目前试行日期暂未敲定。

□快报记者 沈晓伟



漫画 俞晓翔

新规剑指“价格陷阱” 有限期暂定5年

江苏省物价局检查分局副局长鞠汉芳介绍,制定本《规定》的目的就是通过明确明码实价的要求,落实“真实”标价的法律规定,“挤干”虚高标价中的“水分”,降低交易成本。鞠汉芳表示,去年9月征求意见稿出台后,收到社会各界的意见和建议500余条。经过研究,对征求意见稿进行了相应修改和完善。他还介绍,本规定试行有效期暂定为五年,第一年为过渡期。

促销返券被叫停

公布施行的《规定》共十九条,其中不乏亮点。比如第九、第十两条,就约束了经营者虚高标价的行为。条款要求,如果消费者与经营者讨价还价后,经营者以低于标示价格销售商品的,应当将标示价格降为成交价格;经营者按照原标示价格没有成交的,可以降低标示价格,但是不得宣称降价、优惠、打折等。

另外,有的柜台每200元商品才收50元返券,有的则规定100元以内的商品不得用返券抵,对于使用时间也有限制。因此第十三条规定,经营者开展促销活动时不得赠送(返还)购物券(包括电子券)。

还有哪些要防范

文件规定,同一商品多件装(或者批量)价格平均后不得高于单件商品的价格;消费者购买价格较高的商品时,经营者以提供分期付款为条件加收合理费用的,应当予以明确标示。据了解,这是由于商超里经常出现这样的情况:一瓶饮料单价2元,而一箱6盒饮料,价格理应比12元要便宜,而实际上有的超市却反而标高了价格,售价为13元等。这样的情况让消费者防不胜防。

此外,文件还将会员卡价、吊牌价纳入监管范围。文件中规范了会员卡价的标示形式,有条件的认可服装吊牌作为明码标价的形式之一;对商品外包装印刷价格与经营者标示价格不一致的,规定经营者应当将印刷价格除去。

■四大变化

1 体现灵活性和适应性 过渡1年,各地可作补充规定

对照文件可以发现,执行的时间和范围被修改。原本征求意见稿中,是计划从今年元旦起,全省推行相关要求。但鞠汉芳表示,考虑到各地市场发展状况以及管理水平不一,经营者、消费者需要一定的适应期,不宜在全省搞“一刀切”,因此《规定》第十九条将执行时间和范围交由各地根据本地情况确定。同时明确该规定为试行文件,并确定了试行有效期。对照相应条款,“本规定实施的具体时间和范围由各

地价格主管部门根据本地实际情况确定,并可作出补充规定。”

同时,省局授权各地物价部门根据本地实际决定试行日期、试行范围,给经营者相应的适应期。同时明确本规定试行有效期暂定为五年,第一年为过渡期。也就是说,13个省辖市还有一年的“缓冲期”,最迟在明年1月1日开始,必须实行这一规定。对此,南京市物价局表示,目前正在对新规进行学习、研究,具体的时间表暂未敲定。

2 兼顾到了公平的原则 个体工商户也被纳入约束范畴

《规定》适用的主体范围也扩大了。征求意见稿原规定不适用于个体经营者,但地方价格部门提出,如果排除个体经营,就不能体现公平,因此修改稿中加

上了个人。但结合我国目前状况,以及参照发达国家的做法,省物价局在贯彻意见中明确,对于规模较小的经营者在实际执行中予以放宽。

3 均衡买卖双方的利益 赠品:价格不再设限,还可“折现”

《规定》还取消了促销活动中赠品不得超过商品价格的10%的限制。征求意见稿规定赠品不得超过商品价格的10%,有企业反映这在一定程度上限制了经营者开展促销活动,也不利于消费者得到实惠。因此省物价局在修改中取消了10%的限制,同时规定如果消费者不愿意接受赠品,经营者应当按照其标示的赠品价值退消费者现金或者减去相应价值结算。但是在某些

商品销售中,如化妆品常会附赠小包装试用妆则不受这一限制。

鞠汉芳介绍,此前曾遇到这样一个投诉。消费者在参加活动时,拿到了一盒包装精美的毛巾,商家称价值80元。可回家打开一看,发现毛巾本身质量很一般,最后发现这样的毛巾市场价仅为8元。“现在,就避免商家拿一些质次价高的商品搞强制促销。如果叫价过高,最后只会自食其果。”

4 处罚条款更简洁明了 由县级以上价格主管部门依法处罚

最后一点变化是合并了有关处罚条款。经营者违反本规定的行为,现行法律法规和规章都有相应的处罚条款,为了使《规定》更加简洁明了,省物价局将原先的多个处罚条款合并修改为《规定》第十八条“经营者不执

行本规定,违反价格法律法规规章的,由县级以上价格主管部门依据相关规定予以处罚”。在今后《规定》的执行中,省物价局将更多地从价格管理层面推动明码实价工作,在监督检查方面将加强对各地的指导。

■商家

返券存在有市场原因

对于文件出台的消息,新街口一家商场相关人士认为,返券促销属于畅行多年的市场行为,“一个愿打一个愿挨”。他觉得,如果有哪一天消费者全都不买账了,这种形式也自然会退出市场。

关键要拧干价格水分

另一名多年从事零售卖场的业内人士则表示,如果要实行禁止返券,那不光涉及到卖场,从生产企业开始都要进行适应、消化。他举例说,为了适应商场返券,厂家在商品出厂时,就会设定一个比较高的价格,比如一件大衣,实际价格是200元,但为了能够进行返券而不亏本,厂家就把标价提高到300元。这样如果是进行买200送100,实际上是,100元券是“羊毛出在羊身上”。

所以说,如果要禁止返券,就需要整条产业链全面配合,并不仅仅是在零售终端领域能够解决的。

■市民

处罚条款还不够明确 执行效果恐怕受影响

这一新规的出台,得到了广大市民的支持。不过人们在仔细阅读条款的时候,也不禁要问:这么多新要求,商家能确保执行到位吗?

有市民提出,赠品可以折现抵扣这一项,执行的难度就很大。“比如说我买满500元,商场送我一个锅,说价值150元。如果我要求抵扣,商场不答应,那我能拿它怎么办?新规矩也没具体规定,只说各地执行。”有的市民担心政策力度会减弱。

也有人觉得全面禁止返券,短时间看可行性不高。“现在商场都在搞这个,全国也只有北京一个城市禁返券,这已经很能说明问题了。”物价部门能否有足够的威慑力和执行力,真是未可知数。现在的问题是,对于不服从“禁返”的,并没有出台明确细化的条款。如何做好过渡工作,消费者还需拭目以待。

■案件披露

江苏公布一批 价格违法典型案例

大多数违法行为是“虚构原价”

昨天,江苏省物价局公布了一批近期查获的价格违法典型案例,大多数的违法行为是“虚构原价”。物价部门予以了相应的处罚。

案例1:

南京百安居 虚构原价被罚5万

据江苏省物价局副局长孔祥平介绍,南京百安居装饰建材有限公司大桥店于2011年8月16日至9月15日开展降价促销活动,其销售的某款实木复合地板,标注原价233元/㎡、现价223元/㎡;某款冠军壁砖标注原价13.99元/片、现价11.83元/片。而检查人员发现,这两种商品从未以标注的“原价”销售过。这种行为违反了《中华人民共和国价格法》第十四条第(四)项规定,构成了《禁止价格欺诈行为的规定》第七条第(一)项所指的“虚构原价”价格欺诈行为,依据《价格违法行为行政处罚规定》第七条的规定,对其处以5万元罚款。

案例2:

泰兴汇银 虚构原价被罚1万

江苏汇银电器连锁有限公司泰兴店于2011年4月7日销售某款索尼数码相机时,标示原价2999元/台、现价2359元/台;某款华帝油烟机原价2600元/台、惊爆价1800元/台。经查,该款索尼数码相机促销前实际成交价为2300元/台,该款华帝油烟机促销前没有销售。当事人上述行为构成“虚构原价”价格欺诈行为,根据价格法规的有关规定,对其处以1万元罚款。

案例3:

昆山润华 价格欺诈被罚6万

昆山润华商业有限公司镇江分公司,在销售莱瑞750毫升特级初榨橄榄油时,宣传“正常售价65元,换购价38.5元”。经查,该商品的实际标价为58.8元/瓶。当事人行为构成《禁止价格欺诈行为的规定》第六条第(三)项“使用欺骗性或者误导性的语言、文字、图片、计量单位等标价,诱使他人与其交易”的价格欺诈行为,依照价格法规的有关规定,对其处以6万元罚款。

快报记者 沈晓伟