

# 物 价 培 训

系列二 价格法规园地

# 目 录

第一章 相关价格法规全文.....	3
第一节 《中华人民共和国价格法》.....	3
第二节 《禁止价格欺诈行为的规定》.....	9
第三节 《关于商品和服务实行明码标价的规定》.....	11
第四节 《价格违法行为行政处罚规定》.....	14
第五节 《零售商促销行为管理办法》.....	20
第六节 《零售商供应商公平交易管理办法》.....	23
第七节 《欺诈消费者行为处罚办法》.....	27
第八节 《制止牟取暴利的暂行规定》.....	29
第二章 常用相关法规、通知的重要条文.....	32
第一节 广告法重要条文.....	32
第二节 《国家工商行政管理总局等部门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》 的重要部分.....	33
第三节 《关于进一步规范零售企业促销工作的紧急通知》中不准开展“限时限量”促销的通知.....	33
第三章 关于价格欺诈的重点解释.....	34
第一节 关于对价格欺诈行为的 3 个解读.....	34
第二节 价格欺诈的 13 种行为.....	36
第三节 价格欺诈的 10 种表现形式.....	37
第四章 价格欺诈的典型案列.....	39

# 第一章 价格法规全文

## 第一节 《中华人民共和国价格法》

第一条 为了规范价格行为，发挥价格合理配置资源的作用，稳定市场价格总水平，保护消费者和经营者的合法权益，促进社会主义市场经济健康发展，制定本法。

第二条 在中华人民共和国境内发生的价格行为，适用本法。

本法所称价格包括商品价格和服务价格。

商品价格是指各类有形产品和无形资产的价格。

服务价格是指各类有偿服务的收费。

第三条 国家实行并逐步完善宏观经济调控下主要由市场形成价格的机制。价格的制定应当符合价值规律，大多数商品和服务价格实行市场调节价，极少数商品和服务价格实行政府指导价或者政府定价。

市场调节价，是指由经营者自主制定，通过市场竞争形成的价格。

本法所称经营者是指从事生产、经营商品或者提供有偿服务的法人、其他组织和个人。

政府指导价，是指依照本法规定，由政府价格主管部门或者其他有关部门，按照定价权限和范围规定基准价及其浮动幅度，指导经营者制定的价格。

政府定价，是指依照本法规定，由政府价格主管部门或者其他有关部门，按照定价权限和范围制定的价格。

第四条 国家支持和促进公平、公开、合法的市场竞争，维护正常的价格秩序，对价格活动实行管理、监督和必要的调控。

第五条 国务院价格主管部门统一负责全国的价格工作。国务院其他有关部门在各自的职责范围内，负责有关的价格工作。

县级以上地方各级人民政府价格主管部门负责本行政区域内的价格工作。县级以上地方各级人民政府其他有关部门在各自的职责范围内，负责有关的价格工作。

第二章 经营者的价格行为

## 业务周刊第十六期物价培训系列二价格法规园地

第六条 商品和服务价格，除依照本法第十八条规定适用政府指导价或者政府定价外，实行市场调节价，由经营者依照本法自主制定。

第七条 经营者定价，应当遵循公平、合法和诚实信用的原则。

第八条 经营者定价的基本依据是生产经营成本和市场供求状况。

第九条 经营者应当努力改进生产经营管理，降低生产经营成本，为消费者提供价格合理的商品和服务，并在市场竞争中获取合法利润。

第十条 经营者应当根据其经营条件建立、健全内部价格管理制度，准确记录与核定商品和服务的生产经营成本，不得弄虚作假。

第十一条 经营者进行价格活动，享有下列权利：

- （一）自主制定属于市场调节的价格；
- （二）在政府指导价规定的幅度内制定价格；
- （三）制定属于政府指导价、政府定价产品范围内的新产品的试销价格，特定产品除外；
- （四）检举、控告侵犯其依法自主定价权利的行为。

第十二条 经营者进行价格活动，应当遵守法律、法规，执行依法制定的政府指导价、政府定价和法定的价格干预措施、紧急措施。

第十三条 经营者销售、收购商品和提供服务，应当按照政府价格主管部门的规定明码标价，注明商品的品名、产地、规格、等级、计价单位、价格或者服务的项目、收费标准等有关情况。

经营者不得在标价之外加价出售商品，不得收取任何未予标明的费用。

第十四条 经营者不得有下列不正当价格行为：

- （一）相互串通，操纵市场价格，损害其他经营者或者消费者的合法权益；
- （二）在依法降价处理鲜活商品、季节性商品、积压商品等商品外，为了排挤竞争对手或者独占市场，以低于成本的价格倾销，扰乱正常的生产经营秩序，损害国家利益或者其他经营者的合法权益；
- （三）捏造、散布涨价信息，哄抬价格，推动商品价格过高上涨的；
- （四）利用虚假的或者使人误解的价格手段，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易；

- (五) 提供相同商品或者服务，对具有同等交易条件的其他经营者实行价格歧视；
- (六) 采取抬高等级或者压低等级等手段收购、销售商品或者提供服务，变相提高或者压低价格；
- (七) 违反法律、法规的规定牟取暴利；
- (八) 法律、行政法规禁止的其他不正当价格行为。

第十五条 各类中介机构提供有偿服务收取费用，应当遵守本法的规定。法律另有规定的，按照有关规定执行。

第十六条 经营者销售进口商品、收购出口商品，应当遵守本章的有关规定，维护国内市场秩序。

第十七条 行业组织应当遵守价格法律、法规，加强价格自律，接受政府价格主管部门的工作指导

### 第三章 政府的定价行为

第十八条 下列商品和服务价格，政府在必要时可以实行政府指导价或者政府定价：

- (一) 与国民经济发展和人民生活关系重大的极少数商品价格；
- (二) 资源稀缺的少数商品价格；
- (三) 自然垄断经营的商品价格；
- (四) 重要的公用事业价格；
- (五) 重要的公益性服务价格。

第十九条 政府指导价、政府定价的定价权限和具体适用范围，以中央的和地方的定价目录为依据

中央定价目录由国务院价格主管部门制定、修订，报国务院批准后公布。

地方定价目录由省、自治区、直辖市人民政府价格主管部门按照中央定价目录规定的定价权限和具体适用范围制定，经本级人民政府审核同意，报国务院价格主管部门审定后公布。

省、自治区、直辖市人民政府以下各级地方人民政府不得制定定价目录。

第二十条 国务院价格主管部门和其他有关部门，按照中央定价目录规定的定价权限和具体适用范围制定政府指导价、政府定价；其中重要的商品和服务价格的政府指导价、政府定价，应当按照规定经国务院批准。

省、自治区、直辖市人民政府价格主管部门和其他有关部门，应当按照地方定价目录规定的定价权限和具体适用范围制定在本地区执行的政府指导价、政府定价。

市、县人民政府可以根据省、自治区、直辖市人民政府的授权，按照地方定价目录规定的定价权限和具体适用范围制

## 业务周刊第十六期物价培训系列二价格法规园地

定在本地区执行的政府指导价、政府定价。

第二十一条 制定政府指导价、政府定价，应当依据有关商品或者服务的社会平均成本和市场供求状况、国民经济与社会发展要求以及社会承受能力，实行合理的购销差价、批零差价、地区差价和季节差价。

第二十二条 政府价格主管部门和其他有关部门制定政府指导价、政府定价，应当开展价格、成本调查，听取消费者、经营者和有关方面的意见。

政府价格主管部门开展对政府指导价、政府定价的价格、成本调查时，有关单位应当如实反映情况，提供必需的账簿、文件以及其他资料。

第二十三条 制定关系群众切身利益的公用事业价格、公益性服务价格、自然垄断经营的商品价格等政府指导价、政府定价，应当建立听证会制度，由政府价格主管部门主持，征求消费者、经营者和有关方面的意见，论证其必要性、可行性。

第二十四条 政府指导价、政府定价制定后，由制定价格的部门向消费者、经营者公布。

第二十五条 政府指导价、政府定价的具体适用范围、价格水平，应当根据经济运行情况，按照规定的定价权限和程序适时调整。

消费者、经营者可以对政府指导价、政府定价提出调整建议。

### 第四章 价格总水平调控

第二十六条 稳定市场价格总水平是国家重要的宏观经济政策目标。国家根据国民经济发展的需要和社会承受能力，确定市场价格总水平调控目标，列入国民经济和社会发展规划，并综合运用货币、财政、投资、进出口等方面的政策和措施，予以实现。

第二十七条 政府可以建立重要商品储备制度，设立价格调节基金，调控价格，稳定市场。

第二十八条 为适应价格调控和管理的需要，政府价格主管部门应当建立价格监测制度，对重要商品、服务价格的变动进行监测。

第二十九条 政府在粮食等重要农产品的市场购买价格过低时，可以在收购中实行保护价格，并采取相应的经济措施保证其实现。

第三十条 当重要商品和服务价格显著上涨或者有可能显著上涨，国务院和省、自治区、直辖市人民政府可以对部分价格采取限定差价率或者利润率、规定限价、实行提价申报制度和调价备案制度等干预措施。

## 业务周刊第十六期物价培训系列二价格法规园地

省、自治区、直辖市人民政府采取前款规定的干预措施，应当报国务院备案。

第三十一条 当市场价格总水平出现剧烈波动等异常状态时，国务院可以在全国范围内或者部分区域内采取临时集中定价权限、部分或者全面冻结价格的紧急措施。

第三十二条 依照本法第三十条、第三十一条的规定实行干预措施、紧急措施的情形消除后，应当及时解除干预措施、紧急措施。

### 第五章 价格监督检查

第三十三条 县级以上各级人民政府价格主管部门，依法对价格活动进行监督检查，并依照本法的规定对价格违法行为实施行政处罚。

第三十四条 政府价格主管部门进行价格监督检查时，可以行使下列职权：

- (一) 询问当事人或者有关人员，并要求其提供证明材料和与价格违法行为有关的其他资料；
- (二) 查询、复制与价格违法行为有关的账簿、单据、凭证、文件及其他资料，核对与价格违法行为有关的银行资料；
- (三) 检查与价格违法行为有关的财物，必要时可以责令当事人暂停相关营业；
- (四) 在证据可能灭失或者以后难以取得的情况下，可以依法先行登记保存，当事人或者有关人员不得转移、隐匿或者销毁。

第三十五条 经营者接受政府价格主管部门的监督检查时，应当如实提供价格监督检查所必需的账簿、单据、凭证、文件以及其他资料。

第三十六条 政府部门价格工作人员不得将依法取得的资料或者了解的情况用于依法进行价格管理以外的任何其他目的，不得泄露当事人的商业秘密。

第三十七条 消费者组织、职工价格监督组织、居民委员会、村民委员会等组织以及消费者，有权对价格行为进行社会监督。政府价格主管部门应当充分发挥群众的价格监督作用。

新闻单位有权进行价格舆论监督。

第三十八条 政府价格主管部门应当建立对价格违法行为的举报制度。

任何单位和个人均有权对价格违法行为进行举报。政府价格主管部门应当对举报者给予鼓励，并负责为举报者保密。

### 第六章 法律责任

## 业务周刊第十六期物价培训系列二价格法规园地

第三十九条 经营者不执行政府指导价、政府定价以及法定的价格干预措施、紧急措施的，责令改正，没收违法所得，可以并处违法所得五倍以下的罚款；没有违法所得的，可以处以罚款；情节严重的，责令停业整顿。

第四十条 经营者有本法第十四条所列行为之一的，责令改正，没收违法所得，可以并处违法所得五倍以下的罚款；没有违法所得的，予以警告，可以并处罚款；情节严重的，责令停业整顿，或者由工商行政管理机关吊销营业执照。有关法律对本法第十四条所列行为的处罚及处罚机关另有规定的，可以依照有关法律的规定执行。

有本法第十四条第（一）项、第（二）项所列行为，属于是全国性的，由国务院价格主管部门认定；属于是省及省以下区域性的，由省、自治区、直辖市人民政府价格主管部门认定。

第四十一条 经营者因价格违法行为致使消费者或者其他经营者多付价款的，应当退还多付部分；造成损害的，应当依法承担赔偿责任。

**第四十二条 经营者违反明码标价规定的，责令改正，没收违法所得，可以并处五千元以下的罚款。**

第四十三条 经营者被责令暂停相关营业而不停止的，或者转移、隐匿、销毁依法登记保存的财物的，处相关营业所得或者转移、隐匿、销毁的财物价值一倍以上三倍以下的罚款。

第四十四条 拒绝按照规定提供监督检查所需资料或者提供虚假资料的，责令改正，予以警告；逾期不改正的，可以处以罚款。

第四十五条 地方各级人民政府或者各级人民政府有关部门违反本法规定，超越定价权限和范围擅自制定、调整价格或者不执行法定的价格干预措施、紧急措施的，责令改正，并可以通报批评；对直接负责的主管人员和其他直接责任人员，依法给予行政处分。

第四十六条 价格工作人员泄露国家秘密、商业秘密以及滥用职权、徇私舞弊、玩忽职守、索贿受贿，构成犯罪的，依法追究刑事责任；尚不构成犯罪的，依法给予处分。

### 第七章 附则

第四十七条 国家行政机关的收费，应当依法进行，严格控制收费项目，限定收费范围、标准。收费的具体管理办法由国务院另行制定。

利率、汇率、保险费率、证券及期货价格，适用有关法律、行政法规的规定，不适用本法。

第四十八条 本法自1998年5月1日起施行。

## 第二节 《禁止价格欺诈行为的规定》

第一条 为维护市场秩序，禁止价格欺诈行为，促进公平竞争，保护消费者和经营者的合法权益，根据《中华人民共和国价格法》，制定本规定。

第二条 在中华人民共和国境内的法人、其他组织和个人（以下简称经营者）收购、销售商品或者提供有偿服务的价格行为，必须遵守本规定。

第三条 价格欺诈行为是指经营者利用虚假的或者使人误解的标价形式或者价格手段，欺骗、诱导消费者或者其他经营者与其进行交易的行为。

第四条 经营者与消费者进行交易，应当遵循公开、公平、自愿、诚实信用的原则。

第五条 经营者收购、销售商品或者提供有偿服务，应当依法明码标价。

经营者降价销售商品和提供服务，应当如实说明降价原因、降价期间，并使用降价标价签。

第六条 经营者收购、销售商品和提供有偿服务的标价行为，有下列情形之一的，属于价格欺诈行为：

（一）标价签、价目表等所标示商品的品名、产地、规格、等级、质地、计价单位、价格等或者服务的项目、收费标准等有关内容与实际不符，并以此为手段诱骗消费者或者其他经营者购买的；

（二）对同一商品或者服务，在同一交易场所同时使用两种标价签或者价目表，以低价招徕顾客并以高价进行结算的；

（三）使用欺骗性或者误导性的语言、文字、图片、计量单位等标价，诱导他人与其交易的；

（四）标示的市场最低价、出厂价、批发价、特价、极品价等价格表示无依据或者无从比较的；

（五）降价销售所标示的折扣商品或者服务，其折扣幅度与实际不符的；

（六）销售处理商品时，不标示处理品和处理品价格的；

（七）采取价外馈赠方式销售商品和提供服务时，不如实标示馈赠物品的品名、数量或者馈赠物品为假劣商品的；

(八) 收购、销售商品和提供服务带有价格附加条件时，不标示或者含糊标示附加条件的；

(九) 其他欺骗性价格表示。

第七条 经营者收购、销售商品和提供有偿服务，采取下列价格手段之一的，属于价格欺诈行为：

(一) 虚构原价，虚构降价原因，虚假优惠折价，谎称降价或者将要提价，诱骗他人购买的；

(二) 收购、销售商品和提供服务前有价格承诺，不履行或者不完全履行的；

(三) 谎称收购、销售价格高于或者低于其他经营者的收购、销售价格，诱骗消费者或者经营者与其进行交易的；

(四) 采取掺杂、掺假，以假充真，以次充好，短缺数量等手段，使数量或者质量与价格不符的；

(五) 对实行市场调节价的商品和服务价格，谎称为政府定价或者政府指导价的；

(六) 其他价格欺诈手段。

第八条 误导性标价行为是指经营者在经营活动中，使用容易使公众对商品的价格产生误解的所有表示或者说法。

第九条 经营者应当根据自身经营条件，准确记录所销售商品、收购商品或者提供服务的价格，并保存完整的价格资料，不得弄虚作假。

经营者不能提供或者提供虚假的降价前交易票据的，其所标原价为虚构价格。

第十条 任何单位和个人对价格欺诈行为均有权向价格主管部门举报。

第十一条 经营者有本规定第六条和第七条所列行为之一的，由政府价格主管部门依照《中华人民共和国价格法》和《价格违法行为行政处罚规定》进行处罚。

第十二条 本规定由国家发展计划委员会负责解释。

第十三条 本规定自 2002 年 1 月 1 日起施行。

### 第三节 《关于商品和服务实行明码标价的规定》

第一条 为规范价格行为，维护正常的市场价格秩序，促进公平、公开、合法的市场竞争，保护消费者和经营者的合法权益，根据《中华人民共和国价格法》，制定本规定。

第二条 凡在中华人民共和国境内收购、销售商品或者提供服务的价格行为，均适用本规定。

第三条 本规定所称明码标价是指经营者收购、销售商品和提供服务按照本规定的要求公开标示商品价格、服务价格等有关情况的行为。前款所称应当明码标价的商品和服务是指实行市场调节价、政府指导价或者政府定价的商品和服务。

第四条 经营者实行明码标价，应当遵循公开、公平和诚实信用的原则，遵守价格法律、法规。

第五条 县级以上人民政府价格主管部门是明码标价的管理机关，其价格监督检查机构负责明码标价实施情况的监督检查。

第六条 明码标价的标价方式由省级人民政府价格主管部门统一规定，县级以上地方人民政府价格主管部门的价格监督检查机构对标价方式进行监制。未经监制的，任何单位和个人不得擅自印制和销售。

第七条 需要增减标价内容以及不宜标价的商品和服务，由县级以上地方人民政府价格主管部门认定。

第八条 根据商品和服务的特点，需要实行行业统一规范标价方式的，由国务院价格主管部门和省级人民政府价格主管部门确定。

第九条 明码标价应当做到价签价目齐全、标价内容真实明确、字迹清晰、货签对位、标示醒目。价格变动时应当及时调整。

第十条 商品价格、服务价格一律使用阿拉伯数码标明人民币金额。

第十一条 除国家另有规定外，从事涉外商品经营和服务的单位实行以人民币标价和计价结算，应当同时用中、外文标

示商品和服务内容。

民族自治地方自主决定使用当地通用的一种或几种文字明码标价。

**第十二条** 降价销售商品和提供服务必须使用降价标价签、价目表，如实标明降价原因以及原价和现价，以区别于以正常价格销售商品和提供服务。经营者应当保留降价前记录或核定价格的有关资料，以便查证。

**第十三条** 从事零售业务的，商品标价签应当标明品名、产地、计价单位、零售价格等主要内容，对于有规格、等级、质地等要求的，还应标明规格、等级、质地等项目。标价签由指定专人签章。

**第十四条** 开架柜台、自动售货机、自选市场等采取自选方式售货的，经营者应当使用打码机在商品或其包装上胶贴价格标签，并应分品种在商品陈列柜（架）处按第十三条规定明码标价。

**第十五条** 经营者收购农副产品或废旧物资的，应当在收购场所醒目位置公布收购价目表，标明品名、规格、等级、计价单位和收购价格等内容。

国务院或省级人民政府对收购农副产品规定了保护价的，收购部门应当在收购点的醒目位置予以公布。

**第十六条** 提供服务的经营者应当在经营场所或缴费地点的醒目位置公布服务项目、服务内容、等级或规格、服务价格等。

**第十七条** 各类商品专业交易市场应当按照本规定有关条款实行明码标价。

**第十八条** 房地产经营者应当在交易场所标明房地产价格及相关收费情况。

**第十九条** 经营者不得在标价之外加价出售商品，不得收取任何未予标明的费用。先消费后结算的，须出具结算单据，并应当列出具体收款项目和价格。

一项服务可分解为多个项目和标准的，经营者应当明确标示每一个项目和标准，禁止混合标价或捆绑销售。

第二十条 经营者不得利用虚假的或者使人误解的标价内容及标价方式进行价格欺诈。

第二十一条 经营者有下列行为之一的，由价格主管部门责令改正，没收违法所得，可以并处 5000 元以下的罚款；没有违法所得的，可以处以 5000 元以下的罚款。

- (一) 不明码标价的；
- (二) 不按规定的内容和方式明码标价的；
- (三) 在标价之外加价出售商品或收取未标明的费用的；
- (四) 不能提供降价记录或者有关核定价格资料的；
- (五) 擅自印制标价签或价目表的；
- (六) 使用未经监制的标价内容和方式的；
- (七) 其他违反明码标价规定的行为。

第二十二条 经营者利用标价进行价格欺诈的，由价格主管部门依照《价格违法行为行政处罚规定》第五条实施处罚。

第二十三条 商品和服务实行明码标价的具体方式和内容，除按本规定有关条款执行外，各省、自治区、直辖市人民政府价格主管部门可以结合本地区实际情况作出具体规定。

第二十四条 本规定由国家发展计划委员会负责解释。

第二十五条 本规定自 2001 年 1 月 1 日起施行。国家计划委员会 1994 年 2 月 28 日发布的《关于商品和服务实行明码标价的规定》和 1994 年 3 月 3 日发布的《关于商品和服务实行明码标价的规定实施细则》同时废止。

## 第四节 《价格违法行为行政处罚规定》

2010年12月4日《国务院关于修改〈价格违法行为行政处罚规定〉的决定》第三次修订

第一条 为了依法惩处价格违法行为，维护正常的价格秩序，保护消费者和经营者的合法权益，根据《中华人民共和国价格法》（以下简称价格法）的有关规定，制定本规定。

第二条 县级以上各级人民政府价格主管部门依法对价格活动进行监督检查，并决定对价格违法行为的行政处罚。

第三条 价格违法行为的行政处罚由价格违法行为发生地的地方人民政府价格主管部门决定；国务院价格主管部门规定由其上级价格主管部门决定的，从其规定。

第四条 经营者违反价格法第十四条的规定，有下列行为之一的，责令改正，没收违法所得，并处违法所得5倍以下的罚款；没有违法所得的，处10万元以上100万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿，或者由工商行政管理机关吊销营业执照：

（一）除依法降价处理鲜活商品、季节性商品、积压商品等商品外，为了排挤竞争对手或者独占市场，以低于成本的价格倾销，扰乱正常的生产经营秩序，损害国家利益或者其他经营者的合法权益的；

（二）提供相同商品或者服务，对具有同等交易条件的其他经营者实行价格歧视的。

第五条 经营者违反价格法第十四条的规定，相互串通，操纵市场价格，造成商品价格较大幅度上涨的，责令改正，没收违法所得，并处违法所得5倍以下的罚款；没有违法所得的，处10万元以上100万元以下的罚款，情节严重的处100万元以上500万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿，或者由工商行政管理机关吊销营业执照。

除前款规定情形外，经营者相互串通，操纵市场价格，损害其他经营者或者消费者合法权益的，依照本规定第四条的

规定处罚。

行业协会或者其他单位组织经营者相互串通，操纵市场价格的，对经营者依照前两款的规定处罚；对行业协会或者其他单位，可以处 50 万元以下的罚款，情节严重的，由登记管理机关依法撤销登记、吊销执照。

第六条 经营者违反价格法第十四条的规定，有下列推动商品价格过快、过高上涨行为之一的，责令改正，没收违法所得，并处违法所得 5 倍以下的罚款；没有违法所得的，处 5 万元以上 50 万元以下的罚款，情节较重的处 50 万元以上 300 万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿，或者由工商行政管理机关吊销营业执照：

（一）捏造、散布涨价信息，扰乱市场价格秩序的；

（二）除生产自用外，超出正常的存储数量或者存储周期，大量囤积市场供应紧张、价格发生异常波动的商品，经价格主管部门告诫仍继续囤积的；

（三）利用其他手段哄抬价格，推动商品价格过快、过高上涨的。

行业协会或者为商品交易提供服务的单位有前款规定的违法行为的，可以处 50 万元以下的罚款；情节严重的，由登记管理机关依法撤销登记、吊销执照。

前两款规定以外的其他单位散布虚假涨价信息，扰乱市场价格秩序，依法应当由其他主管机关查处的，价格主管部门可以提出依法处罚的建议，有关主管机关应当依法处罚。

第七条 经营者违反价格法第十四条的规定，利用虚假的或者使人误解的价格手段，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易的，责令改正，没收违法所得，并处违法所得 5 倍以下的罚款；没有违法所得的，处 5 万元以上 50 万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿，或者由工商行政管理机关吊销营业执照。

第八条 经营者违反价格法第十四条的规定，采取抬高等级或者压低等级等手段销售、收购商品或者提供服务，变相

## 业务周刊第十六期物价培训系列二价格法规园地

提高或者压低价格的，责令改正，没收违法所得，并处违法所得 5 倍以下的罚款；没有违法所得的，处 2 万元以上 20 万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿，或者由工商行政管理机关吊销营业执照。

第九条 经营者不执行政府指导价、政府定价，有下列行为之一的，责令改正，没收违法所得，并处违法所得 5 倍以下的罚款；没有违法所得的，处 5 万元以上 50 万元以下的罚款，情节较重的处 50 万元以上 200 万元以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿：

- （一）超出政府指导价浮动幅度制定价格的；
- （二）高于或者低于政府定价制定价格的；
- （三）擅自制定属于政府指导价、政府定价范围内的商品或者服务价格的；
- （四）提前或者推迟执行政府指导价、政府定价的；
- （五）自立收费项目或者自定标准收费的；
- （六）采取分解收费项目、重复收费、扩大收费范围等方式变相提高收费标准的；
- （七）对政府明令取消的收费项目继续收费的；
- （八）违反规定以保证金、抵押金等形式变相收费的；
- （九）强制或者变相强制服务并收费的；
- （十）不按照规定提供服务而收取费用的；
- （十一）不执行政府指导价、政府定价的其他行为。

第十条 经营者不执行法定的价格干预措施、紧急措施，有下列行为之一的，责令改正，没收违法所得，并处违法所得 5 倍以下的罚款；没有违法所得的，处 10 万元以上 100 万元以下的罚款，情节较重的处 100 万元以上 500 万元以下的罚款

款；情节严重的，责令停业整顿：

- （一）不执行提价申报或者调价备案制度的；
- （二）超过规定的差价率、利润率幅度的；
- （三）不执行规定的限价、最低保护价的；
- （四）不执行集中定价权限措施的；
- （五）不执行冻结价格措施的；
- （六）不执行法定的价格干预措施、紧急措施的其他行为。

第十一条 本规定第四条、第七条至第九条规定中经营者为个人的，对其没有违法所得的价格违法行为，可以处 10 万元以下的罚款。

本规定第五条、第六条、第十条规定中经营者为个人的，对其没有违法所得的价格违法行为，按照前款规定处罚；情节严重的，处 10 万元以上 50 万元以下的罚款。

第十二条 经营者违反法律、法规的规定牟取暴利的，责令改正，没收违法所得，可以并处违法所得 5 倍以下的罚款；情节严重的，责令停业整顿，或者由工商行政管理机关吊销营业执照。

第十三条 经营者违反明码标价规定，有下列行为之一的，责令改正，没收违法所得，可以并处 5000 元以下的罚款：

- （一）不标明价格的；
- （二）不按照规定的内容和方式明码标价的；
- （三）在标价之外加价出售商品或者收取未标明的费用的；
- （四）违反明码标价规定的其他行为。

## 业务周刊第十六期物价培训系列二价格法规园地

第十四条 拒绝提供价格监督检查所需资料或者提供虚假资料的，责令改正，给予警告；逾期不改正的，可以处10万元以下的罚款，对直接负责的主管人员和其他直接责任人员给予纪律处分。

第十五条 政府价格主管部门进行价格监督检查时，发现经营者的违法行为同时具有下列三种情形的，可以依照价格法第三十四条第（三）项的规定责令其暂停相关营业：

- （一）违法行为情节复杂或者情节严重，经查明后可能给予较重处罚的；
- （二）不暂停相关营业，违法行为将继续的；
- （三）不暂停相关营业，可能影响违法事实的认定，采取其他措施又不足以保证查明的。

政府价格主管部门进行价格监督检查时，执法人员不得少于2人，并应当向经营者或者有关人员出示证件。

第十六条 本规定第四条至第十三条规定中的违法所得，属于价格法第四十一条规定的消费者或者其他经营者多付价款的，责令经营者限期退还。难以查找多付价款的消费者或者其他经营者的，责令公告查找。

经营者拒不按照前款规定退还消费者或者其他经营者多付的价款，以及期限届满没有退还消费者或者其他经营者多付的价款，由政府价格主管部门予以没收，消费者或者其他经营者要求退还时，由经营者依法承担民事责任。

第十七条 经营者有《中华人民共和国行政处罚法》第二十七条所列情形的，应当依法从轻或者减轻处罚。

经营者有下列情形之一的，应当从重处罚：

- （一）价格违法行为严重或者社会影响较大的；
- （二）屡查屡犯的；
- （三）伪造、涂改或者转移、销毁证据的；
- （四）转移与价格违法行为有关的资金或者商品的；

## 业务周刊第十六期物价培训系列二价格法规园地

(五) 经营者拒不按照本规定第十六条第一款规定退还消费者或者其他经营者多付价款的；

(六) 应予从重处罚的其他价格违法行为。

第十八条 本规定中以违法所得计算罚款数额的，违法所得无法确定时，按照没有违法所得的规定处罚。

第十九条 有本规定所列价格违法行为严重扰乱市场秩序，构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第二十条 经营者对政府价格主管部门作出的处罚决定不服的，应当先依法申请行政复议；对行政复议决定不服的，可以依法向人民法院提起诉讼。

第二十一条 逾期不缴纳罚款的，每日按罚款数额的 3%加处罚款；逾期不缴纳违法所得的，每日按违法所得数额的 2%加处罚款。

第二十二条 任何单位和个人有本规定所列价格违法行为，情节严重，拒不改正的，政府价格主管部门除依照本规定给予处罚外，可以公告其价格违法行为，直至其改正。

第二十三条 有关法律对价格法第十四条所列行为的处罚及处罚机关另有规定的，可以依照有关法律的规定执行。

第二十四条 价格执法人员泄露国家秘密、经营者的商业秘密或者滥用职权、玩忽职守、徇私舞弊，构成犯罪的，依法追究刑事责任；尚不构成犯罪的，依法给予处分。

第二十五条 本规定自公布之日起施行。

## 第五节 《零售商促销行为管理办法》

第一条 为了规范零售商的促销行为，保障消费者的合法权益，维护公平竞争秩序和社会公共利益，促进零售行业健康有序发展，根据有关法律法规，制定本办法。

第二条 零售商在中华人民共和国境内开展的促销活动适用本办法。

第三条 本办法所称零售商是指依法在工商行政管理部门登记注册，直接向消费者销售商品的企业及其分支机构、个体工商户。

本办法所称促销是指零售商为吸引消费者、扩大销售而开展的营销活动。

第四条 零售商开展促销活动应当遵循合法、公平、诚实信用的原则，遵守商业道德，不得开展违反社会公德的促销活动，不得扰乱市场竞争秩序和社会公共秩序，不得侵害消费者和其他经营者的合法权益。

第五条 零售商开展促销活动应当具备相应的安全设备和管理措施，确保消防安全通道的畅通。对开业、节庆、店庆等规模较大的促销活动，零售商应当制定安全应急预案，保证良好的购物秩序，防止因促销活动造成交通拥堵、秩序混乱、疾病传播、人身伤害和财产损失。

第六条 零售商促销活动的广告和其他宣传，其内容应当真实、合法、清晰、易懂，不得使用含糊、易引起误解的语言、文字、图片或影像。不得以保留最终解释权为由，损害消费者的合法权益。

第七条 零售商开展促销活动，应当在经营场所的显著位置明示促销内容，促销内容应当包括促销原因、促销方式、促销规则、促销期限、促销商品的范围，以及相关限制性条件等。

对不参加促销活动的柜台或商品，应当明示，并不得宣称全场促销；明示例外商品、含有限制性条件、附加条件的促销规则时，其文字、图片应当醒目明确。

## 业务周刊第十六期物价培训系列二价格法规园地

零售商开展促销活动后在明示期限内不得变更促销内容，因不可抗力而导致的变更除外。

第八条 零售商开展促销活动，其促销商品（包括有奖销售的奖品、赠品）应当依法纳税。

第九条 零售商开展促销活动应当建立健全内部价格管理档案，如实、准确、完整记录促销活动前、促销活动中的价格资料，妥善保存并依法接受监督检查。

第十条 零售商开展促销活动应当明码标价，价签价目齐全、标价内容真实明确、字迹清晰、货签对位、标识醒目。不得在标价之外加价出售商品，不得收取任何未予明示的费用。

第十一条 零售商开展促销活动，不得利用虚构原价打折或者使人误解的标价形式或价格手段欺骗、诱导消费者购买商品。

第十二条 零售商开展促销活动，不得降低促销商品（包括有奖销售的奖品、赠品）的质量和售后服务水平，不得将质量不合格的物品作为奖品、赠品。

第十三条 零售商开展有奖销售活动，应当展示奖品、赠品，不得以虚构的奖品、赠品价值额或含糊的语言文字误导消费者。

第十四条 零售商开展限时促销活动的，应当保证商品在促销时段内的充足供应。

零售商开展限量促销活动的，应当明示促销商品的具体数量。连锁企业所属多家店铺同时开展限量促销活动的，应当明示各店铺促销商品的具体数量。限量促销的，促销商品售完后应即时明示。

第十五条 零售商开展积分优惠卡促销活动的，应当事先明示获得积分的方式、积分有效时间、可以获得的购物优惠等相关内容。

消费者办理积分优惠卡后，零售商不得变更已明示的前款事项；增加消费者权益的变更除外。

## 业务周刊第十六期物价培训系列二价格法规园地

第十六条 零售商不得虚构清仓、拆迁、停业、歇业、转行等事由开展促销活动。

第十七条 消费者要求提供促销商品发票或购物凭证的，零售商应当即时开具，并不得要求消费者负担额外的费用。

第十八条 零售商不得以促销为由拒绝退换货或者为消费者退换货设置障碍。

第十九条 鼓励行业协会建立商业零售企业信用档案，加强自律，引导零售商开展合法、公平、诚实信用的促销活动。

第二十条 单店营业面积在 3000 平方米以上的零售商，以新店开业、节庆、店庆等名义开展促销活动，应当在促销活动结束后十五日内，将其明示的促销内容，向经营场所所在地的县级以上（含县级）商务主管部门备案。

第二十一条 各地商务、价格、税务、工商等部门依照法律法规及有关规定，在各自职责范围内对促销行为进行监督管理。对涉嫌犯罪的，由公安机关依法予以查处。

第二十二条 对违反本办法规定的行为任何单位和个人均可向上述单位举报，相关单位接到举报后，应当依法予以查处。

第二十三条 零售商违反本办法规定，法律法规有规定的，从其规定；没有规定的，责令改正，有违法所得的，可处违法所得三倍以下罚款，但最高不超过三万元；没有违法所得的，可处一万元以下罚款；并可予以公告。

第二十四条 各省、自治区、直辖市可结合本地实际，制定规范促销行为的有关规定。

第二十五条 本办法由商务部、发展改革委、公安部、税务总局、工商总局负责解释。

第二十六条 本办法自 2006 年 10 月 15 日起施行。

## 第六节 《零售商供应商公平交易管理办法》

第一条 为规范零售商与供应商的交易行为，维护公平交易秩序，保障消费者的合法权益，制定本办法。

第二条 零售商与供应商在中华人民共和国境内从事的相关交易活动适用本办法。

第三条 本办法所称零售商是指依法在工商行政管理部门办理登记，直接向消费者销售商品，年销售额（从事连锁经营的企业，其销售额包括连锁店铺的销售额）1000 万元以上的企业及其分支机构。

本办法所称供应商是指直接向零售商提供商品及相应服务的企业及其分支机构、个体工商户，包括制造商、经销商和其他中介商。

第四条 零售商与供应商的交易活动应当遵循合法、自愿、公平、诚实信用的原则，不得妨碍公平竞争的市场交易秩序，不得侵害交易对方的合法权益。

第五条 鼓励零售商与供应商在交易中采用商务主管部门和工商行政管理部门推荐的合同示范文本。

第六条 零售商不得滥用优势地位从事下列不公平交易行为：

（一）与供应商签订特定商品的供货合同，双方就商品的特定规格、型号、款式等达成一致后，又拒绝接收该商品。但具有可归责于供应商的事由，或经供应商同意、零售商负责承担由此产生的损失的除外；

（二）要求供应商承担事先未约定的商品损耗责任；

（三）事先未约定或者不符合事先约定的商品下架或撤柜的条件，零售商无正当理由将供应商所供货物下架或撤柜的；但是零售商根据法律法规或行政机关依法作出的行政决定将供应商所供货物下架、撤柜的除外；

（四）强迫供应商无条件销售返利，或者约定以一定销售额为销售返利前提，未完成约定销售额却向供应商收取返利的；

（五）强迫供应商购买指定的商品或接受指定的服务。

第七条 零售商不得从事下列妨碍公平竞争的行为：

- （一）对供应商直接向消费者、其他经营者销售商品的价格予以限制；
- （二）对供应商向其他零售商供货或提供销售服务予以限制。

第八条 零售商不得要求供应商派遣人员到零售商经营场所提供服务，下列情形除外：

- （一）经供应商同意，并且供应商派遣人员仅从事与该供应商所供商品有关的销售服务工作；
- （二）与供应商协商一致，就供应商派遣人员的工作内容、劳动时间、工作期限等条件达成一致，且派遣人员所需费用由零售商承担。

第九条 存在下列情形的，供应商有权拒绝退货：

- （一）零售商因自身原因造成商品污染、毁损、变质或过期要求退货，但不承担由此给供应商造成的损失；
- （二）零售商以调整库存、经营场所改造、更换货架等事由要求退货，且不承担由此给供应商造成的损失；
- （三）零售商在商品促销期间低价进货，促销期过后将所剩商品以正常价退货。

第十条 零售商向供应商收取促销服务费的，应当事先征得供应商的同意，订立合同，明确约定提供服务的项目、内容、期限；收费的项目、标准、数额、用途、方式及违约责任等内容。

本办法所称促销服务费是指，依照合同约定，为促进供应商特定品牌或特定品种商品的销售，零售商以提供印制海报、开展促销活动、广告宣传等相应服务为条件，向供应商收取的费用。

第十一条 零售商收取促销服务费后，应当按照合同约定向供应商提供相应的服务，不得擅自中止服务或降低服务标准。零售商未完全提供相应服务的，应当向供应商返还未提供服务部分的费用。

第十二条 零售商应当将所收取的促销服务费登记入账，向供应商开具发票，按规定纳税。

第十三条 零售商不得收取或变相收取以下费用：

## 业务周刊第十六期物价培训系列二价格法规园地

(一) 以签订或续签合同为由收取的费用；

(二) 要求已经按照国家有关规定取得商品条码并可在零售商经营场所内正常使用的供应商，购买店内码而收取的费用；

(三) 向使用店内码的供应商收取超过实际成本的条码费；

(四) 店铺改造、装修时，向供应商收取的未专门用于该供应商特定商品销售区域的装修、装饰费；

(五) 未提供促销服务，以节庆、店庆、新店开业、重新开业、企业上市、合并等为由收取的费用；

(六) 其他与销售商品没有直接关系、应当由零售商自身承担或未提供服务而收取的费用。

第十四条 零售商与供应商应按商品的属性在合同中明确约定货款支付的期限，但约定的支付期限最长不超过收货后60天。

第十五条 除合同另有约定或供应商没有提供必要单据外，零售商应当及时与供应商对账。

第十六条 零售商以代销方式销售商品的，供应商有权查询零售商尚未付款商品的销售情况，零售商应当提供便利条件，不得拒绝。

第十七条 零售商不得以下列情形为由延迟支付供应商货款：

(一) 供应商的个别商品未能及时供货；

(二) 供应商的个别商品的退换货手续尚未办结；

(三) 供应商所供商品的销售额未达到零售商设定的数额；

(四) 供应商未与零售商续签供货合同；

(五) 零售商提出的其他违反公平原则的事由。

第十八条 供应商供货时，不得从事下列妨碍公平竞争的行为：

## 业务周刊第十六期物价培训系列二价格法规园地

(一) 强行搭售零售商未订购的商品；

(二) 限制零售商销售其他供应商的商品。

第十九条 鼓励行业协会建立商业信用档案，准确、及时、全面地记载和反映零售商、供应商的信用状况，引导零售商、供应商加强自律，合法经营。

第二十条 鼓励行业协会建立零售商货款结算风险预警机制，对零售商拖欠供应商货款数额较大、期限较长的，应当将有关情况通报商务主管部门，并提示相关的供应商。

第二十一条 各地商务、价格、税务、工商等部门依照法律法规及本办法，在各自的职责范围内对本办法规定的行为进行监督管理。对涉嫌犯罪的，由公安机关依法予以查处。

县级以上商务主管部门应会同同级有关部门对零售商供应商公平交易行为实行动态监测，进行风险预警，及时采取防范措施。

第二十二条 对违反本办法规定的行为任何单位和个人均可向上述部门举报，相关部门接到举报后，应当依法予以查处。

第二十三条 零售商或者供应商违反本办法规定的，法律法规有规定的，从其规定；没有规定的，责令改正；有违法所得的，可处违法所得三倍以下罚款，但最高不超过三万元；没有违法所得的，可处一万元以下罚款；并可向社会公告。

第二十四条 县级以上商务、价格、税务、工商等部门发现零售商涉嫌骗取供应商货款的，应当将其涉嫌犯罪的线索及时移送当地公安机关。公安机关应及时开展调查工作，涉嫌犯罪的，依法立案侦查。

第二十五条 各省、自治区、直辖市可结合本地实际，制定规范零售商供应商公平交易行为的有关规定。

第二十六条 本办法自 2006 年 11 月 15 日起施行。

## 第七节 《欺诈消费者行为处罚办法》

第一条 为制止经营者提供商品或者服务中的欺诈消费行为，保护消费者合法权益，根据《中华人民共和国消费者权益保护法》的有关规定，制定本办法。

第二条 本办法所称欺诈消费者行为，是指经营者在提供商品(以下所称商品包括服务)或者服务中，采取虚假或者其他不正当手段欺骗、误导消费者，使消费者的合法权益受到损害的行为。

第三条 经营者在向消费者提供商品中，有下列情形之一的，属于欺诈消费者行为：

- (一)销售掺杂、掺假，以假充真，以次充好的商品的；
- (二)采取虚假或者其他不正当手段使销售的商品份量不足的；
- (三)销售“处理品”、“残次品”、“等外品”等商品而谎称是正品的；
- (四)以虚假的：“清仓价”、“甩卖价”、“最低价”、“优惠价”或者其他欺骗性价格表示销售商品的；
- (五)以虚假的商品说明、商品标准、实物样品等方式销售商品；
- (六)不以自己的真实名称和标记销售商品的；
- (七)采取雇佣他人等方式进行欺骗性的销售诱导的；
- (八)作虚假的现场演示和说明的；
- (九)利用广播、电影、电视、报刊等大众传播媒介对商品作虚假宣传的；
- (十)骗取消费者预付款的；

- (十一)利用邮购销售骗取价款而不提供或者不按照约定条件提供商品的；
- (十二)以虚假的“有奖销售”、“还本销售”等方式销售商品；
- (十三)以其他虚假或者不正当手段欺诈消费者的行为。

第四条 经营者在向消费者提供商品中，有下列情形之一，且不能证明自己确非欺骗、误导消费者而实施此种行为的，应当承担欺诈消费者行为的法律责任：

- (一)销售失效、变质商品；
- (二)销售侵犯他人注册商标权的商品的；
- (三)销售伪造产地、伪造或者冒用他人的企业名称或者姓名的商品的；
- (四)销售伪造产地、伪造或者冒用他人商品特有的名称、包装、装璜的商品；
- (五)销售伪造或者冒用认证标志、名优标志等质量标志的商品的。

第五条 对本法第三条、第四条所列欺诈消费者行为，法律、行政法规对处罚机关和处罚方式有规定的，从其规定；法律、行政法规未作规定的，由工商行政管理机关依照《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十条规定处罚。

第六条 经营者提供商品和或者服务有欺诈行为的，应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失，增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的一倍。

第七条 工商行政管理机关查处欺诈消费者行为的程序，适用《工商行政管理机关受理消费者申诉暂行办法》。

第八条 本办法自1996年3月15日起施行。

## 第八节 《制止牟取暴利的暂行规定》

为维护社会主义市场经济秩序，制止牟取暴利，保护消费者的合法权益，国务院于1995年1月颁布了《制止牟取暴利的暂行规定》。

第一条 为了维护社会主义市场经济秩序，制止牟取暴利，保护消费者的合法权益，制定本规定。

第二条 本规定适用于对国民经济和社会发展有重大影响的和与人民生活有密切关系的商品和服务（以下简称商品和服务）。前款规定的商品和服务的项目，由国务院价格主管部门按照国务院的有关规定公布、调整；其中实行国家定价的，按照国家定价和国务院有关价格管理的规定执行。

省、自治区、直辖市人民政府可以根据本地方的实际情况，在国务院价格主管部门公布的商品和服务的项目的基础上，决定适当增加与本地方人民生活有密切关系的商品和服务的项目，予以公布，并报国务院价格主管部门备案。

第三条 在中华人民共和国境内从事生产经营和提供有偿服务的公民、法人和其他组织（以下简称生产经营者）必须遵守本规定。

第四条 生产经营者的价格行为应当遵循公开、公平和诚实信用的原则，执行国家关于商品和服务实行明码标价的规定。

第五条 商品的价格和服务的收费标准（以下统称价格），应当符合下列要求。

（一）某一商品或者服务的价格水平不超过同一地区、同一期间、同一档次、同种商品或者服务的市场平均价格的合理幅度；

（二）某一商品或者服务的差价率不超过同一地区、同一期间、同一档次、同种商品或者服务的平均差价率的合理幅

度；

（三）某一商品或者服务的利润率不超过同一地区、同一期间、同一档次、同种商品或者服务的平均利润率的合理幅度。但是，生产经营者通过改善经营管理，运用新技术，降低成本，提高效益而实现的利润率除外。

第六条 商品或者服务的市场平均价格、平均差价率、平均利润率以其社会平均成本为基础测定。

商品或者服务的市场平均价格、平均差价率、平均利润率的合理幅度，按照其与国民经济和社会发展的关系或者与居民生活的密切程度，市场供求状况和不同行业、不同环节、不同商品或者服务的特点规定。

第七条 商品和服务的市场平均价格、平均差价率、平均利润率及其合理幅度，由省、自治区、直辖市的人民政府价格管理部门会同有关业务主管部门，按照国务院价格主管部门的规定测定和规定，并予以公布；省、自治区、直辖市人民政府价格管理部门也可以根据需要，授权市、县人民政府价格管理部门测定和规定与居民生活有密切关系的部分商品和服务的市场平均价格、平均差价率、平均利润率及其合理幅度，并予以公布。有关业务主管部门和生产经营者应当配合价格管理部门的测定工作。

第八条 生产经营者不得违反本规定，以下列手段非法牟利：

- （一）不按照规定明码标价或者在明码标示的价格之外索要高价；
- （二）谎称削价让利，或者以虚假的优惠价、折扣价、处理价、最低价以及其他虚假的价格信息，进行价格欺诈；
- （三）生产经营者之间或者行业组织之间相互串通，哄抬价格；
- （四）违反公平、自愿原则，强迫交易对方接受高价；
- （五）采取其他价格欺诈手段。

第九条 价格监督检查人员依法执行职务，生产经营者不得拒绝、阻碍。

第十条 对生产经营者牟取暴利的行为，任何单位和个人都有权向价格监督检查机构投诉或者举报。

价格监督检查机构受理投诉或者收到举报后，应当及时调查核实情况，依照本规定予以处理，并根据情况对举报者给予奖励。

第十一条 违反本规定第五条规定的，由价格监督检查机构责令改正；拒不改正的，予以警告、没收违法所得，可以并处违法所得5倍以下的罚款。

第十二条 违反本规定第八条规定的，由价格监督检查机构予以警告，责令其向遭受损害的一方退还违法所得，违法所得不能退还的，予以没收，可以并处违法所得5倍以下的罚款；情节严重，构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第十三条 以暴力、威胁方法阻碍价格监督检查人员依法执行职务的，依法追究刑事责任；拒绝、阻碍价格监督检查人员依法执行职务，未使用暴力、威胁方法的，由公安机关依照治安管理处罚条例的有关规定处罚。

第十四条 价格监督检查人员玩忽职守、徇私舞弊，或者包庇、纵容牟取暴利的行为的，依法给予行政处分；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

第十五条 工商行政管理、审计、财政、税务、公安、技术监督等部门，应当在各自的职责范围内，配合价格监督检查机构查处牟取暴利的行为。

第十六条 省、自治区、直辖市人民政府，可以结合本地方的实际情况，根据本规定制定实施办法。

第十七条 本规定由国务院价格主管部门组织实施。

第十八条 本规定自发布之日起施行。

## 第二章 常用相关法规、通知的重要条文

### 第一节 《广告法》的重要条文

第四条 广告不得含有虚假的内容，不得欺骗和误导消费者。

第七条 广告内容应当有利于人民的身心健康，促进商品和服务质量的提高，保护消费者的合法权益，遵守社会公德和职业道德，维护国家的尊严和利益。广告不得有下列情形：

- （一）使用中华人民共和国国旗、国徽、国歌；
- （二）使用国家机关和国家机关工作人员的名义；
- （三）使用国家级、最高级、最佳等用语；
- （四）妨碍社会安定和危害人身、财产安全，损害社会公共利益；
- （五）妨碍社会公共秩序和违背社会良好风尚；
- （六）含有淫秽、迷信、恐怖、暴力、丑恶的内容；
- （七）含有民族、种族、宗教、性别歧视的内容；
- （八）妨碍环境和自然资源保护；
- （九）法律、行政法规规定禁止的其他情形。

第九条 广告中对商品的性能、产地、用途、质量、价格、生产者、有效期限、允诺或者对服务的内容、形式、质量、价格、允诺有表示的，应当清楚、明白。广告中表明推销商品、提供服务附带赠送礼品的，应当标明赠送的品种和数量。

第十条 广告使用数据、统计资料、调查结果、文摘、引用语，应当真实、准确，并表明出处。

## 第二节 《国家工商行政管理总局等部门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》的重要部分

各地要对商品的包装、标签以及广告宣传中含有“特供”、“专供”等类似内容进行清理检查。重点是：

- (一) 白酒、葡萄酒、啤酒、茶、食用油、乳制品、饮料、香烟、水果、大米等日用消费品及上述商品的生产经营者。
- (二) 大型超市（商场）、集贸市场、批发零售市场、烟酒销售店、宾馆饭店等销售场所。
- (三) 电视、报纸、期刊、广播、互联网等广告发布媒体。

## 第三节 关于民生类商品不得随意开展“限时限量”促销的要求

2007年11月10日，家乐福重庆沙坪坝店在促销活动中发生群众踩踏恶性事件，造成三人死亡、多人受伤的严重后果。随后在11月11日商务部办公厅便下发《关于进一步规范零售企业促销工作的紧急通知》中要求商业企业不组织容易造成交通拥堵、人身伤害、秩序混乱的限时限量促销，特别是不准开展粮、油、盐、肉、蛋等日常生活必需品的限时限量促销活动，消除安全隐患。

## 第三章 关于价格欺诈的重点解释

### 第一节 关于价格欺诈的 3 个解读

什么是价格欺诈行为？《中华人民共和国价格法》第十四条第四项规定，经营者不得利用虚假或者使人误解的价格手段，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易。这种价格违法行为通常称作价格欺诈行为，又称欺骗性价格表示，是指经营者利用虚假的或者使人误解的标价形式或者价格手段，欺骗、诱导消费者或者其他经营者与其进行交易的行为。

针对当前商家虚假优惠折价的促销行为，国家发改委出台了《禁止价格欺诈行为的规定》的解释意见明确规定，抬价打折的行为属于价格欺诈。该《规定》于 2002 年 1 月 1 日起执行。

#### 解读一：促销“原价”应为七日内最低价

一件衣服去年卖 300 元，现在降到 80 元，商家在促销时写上“原价 300 元，现价 80 元”，这种行为即被视为价格欺诈。国家发改委《禁止价格欺诈行为的规定》其中规定，“原价”是指经营者在本次降价前七日内在本交易场所成交的有交易票据的最低交易价格，否则就属于价格欺诈行为。据介绍，以前“原价”的定义仅指经营者在本次降价前一次在本交易场所成交的有交易票据的价格，而没有具体时间规定，这让商家有了玩花招的可能。而这次却限定了“7 日”的时间限制，能有效防止商家暗箱操作，因为在检查时商家必须提供有效的真实的交易数据。另外，新的解释意见还规定，经营者收购、销售商品和提供服务前有价格承诺，不履行或者不完全履行的，都属于价格欺诈行为。

#### 解读二：标价欺骗消费者没成交也算欺诈

市民在一些购物过程中，明明发现商场的标价形式有欺骗之嫌，但是投诉了，商家只能是改正，很难得到处罚，因为没有发生交易行为。国家发改委新的解释意见表示，“经营者利用虚假的或者使人误解的标价形式或者价格手段，欺骗、诱

导消费者或者其他经营者与其进行交易的行为”，是指该行为不论是否形成交易结果均构成价格欺诈行为。而馈赠物品或者服务标示价格（或价值）的，应当真实明确；不如实标示的，也属于价格欺诈行为。商家采取返还有价赠券方式销售商品或者提供服务时，有价赠券在使用上有附加条件，且没有在经营场所的显著位置明确标示的，同样属于价格欺诈。以往物价部门在进行价格检查时，常常发现商家用“大字小字”、虚假广告或者用未标明单位的数字等来诱导消费者，但如果消费者不消费，没有交易票据，物价部门就无法进行处罚。

### 解读三：原价不能随便标，七日之内才有效

而在“跳楼价”、“挥泪大甩卖”的促销活动中，“原价”与“现价”的巨大落差是商家引诱消费者购买的一个惯用手法，有些商家甚至将一两年前的“原价”拿出来与“现价”对比，其实“原价”已经降了好几次了，这种行为在服装上最突出。新的解释意见表示，“原价”是指经营者在本次降价前七日内在本交易场所成交的有交易票据的最低交易价格；如前七日内没有交易价格，以本次降价前最后一次交易价格作为原价。而经营者标示的价格等于或者高于本次优惠折价活动前七日内，在本交易场所成交的有交易票据的最低交易价格，属于“虚假优惠折价”。而特价商品或者服务的价格等于或者高于本次经营活动前七日内，在本交易场所成交的有交易票据的最低交易价格的，也属于价格欺诈。同样，开展送现金、返券、馈赠、积分等经营活动中，经营者标示的价格高于本次经营活动前七日内，在本交易场所成交的有交易票据的最低交易价格的，也属于价格欺诈。

## 第二节 价格欺诈的 13 种行为

- 1、标价签、价目表等所标示商品的品名、产地、规格、等级、质地、计价单位、价格等或者服务的项目、收费标准等有关内容与实际不符，并以此为手段诱骗消费者或者其他经营者购买的。
- 2、对同一商品或者服务，在同一交易场所同时使用两种标价签或者价目表，以低价招徕顾客并以高价进行结算的。
- 3、使用欺骗性或者误导性的语言、文字、图片、计量单位等标价，诱导他人与其交易的。
- 4、标示的市场最低价、出厂价、批发价、特价、极品价等价格表示无依据或者无从比较的。
- 5、降价销售所标示的折扣商品或者服务，其折扣幅度与实际不符的。
- 6、销售处理商品时，不标示处理品和处理品价格的。
- 7、采取价外馈赠方式销售商品和提供服务时，不如实标示馈赠物品的品名、数量或者馈赠物品为假劣商品的。
- 8、收购、销售商品和提供服务带有价格附加条件时，不标示或者含糊标示附加条件的。
- 9、虚构原价，虚构降价原因，虚假优惠折价，谎称降价或者将要提价，诱骗他人购买的。
- 10、收购、销售商品和提供服务前有价格承诺，不履行或者不完全履行的。
- 11、谎称收购、销售价格高于或者低于其他经营者的收购、销售价格，诱骗消费者或经营者与其进行交易的。
- 12、采取掺杂、掺假，以假充真，以次充好，短缺数量等手段，使数量或者质量与价格不符的。
- 13、对实行市场调节价的商品和服务价格，谎称为政府定价或者政府指导价的。

### 第三节 价格欺诈的 10 种表现形式

#### 1、虚假标价：

如某饭店餐饮部在商品标价签上标明象鼻蚌价格每斤78元，但顾客结帐时却按每斤200元结算，并且称其标价签标的是小象鼻蚌，以虚假标价误导消费者。再如某家具城，在一款真皮沙发商品标价签上标明产地是“意大利”，而实际产地是广东省。

#### 2、两套价格：

如某酒店采用两套标价簿欺诈消费者。在顾客点菜时提供价格低的标价簿，在结帐时按价格高的标价簿结算，某顾客点了12种炒菜，在结算时即发现其中10种菜肴的价格高于提供的标价簿所标的价格，最高的超出9元，最低的超出2元，共多收36元。

#### 3、模糊标价：

如某商厦以“出厂价”搞促销活动，销售某品牌洗衣机误导性文字明示“出厂价”950元，实际该型号洗衣机出厂价是920元。再如某酒店在门口迎宾处以“特价烤鸭每只38元”进行价格宣传，实际却按48元结算。当消费者质问何为“特价”时，该酒店谎称每天前三位顾客才能享受“特价”。

#### 4、虚夸标价：

如某家公司在其经营场所以“全市最低价”、“所有商品价格低于同行”等文字进行宣传。而实际其家电商品价格多数高于其他商家，误导消费者购买。再如某公司在其店面显著位置标示“消费各类手机全市最低价”。而实际该店所称“全市最低价”不仅无依据，而且也无从比较。

#### 5、虚假折价：

如某商店以“全场2折”的文字进行价格宣传，但消费者发现全场上百种商品中，只有2种商品按2折销售。再如某服装商店用公告牌向顾客推荐某品牌服装全场8.5折，但消费者购买该品牌貂领大衣，原价为1998元，打8.5折销售价应1698.3元，

## 业务周刊第十六期物价培训系列二价格法规园地

而实际标价为1798元。宽松毛大衣原价为1080元，8.5折销售价应918元，而实际标价1030元。

### 6、模糊赠售：

如某餐饮公司在经营场所打出“肥牛午市买一送一，晚市买二送一”的条幅，但未标明赠送商品的品名和数量。在顾客消费了一斤肥牛后，仅赠送价值较低的一碟羊肉。再如某粮店标示买五升某品牌食用调和油赠一，未标明赠品的品名和数量，实际给消费者的仅是一小袋花生米。

### 7、隐蔽价格附加条件：

如某百货公司采取“购物返A、B券”的手段促销，其中A券可当现金使用，而没有事先告知消费者B券只能附等值人民币现钞才能使用，误导消费者在店内循环消费。

### 8、虚构原价：

如某商场销售皮夹子，使用降价标价签标示原价158元，现价98元。不能提供原价的交易票据。再如某百货商场降价销售某品牌服装，虚构原价3500元，现价190元，不能提供此次降价前一次在本交易场所成交的原价交易票据。

### 9、不履行价格承诺：

如某超市向消费者承诺在1月12日至1月15日期间，凡购买某品牌清洁抹布实行买三送一，而实际消费者购买后并未获得赠送。销售某品牌酸奶，向消费者承诺：凡购买5杯125克装酸奶，实行“特惠家庭装优惠20%”。原价6.2元，优惠后价格应是4.96元，但顾客结算时仍以原价结算。

### 10、质量与价格、数量与价格不符：

如某机电产品商店将因有质量问题而返修的某品牌电冰箱按正品价格销售，质量与价格不符。再如某商店销售价格3元的袋装白糖，标示每袋重量1000克，而实际每袋重量仅有750克，数量与价格不符。

## 第四章 价格欺诈的典型案列

### 案例一：虚构原价

某商场销售“七匹狼男士全棉横条时尚内衣套”，价签标示原价每套 169 元、促销价每套 50.70 元，经查实原价应为每套 119 元；销售“三枪暖棉加厚型圆领长袖男内衣衫裤”，价签标示原价每套 99 元，促销价每套 79.20 元，经查实原价应为每套 89.90 元；销售“三枪纯棉竖条舒适 V 领长袖女内衣裤”，价签标示原价每套 89 元，促销价每套 71.20 元，经查实原价应为每套 79 元。

某商场销售每袋 338 克的“正林特供香瓜子”，价签标示原价每袋 14.80 元、现价每袋 6.90 元，经查实原价为每袋 7.40 元。

某商场销售“心相印熏衣草三层加厚手帕纸”，价签标示原价每包 5.9 元、现价每包 3.45 元，经查实原价应为每包 3.8 元。

某商场销售 5 公斤装的“香雪高级饺子粉”，价签标示原价每袋 30.9 元、现价每袋 21.5 元，经查实原价应为每袋 23.9 元。

某商场销售“雀巢咖啡”，价签标示原价每盒 43.9 元、现价每盒 35.8 元，经查实原价应为每盒 37.3 元。

### 案例二：低价招徕顾客高价结算

某商场销售弓箭球形茶壶，价签标示每个 36.80 元，实际结算价每个 49.00 元；销售时尚衣架，价签标示每排 9.90 元，实际结算价每排 20.50 元；销售丁香玻璃茶壶，价签标示每个 16.80 元，实际结算价每个 31.40 元；销售丁香吉祥茶壶，价签标示每套 36.90 元，实际结算价每套 66 元。

某商场销售梗冠绿色大米，标价为每袋 64.6 元，实际结算价为每袋 69.7 元；好彩头散装豆干，标价为每公斤 27.8 元，实际结算价为每公斤 33.6 元。

某商场销售意邦多功能清洁巾，价签标价每件 16.9 元，实际结算价格为每件 18.8 元。

某商场销售良平铁观音，价签标示零售价每袋 29 元，实际结算价为每袋 39.8 元。

## 业务周刊第十六期物价培训系列二价格法规园地

某商场销售奥妙全自动洗衣液，价签标示现价每瓶 20 元，实际结算价为每瓶 26.5 元；  
某商场销售男士手套，价签标示每双 6.9 元，实际结算价为每双 21.9 元。

### 案例三：不履行价格承诺

某商场销售老树普洱茶，宣传海报标价为每盒 60 元，实际结算价为每盒 120 元。

某商场销售开心果，广告宣传每斤 43.98 元，实际结算价每斤 45.88 元；销售碧根果，广告宣传每斤 44.88 元，实际结算价为每斤 60.80 元。

某商场销售袜子、男女内衣三种商品，广告宣传“顾客任选 3 件 1 件免单”，实际结算时不论买 6 件还是 9 件都只免收 1 件的价款。

某商场销售内衣，广告宣传“全场三折起”，经查实际销售中没有一个品种以三折价格进行销售。

### 案例四：误导性的价格标示

某商场销售特色鱿鱼丝，销售价格为每袋 138 元，价签标示时用大号字体标示“13”，用小号字体标示“8.0”，诱导消费者误认为销售价格为每袋 13.80 元；销售 2000 克火腿礼盒，销售价格为每盒 168 元，价签标示时用大号字体标示“16”，用小号字体标示“8.0”，诱导消费者误认为销售价格为每盒 16.80 元。

### 案例五：某超市搞乌龙 实际重量比标价重量轻

“卫生纸标签上一个重量，实际却是另一个重量，少了近 200 克。”1 月 20 日，市民刘女士给本报打来热线电话，反映了她在某超市购物时的遭遇。

刘女士告诉记者，临近年关，她和家人像往常一样来到超市购买年货和日用品。在卫生纸销售区，经过一番价格对比，刘女士选购了一款“洁柔绿叶出口装”的提装卫生纸。“爆炸签上显示的重量是 180g\*10，那总重量就应该是 1800g，我看它比同品牌的纸要便宜一些，就选择了这款。可是回家以后，我发现这款卫生纸单包装并不是 180g，而是 136g，虽然比价签上标注的十卷多出两卷，但总重量还是差了 168g。”刘女士对记者说：“我当时是觉得这款卫生纸价格实惠才购买的，没想到标注的重量与实际重量根本不符，相当于少了整整一卷纸。虽然只差了几块钱，但是让人觉得心

里不舒服。大过年的，买日用品的消费者特别多，要是大家不注意看，很可能和我一样，只看标签上的重量觉得便宜，结果花了冤枉钱。”

接到刘女士的电话后，记者立刻赶到了该超市，并在卫生纸销售区找到了刘女士说的这款卫生纸。记者观察发现，这款卫生纸爆炸签上的标价为 25.90 元，规格显示的是 180g\*10，但记者翻看货品时却发现，这款卫生纸并不是每提 10 个，而是 12 个，单卷重量也不是 180g，而是 136g，正如刘女士所说，商品总重量比价签上标注的少了近 200g。

随后，记者联系了该超市的相关工作人员，他们立刻进行了核对，发现这款卫生纸的价签的确标注有误。一位负责人告诉记者，该款产品价格签出错是由于这段时间系统升级出错导致的，但是，销售区的工作人员却没有及时发现错误，使价签误导了消费者，因此，他们也有不可推卸的责任。对此，他们将对本部门经理和本部门员工予以处分，并及时更换了新的价签。超市方也向刘女士表示了歉意，并愿意为她退货并进行一倍赔偿，力求消费者满意。

### 案例六：“特价”实为正常售价 某忽悠人经销商挨罚

商品上标示“特价”，其实一直按照此价格出售，这属于价格欺诈行为。日前，省物价局和市物价局开展联合检查，两个家电经销企业受到处罚。

物价部门经过检查发现，某品牌专卖店在销售规格为 EC50-C1 热水器时标示“特价”799 元/台，其实该商品一直按照 799 元/台价格出售，存在特价商品等价格标示无依据或者无从比较的价格欺诈行为。

某商场在销售商品期间，店内商品全部使用未经市物价部门监制的标价签，存在擅自印制标价签或价目表的价格违法行为。物价部门依据相关法律、法规，责令上述企业改正价格违法行为，并处以相应罚款。

### 案例七：某商家商品标价误导消费受处罚

某商家商品标价存“陷阱”，误导消费受处罚。市工商局食品监管分局的执法人员某大型超市蜂蜜售卖区检查时发现，某品牌经销商将以蜂蜜为原料加工的标价分别为 15.9 元和 8.6 元的蜂蜜制品与蜂蜜混在一起售卖，而且蜂蜜制品的价签上标注的却是蜂蜜。在现场执法人员对其进行询问时，商家却说是员工马虎，写错了。对此，执法人员将用于宣传的标签进行没收，责令商家立即整改。并依据《反不正当竞争法》和《消法》给予罚款。

## 业务周刊第十六期物价培训系列二价格法规园地

### 典型案例配图说明

一、双眼皮价签，两个统一零售价，且下低上高，同时低标高结。违反了《禁止价格欺诈行为的规定》第6条第2款“对同一商品或者服务，在同一交易场所同时使用两种标价签或者价目表，以低价招徕顾客并以高价进行结算的”之规定。

例1、某商场某品牌服装双眼皮，上层628元，下层316元，实际售价328元。



例2、某商场食品扫码后系统价格与标价不符，系统价高于标价，属于典型的低标高结，价格欺诈。



## 业务周刊第十六期物价培训系列二价格法规园地

例 3、某商场休闲针织部卡梦奴上衣出现双眼皮价格，该品售价 49 元。上下两层统一零售价，其中下层标价 58.00 元，上层标价 68.00 元。



例 4、某商场某品牌袜子包装贴有两层价格，底层 13 元，上层 18 元。



## 业务周刊第十六期物价培训系列二价格法规园地

二、商品买赠活动不如实标示购买品牌的具体情况，以及买赠活动细则，违反了《禁止价格欺诈行为的规定》第6条第7款“采取价外馈赠方式销售商品和提供服务时，不如实标示馈赠物品的品名、数量或者馈赠物品为假劣商品的”。

例：某商场奶粉区各品牌的买赠活动未进行明示



三、商品本身有标价，但不按标价销售，员工私自提价，违反了《关于商品和服务实行明码标价的规定》第21条第2款“不按规定的内容和方式明码标价的”之规定。

例 1、某商场服饰吊签价格 148 元，但是员工却重新粘贴一个标签，标注售价 158 元，私自提价销售。



例 2、某商场员工在价签上对价格进行涂改，将售价 1 元的商品改为 1.2 元。



## 业务周刊第十六期物价培训系列二价格法规园地

四、商品促销宣传“几折起”或“全场几折起”字样，违反了《零售商促销行为管理办法》第7条“零售商开展促销活动……**并不得宣称全场促销**；明示例外商品、含有限制性条件、附加条件的促销规则时，其文字、图片应当醒目明确……”之规定。

例：某商场品牌活动宣传几折起



五、商品宣传“限时限量”违反了2007年11月11日商务部办公厅便下发《关于进一步规范零售企业促销工作的紧急通知》中要求商业企业不组织容易造成交通拥堵、人身伤害、秩序混乱的限时限量促销，特别是不准开展粮、油、盐、肉、蛋等日常生活必需品的限时限量促销活动，消除安全隐患。

例：某商场为提高促销品的销售使用“限时、限量”字样。



## 业务周刊第十六期物价培训系列二价格法规园地

六、商品在卖场的实际售价、折扣与DM单或POP标注的不符，违反了《禁止价格欺诈行为的规定》第6条第5款“降价销售所标示的折扣商品或者服务，其折扣幅度与实际不符的”之规定。

例：某商场松下品牌洗衣机，DM单上宣传“满1000元送200元”，但卖场的POP标注着“满1000直降200”，二者不符。



七、商品宣传使用“最低价、最低至、折到底、特价、震撼价、优惠价、惊爆价”等无任何价格根据、诱导消费的宣传词语，违反了《禁止价格欺诈行为的规定》第6条第4款“标示的市场最低价、出厂价、批发价、特价、极品价等价格表示无依据或者无从比较的”的规定，同时还违反了《广告法》中第7条第3款“使用国家级、最高级、最佳”等绝对用语。

例：某商场品牌活动时使用无从比较且最佳性语言“最低至”。



## 业务周刊第十六期物价培训系列二价格法规园地

八、同款商品两个吊签价，在高价基础上打折，属于厂家私自提高吊签价再进行低折扣销售，价格欺诈。违反了《禁止价格欺诈行为的规定》第6条第1款“标价签、价目表等所标示商品的品名、产地、规格、等级、质地、计价单位、价格等或者服务的项目、收费标准等有关内容与实际不符，并以此为手段诱骗消费者或者其他经营者购买的”之规定。

例：某商场红豆品牌男茄克服同款商品两个标价，并且在高价基础上折扣，与实际情况不符，属于价格欺诈。

