

“奥妙”变“奥纱”，山寨货泛滥拼多多

公司承认疏于管理 近400亿市值没了 国家市场监管总局展开调查

“

8月1日，国家市场监督管理总局网监司发布公告称，“高度重视媒体反映的拼多多平台上销售侵权假冒商品等问题，已要求上海市工商局约谈平台经营者。”

这是自网购平台拼多多赴美成功上市后，首次被相关管理部门“点名”。7月31日，对于近日曝出的大量销售“山寨”的质疑，拼多多创始人黄峥曾首次回应，称售假与山寨不能相提并论，承认公司的确存在对山寨产品的疏于管理。

三湘都市报记者登录拼多多手机APP发现，饱受诟病的“立日”洗衣液，“康剑”薄荷口香糖、“椰林”椰汁等商品依然在平台正常销售。那么，拼多多这种“明知故犯”的行为，是否侵犯了消费者的合法权益呢？

■记者 朱蓉
实习生 杨金浩 郑晨红



8月1日，通过拼多多APP，多个包装与名牌相似的“高仿”商品依然在售。 记者 朱蓉 摄



来源:视觉中国

律师声音

商家涉嫌“欺诈”，平台也有连带责任

湖南海天律师事务所李春光律师认为，在平台上售卖创维山寨机的情况不仅仅是侵权，已经构成犯罪，“山寨机是假冒伪劣产品，拼多多作为一个电商平台有义务监管所售卖的产品，不允许销售此类产品。若存在此类售卖假冒产品的情况，商家则触犯了《产品质量法》、《刑法》等法律，拼多多作为平台则属于共犯，两者共同承担责任，如果情况严重将有牢狱之灾。”

此外，他认为，对部分品牌外包装、商品名称与其他品牌相似度较高的情况，如“椰林”若因为商品外包装与“椰树”相似度很高，则可以考虑是否侵犯“椰树”商标注册权。

李春光表示，商家在销售商品时，应明确说明自己的品牌，不能借以其他品牌来宣传自己的产品，否则，如果让消费者构成一个错误的认识，则构成消费欺诈，消费者可以向消费者协会投诉，“该行为触犯法律但未构成刑事犯罪，但如椰林客服表示该品牌为椰树子公司，却不属实，则构成消费欺诈。”

记者查阅最新实施的《消费者权益保护法》后发现，第44条明确提到，网络交易平台提供者明知或者应知销售者或者服务者利用其平台侵害消费者合法权益，未采取必要措施的，依法与该销售者或者服务者承担连带责任。

相关链接

郑渊洁、创维等品牌均已开始主动维权

7月28日，创维数字大股东深圳创维-RGB电子有限公司发表《严正声明》，称拼多多购物平台出现大量假冒创维品牌的电视产品，假冒品牌包括创维先锋、创维云视听TV、创维嘉、创维美、创维酷酷等。该公司表示，正与拼多多严正交涉，要求其停止销售所有假冒品牌商品。

7月29日，郑渊洁发微博表示，拼多多平台店铺名称为“星宝家居生活专营店”的商家销售侵犯其著作权的盗版皮皮

鲁图书；8月1日，他再次微博表示，拼多多已对该店铺做出封店、资金冻结和列入黑名单等处理。

7月31日，拼多多创始人黄峥在回应近期媒体热点时表示，“把山寨问题和假货问题混在一起了，当舆论进一步提高的时候，把所有的商家问题都变成了假货问题。”他同时提到，“拼多多是否有能力解决行业问题，一边倒地压到拼多多身上，我们觉得对三岁的拼多多也是非常不公平的。”

影响

市值已蒸发近400亿人民币

拼多多在上市首日，股价暴涨，不过，随着市场质疑声的不断增加，公司股价连续两日暴跌。

数据显示，继周一大跌8.54%后，拼多多股价在周二开盘曾一度继续大幅下挫12.4%至19.57美元/股，这一价格逼近19美元/股的发行价。

7月31日，拼多多美股收盘价22.59美元，市值250亿，比最高点低了55亿美元左右，对应人民币近400亿元。

部门回应

已开展调查，如构成违法将严肃处理

8月1日，国家市场监督管理总局网监司发布公告称，高度重视媒体反映的拼多多平台上销售侵权假冒商品等问题，已经要求上海市工商局约谈平台经营者。

此外，该公司还要求上海市和其他相关地方工商、市场监管部门，对媒体反映的以及消费者、商标权利人投诉举报的拼多多平台上销售山寨产品、傍名牌等问题，认真开展调查，不管是第三方平台还是平台内经营者，只要构成违法，都将依法严肃处理。

对此，湖南省消费者委员会副秘书长张前在接受三湘都市报记者采访时称，目前，消委尚未收到湖南消费者关于拼多多销售山寨产品的投诉。他直言，关于拼多多的目前状况，上海市工商局正在对其进行调查，而平台上销售的“立日”洗衣液、“椰林”椰汁等产品究竟如何定论，需要等相关行政部门作出结论。

如果消费者遇到了是买“椰树”饮料却收到了“椰林”等类似情况，张前建议，消费者可与经营者协商、向消费者委员会投诉、提起诉讼、申请仲裁以及行政申诉等方法进行维权。

“奥妙”变“奥纱”？消费者直呼“没想到”

8月1日，曾在拼多多上购买过鞋架、塑料盆等多种生活用品的长沙市民罗女士告诉记者，浏览商品时发现，一款与瓶装奥妙洗衣液包装十分相似的“奥纱”洗衣液正在出售，“差点儿就下了单。”

根据罗女士提供的相关信息，三湘都市报记者在拼多多APP上搜索看到，一个名叫“泽媛日化用品店”的店铺正在销售每瓶28.8元的“奥纱”洗衣液。而在该商品销售链接下，不少消费者表示购买该商品是因为“错看成了奥妙品牌”。

拼多多网友“卡卡”就评价称，“一时眼拙，还以为买的是奥妙，不过购买页面显示是‘奥

纱’，收到的货品名字是‘奥纱’，也是服了。”网友“紫色睡莲”也表示，“还以为奥妙呢，真会忽悠”，“根本不能用，倒了两瓶盖还没什么泡沫，坑人的拼多多。”在消费者晒出的购买商品的实物图片中，洗衣液瓶身上部分印着“奥纱”品牌，部分则印成了“奥妙”。

在拼多多上，中招的并非奥妙一家。

如，标称与汰渍“Tide”极为相似的“TAIZI”、“TIDO”洗衣液，与“vivo”相近，16G售价398元的“vivi”v17手机，甚至是直接以“OPPO”品牌型号R11命名的“R11s”32G全网通指纹一体机售价只有398元。

砍价“0元得礼”？鲜有消费者获得砍价商品

除了价格低到离谱的商品，多数消费者对拼多多的印象更多可能来自于“0元得礼”。8月1日，三湘都市报对消费者进行了随机采访，90%的消费者表示曾经“帮人砍价”或“参与过砍价”，但仅有1名消费者表示成功获得了砍价商品。

在海南工作的湖南人陈女士表示，自己曾在拼多多上参与过包括多肉植物套餐、健身器材、手机等多个“砍价0元得礼”活动，“手机售价是2000多元，要邀请几百人才能砍价成功，结果到最后提示‘奖品已兑换完，感谢参与’。”

而今年刚上大三的郑同学则表示，今年3月曾在拼多多的微信公众号内拼单了一个价值91元的夜视测温人体电子秤，在输入收货地址之后成功下单，并

转发给身边朋友帮忙砍价，“总共有二三十名朋友帮忙，一刀的价格从几毛钱到十几元不等。”她回忆，电子秤在使用一个星期左右后便开始出现不准确的情况。

三湘都市报记者从网友“猪先生”发出的“砍价免费拿”链接中，点击“我也要免费拿”后，选择一个商品名称为“20寸无侧提拉杆箱”进行砍价。链接显示，第一刀便将售价399元的商品价格砍下了74.53元，而在10人以后，砍下的价格则开始减少，从几毛钱至几块钱不等。

同时，其他微信号从该链接进入后，会提示需关注后才可砍价，而如果已关注或砍价成功过的账号点击该链接，则显示“砍价不成功”字样。对拼多多而言，这无疑是一个“低成本吸引新粉丝”的好渠道。