

尊敬的零售商

## 误导性定价：致新西兰零售商的公开信

作为《公平交易法1986》（Fair Trading Act 1986）的执行人，商业委员会的职责是禁止新西兰境内出现各类误导性交易行为，其中就包括误导性定价。我们希望，这封信可以帮助您依据相关法律，向消费者呈现商品或服务价格。

我们收到了大量消费者被实体店或线上打折广告和促销信息所误导或担心被误导的投诉。此外，我们也在市场上亲眼看到了各种误导行为。去年，委员会收到的投诉中最多的便是定价问题。

特价促销是零售商的一种重要营销手段，而打折活动在新西兰也很常见。我们知道，折扣活动能吸引消费者，推动零售商之间的竞争，也能为消费者带来额外价值。然而，当价格声明不准确并且折扣被夸大时，消费者将无法获得他们认为应该得到的“优惠”。这对于提供真实特价活动的其他零售商和准确定价的商家，也是不公平的。

定价、折扣以及其他广告和促销行为是我们目前合规教育和执法工作的重点。我们致力于通过教育督促交易者遵守上述法律规定，并在必要时，对违反《公平交易法》的交易者提出诉讼。

您可能已经知道，我们最近起诉了新西兰零售商 Bike Barn，使该公司被[罚款 80 万元](#)，原因是其违反《公平交易法》的误导性折扣和特价促销规定。这是继2016 年底，Trustpower在定价和适用合同条款方面进行误导性广告宣传，而被罚款 390000 新西兰元的又一诉讼。过去，法院已判处商业委员会就误导性定价行为起诉的多家零售商。

虽然每个案例的具体细节不同，但我们可以看到一些类似的定价方法，包括：

- **夸大折扣力度：** 误导消费者，使消费者认为与平时售价相比，他们将享有极大的折扣。但实际上，这些商品未曾出售过，或一般出售价格并不是与折扣价对比的原价。
- **“过去/现在”的折扣：** 误导消费者，使消费者认为产品曾以某原价出售，而现在则以更低价销售。但实际上，该商品未曾出售过，或通常不会以广告中的原价出售。
- **持续促销价：** 持续以广告促销价出售产品，给消费者留下促销价低于他们通常购买价格的印象，造成误导。如果企业持续以促销价出售产品，该促销价即成为平时售价。
- **小号印刷字体：** 误导消费者，让其认为广告价格是他们需支付的商品或服务的总价，但实际上他们还必须支付小号印刷字体说明的额外费用。

- **“最后一天”促销，或“清仓价格”出售的商品：**给消费者营造折扣将结束的紧迫感，让其赶快购买。但实际上，“最后一天”或“清仓价格”后，商品仍继续以相同的价格出售。
- **限量商品折扣价：**使用模糊范围的概念，给消费者造成这次促销力度比实际上更大的误导性印象。例如，宣称折扣商品自“9.99 新西兰元起”，或者“高达50新西兰元折扣”，但实际上只有一小部分商品销售价格为 9.99 新西兰元或折扣高达 50新西兰元。

## 所涉风险

企业若被法庭判定违法，即将接受严厉的惩罚。公司每个违规行为可被罚款 600000 新西兰元，最高罚款额可达 200000 新西兰元。如果公司重复违规，则其董事和公司管理层将被禁止参与任何公司管理活动，最长可达 10 年。

## 遵循法律规定的行为

请不要在促销商品和服务的营销活动期间误导消费者。公司的价格说明必须：

- **清晰明了** - 不具迷惑性或误导性
- **准确真实** - 没有夸大折扣力度或夸大价格
- **明确无歧义** - 最大程度地减少小号印刷字体内容，确保不会迷惑消费者。

我们制作了一页《价格促销提示信息》[文件](#)，其中列出了在宣传减价出售商品或服务时应考虑的重要内容。我们建议您与员工分享这一文件。您也可以在我们的网站下载 PDF 版文件。

您还可在网站上找到有关[定价](#)和[小号字体印刷](#)的详细情况说明书。我们将随时更新这些情况说明书，提供更多详细内容和实践经验。建议您查看我们的情况说明书，并考虑如何在实际业务运营中实施这些内容。

您应定期检查自己是否遵守了相关流程和政策。如果您不确定如何遵守法律，我们建议您获取独立的法律建议。

顺祝商祺，



Ritchie Hutton  
调查部主管