2022年6月2日，国
家市场监督管理总局以第56号令公布了
《明码标价和禁止价格欺诈规定》
（以下简称《规定》），自2022年7月1日起施行。随着数字经济
发展，经营者的标价方式、价格欺诈行为等都与传统的线下经济有非常明显的区别，
表现形式更加
复杂，呈现出许多新特点和
新问题。如：每年的“618”、“1111
”网络购物节，消费者对网络商家“先提价，再打折
”的做法意见非常大。该《规定》就针对这种现象作出了明确规范。该《规定》的发布实施，将更有利于消费者明明白白消费，让经营者更加规范经营，政府部门价格监管和执法更科学合理、更具有针对性。

禁止价格欺诈

“价格欺诈”是指经营者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行为。

价格欺诈的行为表现：

1. 谎称商品和服务价格为政府定价或者政府指导价

2. 以低价诱骗消费者或其他经营者，以高价进行结算；

3. 通过虚假折价、减价或者价格比较等方式销售商品或者提供服务

4. 销售商品或者提供服务时，使用欺骗性、误导性的语言、文字、数字、图片或者视频等标示价格以及其他价格信息；

5. 无正当理由拒绝履行或者不完全履行价格承诺；

6. 不标示或者显著弱化标示对消费者或者其他经营者不利的价格条件，诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易；

7. 通过积分、礼券、兑换券、代金券等折抵价款时，拒不按约定折抵价款；

8. 其他价格欺诈行为。

网购价格欺诈行为表现：

1. 在首页或者其他显著位置标示的商品或者服务价格低于在详情页面标示的价格；

2. 公布的促销活动范围、规则与实际促销活动范围、规则不一致；

3. 其他虚假的或使人误解的价格标示和价格促销行为。

明码标价

“明码标价”规范的“经营者”主体，既包括销售、收购商品的经营者，也包括提供服务的经营者；既包括线下经营者，也包括线上经营者。

“明码标价”的基本规范：

1. 核心三要素：真实准确、货签对位、标识醒目。

2. 价格须以显著方式，明确标示。

3. 交易条件不同，标明交易条件对应价格。

4. 价格发生变动，须及时调整标价。

5. 商品标价的基本要素：品名、价格、计价单位。

同品牌、同种类商品，因其他特征（如颜色、形状、规格、产地、等级等）不同价，分别标示品名、价格。

6. 服务标价的基本要素：服务项目、服务内容、计价方法或价格。

7. 销售商品附带有偿服务的，如提供配送、搬运、安装、调试等，须按规定对附带服务明码标价。附带服务不由商品销售者提供的
，需以显著方式区分标记或者说明。

8. 通过网络等方式销售商品或者提供服务的，须通过网络页面，以文字、图像等方式进行明码标价。

9. 先消费后结算的服务，除明码标价外，须在结算前向消费者出具结算清单，列明所消费的服务项目、价格以及总收费金额等信息。

“明码标价”的基本形式：

1. 标价签（含电子标价签）；

2. 标价牌；

3. 价目表（册）；

4. 展示板；

5. 电子屏幕；

6. 商品实物或者模型展示；

7. 图片展示；

8. 电子查询系统；

9. 其他有效形式。

在该新《规定》下，一般标价签不再由政府部门监制，但是，县级以上市场监督管理部门可以发布标价签、标价牌、价目表（册）等的参考样式。

赠品如何标价？

赠品（包括赠送商品或服务），须标示品名、数量。赠品标示价格或者价值的，应当标示赠品在同一经营场
所当前销售价格。虚标赠品价格也是一种价格欺诈。

经营者以折价、比价方式促销的正确姿势：

1.
在销售商品或提供服务时进
行价格比较的，标明的被比较价格信息应真实准确。

2.
未标明被比较价格的详细信息的，被比较价格
应当不高于经营者在同一经
营场所进行价格比较前七日内的最低成交价格
；前七日内没有交易的，应当不高于本次价格比较前最后一次交易价格。

3. 与厂商建议零售价进行价格比较的，应当明确标示被比较价格为厂商建议零售价。厂商建议零售价发生变动时，应当立即更新。

4. 没有合理理由
，
不得
在折价、
减价前临时显著提
高标示价格并作为折价、减价计算基
准。不得采用无依据或者无从比较的价格
，作为折价、减价的计算基准或者被比较价格。

法律责任

经营者违反有关明码标价规定或者有价格欺诈行为的，由县级以上市场监督管理部门依照有关规定进行处罚。经营者违反明码标价规定的，监管部门可责令改正、没收违法所得，还可并处五千元以下的罚款。价格违法行为情节严重的，监管部门可责令停业整顿、甚至吊销营业执照。

（部分图文来自网络，侵删）