

民事起诉状

原告：上海市消费者权益保护委员会

地址：上海市徐汇区肇嘉浜路 301 号 18 楼

负责人：方惠萍，职务：主任

被告：深圳市蓝禾科技有限公司

地址：深圳市龙华区民治街道新牛社区民治大道与工业东路交汇处展滔科技大厦 C 座 1601

法定代表人：黄国文，职务：执行董事

联系方式：15217766072

诉讼请求：

- 1、请求判令被告立即停止不实宣传、误导消费者的行为；
- 2、请求判令被告在国家级媒体登载道歉信（道歉信内容需经原告审核）；
- 3、请求判令被告支付赔偿金 500,000 元；
- 4、请求判令被告承担原告支出的律师费 3,000 元、公证费 2,000 元、购买检测产品 698 元、检测费 8,000 元；
- 5、本案诉讼费用由被告承担。

事实和理由：

受寒潮影响，消费者对各类取暖设备的需求不断扩大。近期，有消费者向原告咨询市面上各种类型电暖器的材质、性能、宣传等方面内容是否属实。为此，原告进行了市场调研，发现被告所销售的电暖

器涉嫌不实宣传、误导消费者。原告于2023年2月15日在天猫平台“锐舞旗舰店”关注到被告销售型号为“LN2”电暖器网页宣传“央视推荐”、“CCTV推荐”“一度电全屋35℃恒温”、“暖风（非冷风）模式下0.6度电/小时”等，原告通过网络和其他渠道无法查证其为央视/CCTV推荐品牌，原告咨询相关专业机构获知电暖器“1度电全屋35℃恒温”在技术上难以实现。原告下单购买完成支付后，被告主动联系原告告知该型号旧批次缺货，并发来新批次链接让原告重新购买同型号新批次产品，并告知新批次与旧批次的区别仅在于“新批次的风机由直风轮改为斜风轮，机器运行声音更小”。新批次网页宣传同样使用“央视推荐”、“CCTV推荐品牌”、“1度电全屋35℃恒温”、“暖风（非冷风）模式下0.6度电/小时”等用语，新旧批次型号同样为“LN2”，遂原告重新下单购买品牌为“ranvoo/锐舞”、型号为“LN2”的新批次电暖器。上述产品的宣传内容原告均进行了证据公证。后原告委托上海建科检验有限公司对该电暖器相关性能进行检测。2月22日，原告向被告发出《约谈函》，要求被告到原告处协助调查，被告于2月28日到原告处协助调查，但并未提供其产品符合上述宣传描述的相关证明材料，涉嫌虚假宣传。2月27日，原告向天猫平台发出《查询函》，要求天猫平台提供被告所销售的“LN2”型号产品2022年1月至2023年1月的销售量和销售金额，后又向天猫平台发出《补充查询函》，进一步明确产品信息。后天猫平台向原告提供了被告的销售记录，涉案产品的销售数量为13,714件，销售金额为9,884,892元（包含上海地区的交易）。3月

7日，检测公司向原告出具《检测评估报告》，结果显示：根据 JG/T 236-2022《建筑用电供暖散热器》标准的测试环境和要求，在密闭无窗的 48 立方米实验箱内，电暖器开启后消耗 1 度电可以使房间平均温度由 18.5℃ 升高至 24.3℃，升高了 5.8℃；电暖器开启 1 小时所消耗的电量为 1.801 度；电暖器开启 1 小时后室内平均温度由 18.5℃ 升高至 26.1℃，升高了 7.6℃。

原告认为，被告在宣传中未说明具体的使用环境和条件，按照消费者的通常认知就是从冬季正常室内温度升温或耗电（比如上海冬季平均室内温度大致在 5-12℃）。此次检测按照 JG/T 236-2022《建筑用电供暖散热器》标准搭建的实验箱密闭无窗，本身具有远高于普通住宅的保温性能，检测条件优于一般情况，但被告上述对产品的宣传描述却与实际检测结果严重不符。被告上述行为属于不实宣传，导致不特定消费者接收到错误信息，侵害了不特定消费者的知情权等合法权益，亦对行业市场秩序造成负面影响，助长了不良风气，已严重损害社会公共利益，违反了《中华人民共和国消费者权益保护法》第二十条第一款、《最高人民法院关于审理消费民事公益诉讼案件适用法律若干问题的解释》第二条第（二）项的规定，应当立即停止侵害消费者权益的行为，并按照《最高人民法院关于审理消费民事公益诉讼案件适用法律若干问题的解释》第十七条、第十八条等相关规定承担赔偿责任。本案赔偿金包括被告对不特定消费者合法权益的侵害和对市场秩序的破坏所造成的公益损失，以及后续原告开展消费宣传、消费者教育、维权等各项工作可能发生的费用，同时考虑被告的销售金

额以及影响范围等因素综合确定,以期尽可能消除被告侵权带来的影响,弥补社会公共利益。

现原告为维护广大消费者的合法权益,特根据《中华人民共和国民事诉讼法》第五十八条第一款、《中华人民共和国消费者权益保护法》第四十七条的规定向贵院提起本案诉讼,望予支持。

此致

上海市第三中级人民法院

原告:上海市消费者权益保护委员会

2023年5月24日

