

直播商品“规格迷你化”调查

商家宣称巨无霸，实际商品巴掌大

在直播间购物时，你是否遇到过实物和直播间展示商品的大小规格差距太大的情况？3月15日，上海市消费者权益保护委员会现代农业专业办公室发布直播商品“规格迷你化”消费调查报告。报告指出，36%的消费者曾遭遇过“商品规格迷你化”的消费体验。同时也指出直播间商品宣称“巨无霸”实际仅一掌大、“券前”价格不真实、纸巾宣称“2025张”实际却仅有240抽等现象，严重影响了消费者的网购体验。

来源:中国消费者报



网站广告与实物对比

部分商家利用拍摄技巧“放大”商品外观

近日，上海市消保委现代农业专业办联合金山区消保委，共同组织开展了“直播商品规格迷你化消费调查”活动。

问卷调查显示，36%的消费者曾遭遇过“商品规格迷你化”的消费体验，同时，53.7%的消费者表示，虽然对这种情况感到不满，但由于涉及金额较小，不愿花精力去维权。这种将商品规格缩小，以低价吸引消费的行为，普遍给消费者带来了

不佳的消费体验。

对此，金山区消保委在8家主流直播平台进行购物体验，重点关注食品、日用品、化妆品等消费频率较高、销售份额增速较快的商品品类。最终下单75件商品实物，测量并记录商品尺寸、净含量等实际规格。调查发现，部分商家在视频中利用特定拍摄技巧“放大”商品外观，使商品在画面中显得比实际体积更大，还有商家在引流视频中使用与实物规格不符的图片进行宣传，给消费者营造出一种“物超所值”的错觉，导致消费者对商品规格产生误判。

例如在一家直播平台的“爱肤佳福瑞通达专卖店”引流视频中，5包厨房清洁湿巾被展示得又大又高，长度看似有两肩宽，但实际收到商品后却发现尺寸明显“缩水”。当体察员就此问题询问店铺客服时，商家仅简单回复：“是这样的”。

在一家名为“糕博士工厂店”的直播镜头中，5块无蔗糖山药味沙琪玛看起来能装满满满一盘。然而，体察员收到商品后尝试用这5块沙琪玛装盘，却发现无法达到直播中的效果。搜索得知，一般认为盘子最小的直径为6寸(约15.24厘米)，低于该尺寸的通常被称为碟子。于是，体察员分

别使用了一次性约15厘米直径的盘子和日常约18厘米直径的盘子进行分装对比，结果发现都无法复现直播中的“满盘效果”。

在一家名为“良心乐旗舰店”的引流视频中，商家展示的麻辣肥蚝大罐装看起来肉质饱满个头大，无论是罐头的深度、颜色色泽，还是生蚝的大小，都能激发消费者的购买欲。然而，体察员收到货后发现，罐头的直径仅有8.5厘米，高度4.2厘米，与视频中的展示大相径庭。开罐后，是七八个又小又黑又碎的生蚝，下面还铺着一层厚厚的粉丝。

商品宣传与实际严重不符

部分商家在商品页面中频繁使用“加大加厚”“半臂长”“加厚用一年”等夸张词汇来诱导消费者。例如，在商品宣传页面中，标注“加大加厚”“巨无霸”“半臂长”等形容词来描述厨房清洁湿巾。然而，体察员收货后发现，湿巾的长度不足三分之一臂长，且展开后“薄如蝉翼”，长度和宽度仅与一手掌相当，与商家所描述的完全不符。

金山区消保委指出，在通常的理解中，“箱子”指的是较大的容器，而“盒子”则泛指较小的容器。然而，在“未尚味零食店”售卖香芋牛奶蛋糕卷时，主播在直播视频中多次使用“箱”进行宣传，页面文字也

采用了“箱”作为计量单位，但所谓的“一箱”是一个仅略大于手掌大小的盒子。

此外，在“信捷日化专营店”中，主播视频销售臻木悬挂式面巾纸时宣称每包产品含有“2025张”。然而，体察员收到产品后发现，外包装上仅标注了产品规格为160毫米X175毫米，并未提及“2025张”等任何关于张数的描述。对此，体察员对实物的实际张数进行了确认，结果发现总抽数约为240抽，且每抽纸由2张纸紧紧贴合在一起，因此实际总量仅为480张，与主播的宣传存在明显差异。

“具体以实物为准”成商家借口

本次调查发现，规格迷你化现象主要集中在日用品(如厨房用纸、生活用纸)和食品(如罐装食品、盒装食品)两类产品上。针对购买过程中出现的规格迷你化问题，体察员咨询了商家售后客服，得到的回应五花八门，有的称“这是广告图片”，有的表示“具体以收到的实物为准”，还有的则称“有大有小，以克重为准”。对此，金山区消保委表示，本次体察发现的各类乱象，严重影响了消费者的网购体验，亟须引起相关方面的高度关注。

群发通知、收回工号、关闭权限……

面对“隐性解雇”，劳动者如何维权？

“收到公司在微信工作群发的减员通知后就被移出群了，这算单方面解除劳动关系吗？”面对突然的“解雇”，刘丽玲(化名)困惑不已。

近日，广东省汕头市中级人民法院公布的一宗劳动争议案件引发关注。该市某公司在未与员工协商的情况下，直接在微信工作群发布通知称其“被减员”，随后将其移出群聊。法院判定，该行为构成违法解除劳动关系，公司须支付赔偿金。

被移出工作群、办公系统权限被关闭、被要求交还宿舍钥匙……有员工在无正式通知的情况下，发现自己“被离职”。那么，企业能否以“软性手段”规避劳动合同解除的法律责任？面对“隐性解雇”，劳动者又该如何维权？

来源:工人日报



视觉中国供图

被“踢”出群聊 = 被辞退？

“因公司效益不好，经公司研究决定进行减员……薪资考勤及社保结算自通知之日止。”刘丽玲没想到，入职公司时未签订正式劳动合同，被解雇时手续亦如此简单，“通知发出后，我就被移出公司微信工作群”。刘丽玲申请了劳动仲裁，仲裁裁决该公司向她支付2023年10月、11月工资及违法解除劳动关系赔偿金约4.5万元。公司支付了上述两个月工资，并提起诉讼，要求判决公司无须支付违法解除劳动关系赔偿金。公司认为，微信工作群发的通知仅为协商意向书，该员工未给予确认，并无法

律效力。公司经营困难，依法可以裁减人员，不存在违法解除劳动关系的事实。

那么，用人单位将员工移出工作群是否意味着单方解除劳动合同呢？“劳动合同的解除有协商解除和单方解除两种类型。”广东鹏浩律师事务所律师谈自成介绍，用人单位单方解除可以分为过失性辞退、无过失性辞退和经济性裁员。其中，无过失性辞退的，用人单位应提前三十日以书面形式通知劳动者本人或者额外支付劳动者一个月工资。

经审理，汕头市中级人民法院认为，刘丽玲与公司构成无固定期限劳动合同关系。公司在微信工作

群发送通知后，双方未就解除劳动关系事宜进行协商，公司直至仲裁结束后才补发工资。因此，通知未提前三十日作出，是公司单方面解除劳动合同关系。最终，法院判决，公司向刘丽玲支付违法解除劳动关系赔偿金约4.5万元。

拒绝调岗 = 主动离职？

“微信群解雇”并非个例，企业“隐性解雇”方式多种多样。湖北武汉的李峰(化名)拒绝公司调岗、降薪后，被公司删除打卡权限、撤销公司管理系统权限、移出工作群。

2016年4月15日，李峰与某物业业分公司签订劳动合同，任职物业服务中心客服管家，合同期限至

2018年6月23日。2022年5月，某物业中心分公司成立后，员工的劳动关系转入该公司，双方签订书面劳动合同，约定合同期限为2023年1月1日至2023年6月23日。

2023年3月2日，该物业中心分公司人事部门通过微信向李峰发出《人事调整通知单》，对其进行调岗降薪。3月24日，李峰以快递、企业聊天软件的形式向公司发出《拒绝调岗降薪通知单》，明确对公司无合理合法依据的前提下单方降薪的做法不予认可。当月，李峰工资从8600元/月降至6400元/月。

李峰申请仲裁后，公司以李峰“对公司造成不利影响”为由，将其工作地点由武汉调岗至宜昌。

对此，李峰明确拒绝并继续在原岗位工作，公司随即取消其考勤打卡权限、没收其工作手机、撤销公司管理系统权限、将其移出工作群。

公司称，根据项目业绩及人员需求调整劳动者工作地点及岗位，是公司用工自主权的体现，李峰以消极怠工、旷工方式不到岗上班，已严重违反公司劳动纪律，应视为其单方面解除劳动合同关系。

武汉市中级人民法院认定，公司下达的《人事调整通知单》不合法、不合理。一方面，劳动者以向劳动保障行政部门进行投诉、举报等方式维护自己的合法权益属于公民的基本权利；公司岗位调动未事先与职工协商一致，调动的理由、程序缺乏合法性。另一方面，工作地点由武汉调整至宜昌，工作地点、工作条件及日常通勤变化较大，缺乏合理性。李峰拒绝该调动仍在原岗位打卡不属于旷工。

法院最后判决某物业分公司、某物业中心分公司共同支付李峰解除劳动关系经济补偿金8万余元。

企业应避免变相解雇

“变相解雇是指用人单位通过非正式手段迫使员工离职，而非直接出具书面解除通知。”谈自成解释说，企业通过“软性手段”迫使员工主动离职，是为了避免直接解除劳动合同的赔偿义务。“常见行为包括对员工不合理调岗或降薪，迫使员工主动离职；关闭员工的工作系统权限、收回工号等，使其无法正常工作；将员工“踢”出工作群聊、取消其参与重要工作的资格等孤立或排挤行为；通过口头或行为暗示员工‘自行离职’等。”

谈自成告诉记者，如果用人单位仅仅做出了将劳动者移出群聊的行为，并不能直接认为用人单位已经做出了解雇的意思表示。“还应该结合劳动者是否存在被收回办公电脑、取消工作权限等无法正常开展工作的情形及用人单位是否存在停发工资、停缴社保、阻碍劳动者进入办公地点等解除劳动关系的意思表示，进行综合判断。”他说。

谈自成认为，变相解雇往往具有间接性与隐蔽性。谈自成建议，若劳动者发现自己被变相解雇，应与企业沟通，通过书面形式要求企业出具正式的解除劳动合同通知并说明理由，还应保留相关证据，积极维权。“企业不得通过调岗降薪、取消权限、孤立排挤等方式迫使员工主动离职。”谈自成表示，若企业确需调整岗位或薪酬，应与员工协商一致，并签订书面变更协议。