

新功能限制用户之前购买的功能,想要用得单独交费

金山办公WPS被指“套娃式收费”

会员、超级会员、超级会员pro、AI会员、大会员……近日有多名网友投诉金山办公WPS,称其存在随意修改会员等级、“套娃式”收费等问题。部分受访者认为,此举涉嫌侵犯消费者的知情权、选择权。

金山软件遭投诉 每推一项功能就要单独收费

近日有消费者投诉称,近期WPS平台推出了AI功能,但限制了此前购买的WPS超级会员Pro对AI功能的使用。想使用AI功能,必须单独付费。

消费者吴女士称,自己于2023年6月购买了WPS超级会员Pro年卡,该会员为当时会员体系的最高价格,包含所有功能,能够使用AI。但今年4月,吴女士发现AI功能不能继续使用,咨询后被告知之前是赠送的体验,现在体验到期如需继续使用则要购买推出的AI会员。记者调查发现,只有成为WPS的AI会员和WPS大会员,才能使用该平台推出的AI权益。

针对用户提出的“推出一项功能就要单独收费”,WPS相关负责人表示:“会员用户此前使用AI功能是一种福利,如今福利期已到。2024年3月,WPS AI开始商业化,投入比较大。作为一项全新的会员服务,WPS AI会员仍在灰度测试中,属于付费升级选项。用户可自行选择,如选择不升级,原有会员权益不会受到任何影响。”

会员等级复杂 网友指其“大套餐套小套餐”

记者调查发现,不少用户反映WPS平台会员结构复杂,出现过的有WPS会员、超级会员、稻壳会员、超级会员Pro、AI会

员、大会员等。

广州用户周先生说:“一段时间没留意,会员体系又变了,之前宣传能够使用的功能也不认了。”来自深圳的大学生周敏告诉记者,自己2023年12月做活动购买了WPS会员,当时价格是69元/年,但是现在的会员体系中已经没有最低等级的普通会员了,起步就是超级会员,价格为148元/年。“虽然说新会员包含了很多权益,但很多功能我也用不上,这是吃准了用户必买无疑,强行收割用户。”

更让周敏难以接受的是,WPS还在超级会员之下设置了若干个“独立套餐”,如编辑PDF的“PDF套餐”、云文档多设备同步的“云盘套餐”,“大套餐里套小套餐,小套餐又单独拿出来收费。”周敏说。有用户表示,“所谓的会员升级其实就是捆绑消费,消费者要么就单独买不划算,要么就买更贵的打包产品。”

对于会员体系复杂的问题,WPS工作人员向记者表示,WPS全新的会员体系正在灰度测试中,共有3种会员:WPS超级会员、WPS AI会员和WPS大会员。

但记者查阅金山办公官网发现,其会员体系并非如此简单,以“WPS超级会员体系”为例,该项又包含“基础套餐”和“Pro套餐”,两个套餐所涵盖的权益有所差别:基础套餐包含原WPS会员、稻壳会员、云盘等权益,价格为148元/年,其权益包括PDF与文字、图片、表格等多格式相互转换,快速修改PDF文档、云文档多设备实时同步等功能;Pro套餐则在个人空间容量等方面与超级会员有所区别,价格



为248元/年。

企业“一家独大” 导致“套娃式收费”问题严重?

深圳市消费者委员会消费纠纷专家评审委员会专家邓永接受记者采访时认为,WPS的“套娃式”收费模式,涉嫌违反消费者权益保护的相关法规。根据消费者权益保护法的规定,“经营者应当遵循公平、诚实信用的原则,不得设定不公平、不合理的交易条件,不得强制交易”。

相关数据显示,金山办公是国内办公软件龙头,主要产品就是大家熟知的WPS

Office办公软件,产品为全球200多个国家和地区的用户提供办公服务,月活用户高达5亿多。基于线上办公兴起的背景,WPS在国内移动办公软件市场占有率超过90%。

近五年金山办公的营收持续增长,从2018年的11.3亿增至2022年的38.85亿,涨幅达243.8%。国内市场的“一家独大”导致其“加价无商量”行为愈发严重?受访专家认为,“套娃式收费”此前在其他领域也有类似情况,经过国家有关部门整治以及激烈的市场竞争,情况有了明显改善。“期待一个稳定、明晰的国民办公软件。”周敏说。

据新华每日电讯报道

代言人请的“周口杰伦”,瓶子仿的康师傅,公司仿的达利园 辽宁一企业疑用“山寨周杰伦”代言“山寨冰红茶”

近日,“冰红茶请‘周口杰伦’代言”引起舆论关注。网友总结这款“山寨饮料”代言人仿的周杰伦,瓶子仿的康师傅,公司仿的达利园。该冰红茶产品在明显位置还标注有“央视广告品牌”字样,相关厂家名为“达利园饮品(辽宁)有限公司”。

针对此事,被质疑“山寨”的达利园饮品(辽宁)有限公司相关负责人回应称,公司经合法注册,都有正常手续,相关产品并非虚假宣传,正在准备起诉。达利园品牌方对此也给出回应:“这不是我们产品,我们是达利食品集团有限公司,其他名称中带地名的,都不是我们的。”

代言人是“周口杰伦”

辽宁一公司疑“山寨”达利园

近日,有辽宁沈阳的消费者在社交平台上晒图称,其购买了一款名为“亮赢”的冰红茶饮料,外包装上印有酷似“周杰伦”的形象,并且标注为“央视广告品牌”。委托生产这款饮料的公司为达利园饮品(辽宁)有限公司,而包装图上的代言人实际上是网红“周口杰伦”,原名李非非。

达利园饮品(辽宁)有限公司相关负责人则回应称,针对网友称其公司疑似“山寨”达利园,“我们与律师联系了,正在准备起诉。我们并非山寨,而是该款饮品的经销商。”该负责人指出,达利园饮品(辽宁)有限公司与达利园品牌并无任何关系,其注册品牌商标为“亮赢”,也确实聘请了网红“周口杰伦”代言。这款饮料于近日才在辽宁上市销售,目前各大主流电

商平台上并无相关产品售卖。

宣称在央视打广告

涉事公司负责人称有手续

对于产品在央视广告播出的质疑,该负责人称“是有手续的”,并发来了相关证明材料。该公司表示,“央视广告品牌”字样是因为公司确实在央视做过广告,“这个都是在央视打的广告,有荣誉证书,有时间段,什么时间播出的我都有记录,而且都能查出来,不是虚假宣传”。该公司同时表示,这款产品刚刚试销售,只向沈阳部分小超市发了货。

据天眼查显示,达利园饮品(辽宁)有限公司成立于2022年8月,经营范围含食品销售、酒类经营、食品互联网销售、销售代理等,股权结构上与达利食品集团有限公司没有任何联系。

综合《南方都市报》、中国新闻网报道



律师说法

可能构成不正当竞争

那么达利园饮品(辽宁)有限公司是否构成侵权呢?“合法注册与侵犯他人权益实际上不冲突,对于消费者来说,确实容易被混淆。”广东深湾律师事务所律师陈珩表示,该行为对被消费者熟知的“达利园”与“康师傅”两家企业,都可能构成不正当竞争。

该事件是否构成对周杰伦本人的侵权,以及是否涉及虚假宣传或仍有待商榷。陈珩表示,单纯长得像难以确定是否侵犯了周杰伦的姓名权与肖像权,但如果以类似周杰伦的假名和类似周杰伦的肖像一同使用来为产品进行宣传代言,就可能涉嫌虚假宣传。

北京德翔律师事务所主任安翔认为,这款饮料对人物肖像、姓名、公司名称都存在明显的“山寨”行为,侵犯了周杰伦的肖像权和姓名权,侵犯了达利园的商标权。