



商务信用（BCP）简报

2012年7月16日至7月29日

2012年第15期总第55期

【信用政策】

- 商务部副部长姜增伟要求：积极倡导诚信文化 推进诚信经营.....2
- 《食品安全国家标准“十二五”规划》要求以信用监管促进食品安全.....3
- 商务部五成补助力推国内贸易信用保险.....4

【工作动态】

- 信用认证助电商企业服务更阳光.....5
- 信用监管让电子商务不再乱象丛生.....6
- 中国物流商务信用平台上线 BCP 促行业信用建设.....7
- 中国林业机械协会公示 2012 年首批行业信用评价结果8
- 中国消防协会公示第二批企业信用等级评价初评结果.....9
- 本期发布公告警示 20 条 网络敲诈已成电商发展毒瘤！12
- BCP 网站统计汇总 平台本期国内最好排名是 858923
- 本期 39 家企业（网站）集中报名参与评价认证工作24
- BCP 信用认证助 F 团实现连赢25
- 完善电子商务诚信体系 必须依法监管.....26

【信用百科】

- 网购消费维权途径.....27
- 搜索引擎与网络舆情监控系统的区别在哪里？27

【信用联盟】

【信用政策】

商务部副部长姜增伟要求：积极倡导诚信文化 推进诚信经营

7月20日，中央文明办、商务部、国务院食品安全办在江苏常州市共同召开“学习双桂坊 诚信做食品”现场会。商务部副部长姜增伟出席现场会并讲话。

姜增伟表示，诚信是一个社会道德水准的重要标志，是商业企业栖身立命之本。“双桂坊”美食街作为商贸流通企业的代表，开展道德示范活动的成功经验，具有强大的生命力和号召力，值得学习和借鉴。商务系统要积极倡导诚信文化，推进诚信经营，提高食品企业诚信意识和食品安全意识，培育出更多“双桂坊”式的标杆企业，使商务系统的社会主义精神文明建设始终走在全社会的前列。

姜增伟说，为贯彻此次会议精神，商务部将重点做好四项工作。一是推广“双桂坊”经验模式，弘扬商业诚信文化和职业道德规范。二是推进商务诚信建设试点工作，重点引导商贸流通企业确保商品质量、提升服务品质、坚持诚信经营、树立商业品牌。三是加快建立肉菜流通领域安全体系，完善标准体系和考核管理制度。四是继续推进生猪屠宰企业审核换证工作，督促地方加强“放心肉”项目监督管理。

以次充好、假冒伪劣以及食药安全薄弱等行业诟病，近几年正有愈演愈烈的趋势。我国食品、药品企业如何建立相对完善的信用投诉、监督体系，对企业进行信用认证和信用评级，如何提高企业的诚信度，已成为整个行业迫在眉睫需要解决的问题。

行业信用等级评价是商务部和国资委共同组织开展的，旨在推进我国商务领域诚信体系建设的一项重要工作，从2006年至今，已有百余家全国性商会协会参与了此项工作，覆盖了国民经济的重要领域。行业信用评价工作提升了企业的诚信意识和信用管理水平以及商会协会服务会员的能力，对建立和完善我国商务流通领域企业信用体系、整顿和规范市场经济秩序起到了重要的推动作用。食品、药品企业的规范、诚信，关系到行业风气，更与老百姓的生命健康紧密相关。开展食药行业信用等级评价工作，促进食药企业诚信经营，杜绝食药安全事件发生，保障消费者利益的有效途径，也是推进我国诚信体系建设的重要抓手。

国富泰作为商务部信用体系建设办公室成员单位、商贸信用服务的执行单位，担负着推动我国商务领域企业信用体系建设的任务，已先后与我国60多个国家一级商协会合作，完成了工业、商业、外贸、物流等各类型的企业信用评级，积累了丰富的企业信用评级经验。通过行业信用等级评价工作，依托实名投诉数据，进行定期巡查和实时跟踪，评选出行业内诚信企业并给予公示，并与国内知名融资机构合作，为诚信企业开通融资、并购、招投标等绿色通道，举办有针对性的贸易对接会等活动，做到“守信得益、失信受制”，构筑和谐的商务环境。

相关链接：<http://www.bcp.cn/articles/238702.html>

《食品安全国家标准“十二五”规划》要求以信用监管促进食品安全

近日，卫生部、工业和信息化部、农业部、商务部、工商总局、质检总局、国家食品药品监督管理局、国务院食品安全办 8 部门联合发布了《食品安全国家标准“十二五”规划》（以下简称《规划》）。《规划》明确了国家食品安全标准工作的主要目标和任务，是“十二五”期间我国食品安全标准工作的指导性文件。

《规划》提出了“十二五”期间食品安全标准工作的主要目标。

一是清理整合现行食品标准。到 2015 年基本解决现行标准交叉、重复、矛盾的问题。

二是加快制定、修订食品安全国家标准，建立基本符合我国国情的、与产业发展和食品安全监管工作相适应的食品安全国家标准体系。

三是完善食品安全国家标准管理机制，提高食品安全国家标准审评工作的科学性和公正性。四是强化标准宣传贯彻和实施工作。

《规划》细化了“十二五”期间食品安全国家标准工作的主要任务。

一是全面清理整合现行食品标准，对现行食用农产品质量安全标准、食品卫生标准、食品质量标准以及行业标准中强制执行内容进行清理，解决标准间交叉、重复、矛盾等问题，2015 年底前基本完成相关标准的整合和废止工作。

二是加快制定、修订食品安全基础标准。2015 年底前，修订食品污染物、真菌毒素、农药和兽药残留等限量标准和食品添加剂使用等食品相关产品标准。

三是完善食品生产经营过程的卫生要求标准。2015 年底前，制定公布食品、食品添加剂生产企业卫生规范、经营企业卫生规范、保健食品良好生产规范等 20 余项食品安全国家标准，基本形成食品生产经营全过程的食品安全控制标准体系。

四是合理设置食品产品安全标准。2015 年底前，制定、修订肉类、酒类、植物油、调味品、婴幼儿食品等主要大类食品产品安全标准，制定已有国际标准或已有进口贸易但我国尚缺失相关标准的食品产品安全标准。

五是建立健全配套食品检验方法标准。

2015 年底前，重点制定、修订食品中各类污染物、真菌毒素、致病性微生物、农药和兽药残留以及食品添加剂和食品相关产品等分析检测方法标准，进一步完善食品毒理学安全性评价程序和检验方法等标准。六是完善食品安全国家标准管理制度。2012 年底前，公布食品安全国家标准跟踪评价规范等相关制度。

2013 年底前，完善食品安全国家标准管理制度和工作程序，加强标准制定、修订过程中的风险沟通与交流，使标准制定、修订工作更加公开、透明。七是加强食品安全国家标准的宣传和贯彻实施。八是开展食品安全国家标准的相关研究。九是提高参与国际食品法典事务的能力，学习和借鉴国际食品标准管理经验，同时参与国际食品法典标准制定、修订工作，维护我国食品贸易利益。

相关链接：<http://www.bcp.cn/articles/4738878.html>

商务部五成补助力推国内贸易信用保险

在企业倒闭潮频现、结算风险不断出现之际，商务部决定鼎力相助。

7月上旬，商务部网站一日之内连发两文，称将继续推行内贸信用保险补助项目，给予投保企业不超过实际缴纳保费 50%的基本保费补助，鼓励企业运用信用保险的手段提高风险防范能力。

国内贸易信用保险承保的主要是买方信用风险，包括因买方破产、无力偿付债务以及买方拖欠货款而产生的商业风险。内贸险无疑可以缓解企业因资金链条上某一个链条断链带来的巨大风险。商务部此举一时被业内人士称为“金融服务实体经济最务实的行动”。

然而，《中国经营报》记者在实际采访中发现，受限于理赔流程长、国内商业文化等因素，目前国内内贸信用险的认知度并不高，企业并不买账。

浙江省浙商研究会执行会长杨轶清建议，对于内贸险，相关部门应该加大推广宣传的力度；同时简化流程，使投保、理赔更简便。

政策护航

内贸信用保险补助项目自 2009 年启动至今，已经持续三年，试点地区包括北京、上海、天津等 12 省(市)。

据悉，商务部 7 月的新文件确定了七家保险公司为补助项目的承办机构，包括中国出口信用保险公司、中国平安财产保险股份有限公司、中国人民财产保险股份有限公司、中国太平洋财产保险股份有限公司、安邦财产保险股份有限公司、中国大地财产保险股份有限公司、中银保险有限公司。其中，中银保险为此次新增加的补助项目承办机构。

与前两年相比，新文件中比较大的变化在于：一是规定投保企业的注册资本金要低于 1 亿元人民币；二是各试点省市独立制定具体的细则。

据商务部工作人员介绍，以往由商务部统一发文，各省市照办。今年一改旧规，由商务部制定大方向大范围，各试点省市因地制宜，制定符合本地情况的细则。“打个比方，上海的企业，就要在 7 家保险公司的上海分公司投保。以往企业投保按照商务部颁布的文件规章即可，今年还要看上海制定的具体细则，对投保企业有哪些要求规定等。”上海商务委员会相关人员向记者透露，上海的相关文件将在近日出台，今年本地的政策变化较大，且上海在今后两年都将依循今年的标准。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/47/38541.html>

【工作动态】

信用认证助电商企业服务更阳光

B2C 类电子商务网站覆盖广泛信用问题出现频繁

电子商务的出现改变了并正在继续改变着一个时代的商品消费模式，也改变和正在改变着人们对商业消费的观念和理念。送货上门、货到付款、自由退货、超低价格、交易担保?? 这些鲜明的贴有电商时代标签的购物特征给消费者带来的是一种全新的消费体验，是一种人文化的服务环境。

面对这样一个巨大的市场蛋糕，电商企业在坚守中艰难前行。**B2C 类电子商务网站**与传统商务市场在商品识别、支付手段上存在着一定的差异，因此在市场诚信问题上，电子商务市场的诚信现象更为突出，非诚信行为主要表现为虚假信息泛滥，网络欺诈时有发生、网上支付存在风险，卖家收款不发货等诸多方面。

电子商务中心推“电子商务信用认证服务”工程监管 **B2C 类电商发展**

为了更进一步对 **B2C 电子商务网站**这一行业重头经营方式的规范和引导，中国国际电子商务中心? 信用认证委员会开始在全国范围内推出“电子商务信用认证服务”工程，并依据我国首个《电子商务信用认证规则》相关条款，对 **B2C 类电子商务网站**和网店进行信用认证服务，严格把控 **B2C 类电子商务网站**的真实性，并根据消费者投诉情况时时调整网站等级，为消费者提供最及时的信用认证结果和消费预警提示。

针对 **B2C 类电子商务网站**进行电子商务信用认证服务工作，主要包含四大方面，具体内容包含：第一、实名认证申请及审核，认证委员会根据企业反馈的申请信息进行真实性审核和信用评估，并最终出具认证结果;第二、优秀企业宣传，通过认证企业可获得专属“BCP 信用”标识及证书，并在中国商务信用平台及认证企业名录上展示，消费者也可以通过网络查询获取 **B2C 行业电子商务优秀企业信息**;第三、信用预警提示，针对消费者集中投诉案例会第一时间发布信用预警，以提醒消费者谨慎参与、防止被骗;第四、投诉及维权，对于消费者的投诉信息，BCP 信用投诉中心会联合投诉联盟与律师，发动媒体协助消费者共同维权，确保维护消费者的最大利益。

建立健全法律法规，加快诚信立法，以形成对诚信体系的强势约束力，营造良好的诚信法律法规环境是解决当前电商失信的重要手段，市场主体的诚信是一种无形资产，良好的信誉可以给其带来实际的经济收益。随着苏宁易购等电商网站纷纷加入 **BCP 信用认证服务**，获得权威第三方监督的同时，赢得了市场与消费者的认可，这不仅仅建立了企业自身的诚信形象，更是为构建完善的信用体系迈出了坚实的一步。

相关链接：<http://gftai.bcp.cn/articles/61/38337.html>

信用监管让电子商务不再乱象丛生

随着网络经济时代的到来，电子商务也在不断发展。但是随着环境的改变，信用问题成为制约行业发展、影响消费者网购的最大瓶颈。对此，从政府到企业及消费者都为能尽快改变这个现状而努力。如何解决信用这一问题，也正是电子商务模式如何创新的问题。

《中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定》指出，要把诚信建设摆在突出位置，大力推进政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法公信建设，抓紧建立健全覆盖全社会的征信系统，加大对失信行为惩戒力度，在全社会广泛形成守信光荣、失信可耻的氛围。

电商行业之混乱，原因到底为何？

电商行业虽火但乱，那又是什么原因让电商行业乱象丛生，得不到杜绝与治理呢？简单分析可以分为以下几个方面：

第一，失信成本低。企业从事经营活动的目的是赢利，守信用是为了赢利，失信也是为了赢利。当一个市场假冒伪劣横行，企业因失去信用而赢利，因守信用而亏损时，没有企业会坚守信用。网络交易中欺诈行为得不到法律的有效及时的惩处，违法成本低，违法门槛低，进而网络团购的欺诈事件猖獗。

第二，监管成本高。“门槛低、监管难”是目前最受热议的原因之一。正是因为团购网站的技术门槛很低并缺少监管，所以团购网站才会大批量地涌现，这难免会出现良莠不齐、鱼龙混杂的情况。由于属地管理的局限性造成网络团购的监管成本过高，主要是网络虚拟性使得网络市场成为市场监管中最大的真空。

第三，求利益降质量。商家多且无监管措施，在这样的情况下，商家便自发的进行竞争、比较，优胜劣汰。然而，这样的结果往往不是质量的提升，恰恰相反，就是拼价格，造成质量缩水、服务差，这也就给了钓鱼网站滋生增长的空间。

信用监管让电商行业不再乱象丛生

业内有关专家认为，在目前的条件下，要想有效降低网购风险，稳定市场秩序，建立购物网站的信用认证及监督体系是较为可行的方法。

此前由商务部中国国际电子中心推出的《电子商务信用认证规则》，是从商务信用的角度对电子商务经营主体进行真实性审查、信用状况评估、信用行为巡查的第三方监督工作。依托 BCP 中国商务信用平台本着独立、公正、客观的原则，采用科学的方法和合理规范的程序对经营主体进行商务信用认证，给消费者、合作伙伴、交易对象和政府管理部门等机构提供重要参考。

截止至 2012 年上半年，BCP 信用投诉中心共受理网络购物投诉 3001 起，其中针对团购网站的投诉占到了 70% 以上。但投诉总量较为平稳，团购类网站日均投诉量为 7.5 条。未认证网站投诉纠纷事件同比上涨 60%，值得一提的是，BCP 认证网站投诉量呈下降趋势由日均 7 条降为日均 4 条，且投诉处理率接近 100%，未认证网站投诉处理率不足 50%。这与 BCP 信用认证中心的动态监管机制和 BCP 信用投诉中心影响力的日渐提升是分不开的。

相关链接：<http://gftai.bcp.cn/articles/4738743.html>

中国物流商务信用平台上线 BCP 促行业信用建设

近日，由无锡掌源信息科技有限公司主办，BCP 中国商务信用平台承建运营的中国物流商务信用平台已全面运行。它是全国首个以企业为主导打造的行业商务信用平台。该平台采用“企业主导、第三方建设”的模式，依托 BCP 中国商务信用平台庞大实时的数据库及技术团队，为全国物流行业诚信建设提供基础的数据支撑和有效的监督手段。中国物流商务信用平台的启动标志着用信息化改造传统运输业的新模式成功突破。

从思想萌芽，到付诸实践，再到平台上线，经过了无锡掌源信息科技有限公司与 BCP 中国商务信用平台共同许久的调研与深入探讨。如今，成功上线运行，平台呈现了良好的发展态势。中国物流商务信用平台将接受更长时间的检验，在此期间平台将发挥本身功能，科学有效地解决当前物流行业存在的诸多问题。作为一家传统企业，无锡掌源信息科技有限公司先知先觉的有益探索，中国商务信用平台的强力支持，相信中国物流商务平台必将成为物流行业升级的典型样本。

针对物流行业特点及企业的需求，搭建中国物流商务信用平台主要包含三部分服务内容：第一是信用数据库，第二是信用投诉处理功能，第三是信用认证及评级功能。

第一、发挥中国商务信用平台自身数据和网络优势，连通无锡掌源信息科技有限公司构建中国最大的物流交互中心，统一中国物流信用体系中央数据库，构建全国性区域物流商务信用平台和物流数据中心。

第二、信用投诉处理功能，作为全国物流行业首个专项购物信用投诉中心，开通免费投诉热线，配备专业投诉受理团队，按统一的投诉流程和标准，提升消费维权，解决消费争端，汇总投诉数据，推进消费监督。

第三、信用认证、评级功能，依托实名数据和投诉数据，对全国涉及物流行业的企业开展电子信用认证、信用评级服务，通过第三方机构的审核给出最权威信用情况分析汇报；并进行定期巡查和实时跟踪，将结果实时公示，根据信用等级为需求方提供完整的信用记录。

除此之外，中国物流商务信用平台还将为企业提供平台展示、品牌宣传等业务，依托 BCP 中国商务信用平台搭建的物流分平台具有权威性、专业性、安全性、真实性等特点。帮助用户快速得到诚信货源和诚信车源的同时给予企业进行平台展示，从而达到宣传效果。

中国物流商务信用平台以现代企业多元化物品流通需求为中心，以各类物流运输企业的网络信息化普及为出发点。将传统行业的操作流程网络化、信息化；随着平台的搭建将有效地拉动行业上下游的顺利交汇。同时，以信用服务为使命的中国物流商务信用平台也将更有效的进行行业监督和维护市场秩序，完善市场机制，从而更加有效地促进商务信用体系建设和信用服务市场健康发展。

中国林业机械协会公示 2012 年首批行业信用评价结果

各有关单位：

根据商务部和国资委下发的《关于行业信用评价有关事项的通知》（商秩字[2009]7 号）和《关于公布第七批行业信用评价参与单位名单的通知》（商信用函[2011]2 号）文件精神，依据《中国林业机械协会行业信用评价实施方案》的规定，中国林业机械协会于 2012 年 2 月至 2012 年 7 月开展了中国林业机械行业首批行业信用评价工作。

在企业自愿申报的基础上，本着“公开、公正、公平”的原则，严格按照信用评价程序，依据《中国林业机械行业企业信用评价标准》，经协会信评部初审、第三方评价机构——北京国富泰企业征信有限公司测评、专家评审会的科学评价，初步确定首批行业信用评价 18 家参评企业的信用等级。现将初评结果（见附件）在中国反商业欺诈网（www.12312.gov.cn）、中国林机网（www.cnfma.org）、中国商务信用平台（www.bcpcn.com）上同时向社会进行公示。公示期为 15 天（2012 年 7 月 23 日~8 月 6 日）。公示期内，任何单位和个人如有异议，请与中国林业机械协会信用评价部联系。

中国林业机械行业首批行业信用评价结果公示名单 （同一信用等级按字母顺利排列）

序号	企业名称	级别
1	佛山市顺德区新马木工机械设备有限公司	AAA
2	广东威德力机械实业有限公司 (原佛山市顺德区威德力机械实业有限公司)	AAA
3	江苏江佳机械有限公司	AAA
4	江苏林海动力机械集团公司	AAA
5	绿友机械集团股份有限公司	AAA
6	青岛永强木工机械有限公司	AAA
7	山东百圣源集团有限公司	AAA
8	山东工友集团股份有限公司	AAA
9	山西秋林机械有限公司	AAA
10	邵武市振达机械制造有限责任公司	AAA

11	石家庄开发区纪元电气有限公司	AAA
12	苏州苏福马机械有限公司	AAA
13	镇江中福马机械有限公司	AAA
14	佛山市顺德区新基宏业机械设备有限公司	AA
15	佛山市先达威机械有限公司	AA
16	青岛豪中豪木工机械有限责任公司	AA
17	青岛建诚伟业机械制造有限公司	AA
18	苏州市华翔木业机械有限公司	AA

相关链接：<http://www.bcp.cn/articles/4738879.html>

中国消防协会公示第二批企业信用等级评价初评结果

根据商务部信用工作办公室、国资委行业协会联系办公室《关于公布第五批行业信用评价参与单位的通知》（商信用函[2010]3号）和《关于行业信用评价工作有关事项的通知》（商秩字[2009]7号）等文件精神，中国消防协会按照《中国消防行业信用等级评价总体方案》，本着“公开、公平、公正”的原则，经企业自愿申报、协会信评部初审、第三方评价机构——北京国富泰企业征信有限公司测评、协会信评委审核，确定了第二批 58 家 A 级以上企业名单，现予公示，面向社会征询意见。公示时间为 2012 年 7 月 17 日至 2012 年 7 月 31 日，为期 15 天。公示期内，任何单位和个人如有异议，请于 2012 年 8 月 2 日前通过书面文字、电话、电子邮件与中国消防协会信评部联系。

中国消防协会第二批信用等级评价 A 级以上企业名单

A 级以上生产经营型企业名单（排名不分先后）

序号	单位名称	等级
1	秦皇岛尼特智能科技有限公司	AAA
2	江西三星气龙消防安全股份有限公司	AAA
3	山东圣光化工集团有限公司	AAA
4	四川威特龙消防设备有限公司	AAA
5	浙江春天门业有限公司	AAA
6	苏州市捷达消防车辆装备有限公司	AAA

7	广东铭达科技实业有限公司	AAA
8	泰州市三江消防器材有限公司	AAA
9	杭州新纪元消防科技有限公司	AAA
10	山东雪域消防设备有限公司	AAA
11	石狮市天宏金属制品有限公司	AAA
12	霍曼（北京）门业有限公司	AAA
13	江西荣和特种消防设备制造有限公司	AAA
14	安徽飞达消防设备工程有限公司	AAA
15	陕西坚瑞消防股份有限公司	AAA
16	郑州净瓶高科有限公司	AAA
17	江西慰诺实业集团有限公司	AA
18	四川省今龙头实业有限公司	AA
19	江阴市尤乐防火阻燃材料有限公司	AA
20	江西零时网络技术有限公司	AA
21	扬州蓝图消防装备有限公司	AA
22	辽宁强盾防火门有限公司	AA
23	福瑞特国际电气（中山）有限公司	AA
24	上海普东特种消防装备有限公司	AA
25	深圳市恒昌达实业有限公司	AA
26	西安乐乐门业有限责任公司	AA
27	北京生泰消防装备有限公司	AA
28	广州市泰昌实业有限公司	A
29	北京科力康技贸有限公司	A
30	开平市龙安消防器材厂有限公司	A
31	山东世安化工有限公司	A
32	北京玛钢炜业消防科技有限公司	A

A 级以上安装施工型企业名单（排名不分先后）

序号	单位名称	等级
1	天津盛达安全科技有限责任公司	AAA
2	辽宁强盾消防工程有限公司	AAA
3	西安瑞安消防工程有限公司	AAA
4	陕西智胜安全技术有限公司	AAA
5	北京市琪舰消防工程有限责任公司	AAA
6	西安祥泰软件设备系统有限责任公司	AAA
7	陕西恒基智能化科技有限公司	AAA

8 山东众海公共安全器材有限公司	AAA
9 广西国杰斯消防科技公司	AAA
10 西安茂源实业有限公司	AAA
11 浙江中安安装有限公司	AAA
12 甬港现代工程有限公司	AAA
13 陕西华煜科技发展有限公司	AAA
14 河南省长城通用科技有限公司	AAA
15 安徽新恒基消防工程有限公司	AAA
16 北京金舟消防工程有限公司	AAA
17 陕西银河泓东科技投资有限公司	AAA
18 安徽省宣城消防工程有限公司	AAA
19 北京中卓时代消防工程有限公司	AAA
20 山西博岩消防工程有限公司	AAA
21 新疆消防工程有限责任公司	AA
22 河南国龙实业有限公司	AA
23 江苏统一工业设备安装有限公司	AA
24 安徽中泰消防安全工程有限公司	AA
25 四川天府消防工程有限公司	A
26 河南中天消防工程有限公司	A

相关链接: <http://www.bcpcn.com/articles/2/38880.html>

【电商公告和预警】本期发布公告警示 20 条 网络敲诈已成电商发展毒瘤！

自 2012 年 7 月 14 日至 2012 年 7 月 27 日，中国商务信用平台（BCP）共发布消费警示 20 条：

【警示】网络敲诈现象频发 已成电商发展毒瘤

恶意订单、职业差评师团队、发票投诉师等网购业中不法分子的存在，让电商的信用系统陷入困境，各种敲诈现象的频发也极大地破坏行业生态环境，成为发展毒瘤

“我去淘宝买东西是一定要看法的，但会取消一个最高分，忽略一个最差评。”该网友看似调侃的语言，却反映出了当今网购中越来越严重的信用危机。最近一段时间，恶意差评师群体逐渐浮出水面。这些差评师利用法律和网购规则中的漏洞，恶意下单并以差评敲诈威胁卖家。

除了恶意订单外，近日，不法分子利用“天猫(微博)卖家须开具发票，否则扣分罚款”的承诺，让约 300 位卖家遭遇职业“发票投诉师”的“钓鱼”敲诈，被骗金额近百万元。目前，天猫已成立专门团队甄别恶意投诉，并提醒商家保留证据联合寻求司法帮助。

不断涌现的网购业的恶势力以敲诈为目的的搅局行为，严重影响了正常的电商交易秩序和网络信用体系，亟须监管出招整治。

卖家频遭恶意敲诈

网店一笔生意交易成功后，买卖双方都会对交易情况进行信用评价，这是电商用户诚信的标志。有网友表示，其网购服装时会选择好评率在 99% 以上的卖家，买电子产品会选好评率 98% 以上的卖家，买食品卖家的好评率则要求 99.5% 以上。该网友对卖家评价的重视是网购中的一个缩影。

在虚拟的网络中进行购物，好评率成为网友判断产品质量的重要标准之一，辛苦经营的卖家希望获得更多好评吸引顾客。但随着网购的发展，恶意下单、职业差评师等利用网购管理的漏洞作为牟利的工具，破坏电商交易正常体系。

据媒体报道，江苏孙女士的淘宝网(微博)店近日遭遇了恶拍。她表示，当时有三个订单被拍下来，她以为跟平时一样，就打电话给收件人，收件人说没下订单。孙女士虽觉奇怪，但没想那么多就把订单关闭了。结果这边一关闭，那边就发起投诉了。根据淘宝商城的规定，有一个用户投诉查实，店家要扣 6 分，如果店家累计扣满 12 分，则要处罚一万元并勒令关闭网店。这样的话，孙女士的淘宝店将面临着被关闭的危险，之前的辛苦经营马上要付诸东流。

遭遇恶意订单的网店卖家逐日增多，类似事件屡见报端，这些恶意下单的人就是职业差评师。当前，一股敲诈勒索网店卖家的黑势力正在迅速壮大。“要么拿钱消灾，要么我们就给你差评。”拿差评换钱是他们的直接目的，如此赤裸裸的敲诈行径成为行业常态。

此外，发票门引发的敲诈事件也不断升级。据不完全统计，从 6 月中旬至今，“发票门”愈演愈烈，约 300 个商家被骗。每个投诉要价几千元不等，涉及金额

近百万元。

饱受职业网购业的恶势力敲诈的网店卖家们苦不堪言，他们除面临直接的经济损失外，稍不注意就有关门的危险，网店卖家对该群体已达到“谈虎色变”的境地。目前京东、当当、淘宝、苏宁等电商平台都卷入这场恶意敲诈风波之中。

不法分子钻监管漏洞月入过万

有网店卖家透露，“一般三钻以下的卖家，只要四五个差评就能让他关门，就算是皇冠卖家，来十个差评也会元气大伤。”因为评价对网店卖家来说非常重要，所以一旦发现有差评出现，卖家则希望跟买家联系协商撤掉差评。职业差评师就是钻了这个空子，成为“高收入”人群。

据了解，职业差评师作案过程为：先寻找目标卖家，接着使用新注册的小号拍下商品，收到货后一律给差评，然后向卖家敲诈钱财，达到目的后修改差评。日前一职业差评师发帖总结了称主要进攻的对象为以下几类，即有差评的、信用特别高或者特别低的、不包邮的、价格高的店家。

一旦有了目标，职业差评师就开始行动。据媒体报道，一淘宝双皇冠卖家遭遇职业差评师的勒索，在一连用 12 个账号拍下物品后，差评师在 QQ 上表示，如果卖家寄出商品，他们将给以差评，要摆平这件事，卖家必须给 12 个账户分别汇款 50 元；如果卖家不寄出商品，他们将向淘宝投诉卖家不发货。卖家在正常寄出商品后，收到了差评。网络恶势力如此猖獗让网店卖家频频中招，苦不堪言。

另据报道，某网店卖家投诉称，一个从无购物信用记录也没经过实名认证的买家买了总价为 6.3 元的 8 件商品，收到货后给了 7 个差评和 1 个中评。看到评价后卖家一直联系不上其人。之后此人却突然现身，表示愿以每个收费 200 元的代价，把差评和中评修改成好评。记者在百度(微博)上输入“职业差评师 QQ 群”，很容易就能找到很多这样的群。“一单 15 元，每晚 10 单，一天就是 150 元。”“新手入行月入 4500 元不成问题，老手一个月可收入一两万。”这些靠敲诈得来的钱却成为他们炫耀的资本，如此明目张胆的敲诈行业令人愤怒。

呼吁网络打黑整治敲诈行为

恶意订单、职业差评师团队的存在，让电商的信用系统陷入了困境。评价不再能成为用户的有效信息来源平台，这类现象也极大地破坏了行业的生态环境，成为行业发展毒瘤。此外活跃于网络的职业“发票投诉师”则是钻了政策的漏洞，业内人士称由天猫出面整合证据集体报案是较妥当的解决办法，否则不断涌现的网购业中的恶势力发起的敲诈行为不断冲击着网购行业的良性发展。

针对卖家反映的群体恶拍行为，淘宝网最新推出了一项针对卖家权益保障的“临时性交易安全保护措施”，对监控到的和卖家举报的群体恶拍订单，经核实后进行关闭交易处理，避免卖家受到损失。

显而易见，职业差评师是利用了电商交易规则中的漏洞进行敲诈。比如敲诈淘宝卖家，职业差评师一般只和卖家进行 QQ 和电话联系，不用阿里旺旺，这是因为 QQ 并不能作为取证的工具，这使卖家遭遇了取证难、维权难的难题。所以，尽快完善电商平台的信用体系，也是保护商家的关键。

我国《刑法》规定，敲诈勒索公私财物，数额较大或多次敲诈勒索的，处3年以下有期徒刑、拘役或者管制，并处或者单处罚金。但在实际操作中，司法机关须证明该差评具有恶意，并需要提供电话录音、聊天记录等证据。取证难成为制裁网购黑手党的难题，也是该群体敢如此频频出招的原因所在。

正如淘宝信息安全部资深总监王益华所说，“恶意差评师等网络恶势力，是淘宝网、淘宝卖家、买家乃至整个诚信社会的共同敌人，需要大家联合起来，共同抵制和打击。”只有所有市场主体共同努力，才能构建一个公平公正、稳定便捷、诚实守信的网购秩序。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/10/38354.html>

【警示】电商要唱“双诚记” 返券促销名不副实

最近，不少电子商务网站都在搞满额送返券等促销活动。这本是好事，许多消费者都期望在活动期间多买点以得到更多实惠，但尝试完了才发现返券不是那么好领、好用。比如，商品名称标着满额返券，但是在显眼的位置却很难找到领取和使用返券的说明，且返券还得等到下一个月的特定时段才能领取和使用，使用的范围也往往有诸多限制。

电子商务本是便利、易用的渠道，却在返券这种促销活动中，让消费者觉得备感为难，不能不让人怀疑其诚意到底有几分，是真要促销让利消费者还是一种市场宣传噱头。电商企业让人怀疑其诚意的行为还表现在，有的网站虽然标榜“零利润”、“最强店庆”等口号，但竟然在许多商品上玩起了“先涨价再促销”的游戏，消费者得到的实际好处并没有多少。

这种情况，与无休止的价格战有关。现在主要的电商网站之间，在销售货品门类、支付安全等方面的差距已经越来越小，即使是以前主要瓶颈之一的配送，也都普遍提高了时效，价格战已经成为电商网站竞争和提升用户黏性的主要手段之一。但恶性的价格战实际上已给电商企业经营造成很大的成本压力，甚至给电子商务行业的可持续发展问题都带来了挑战。许多消费者对电商之间的价格战逐渐厌倦，这种“缩水”的价格促销难免不会产生“狼来了”的负面效应。

除了诚意不足，电商诚信也屡屡出问题。不久前，央视曝光了当当网销售假冒手表，在消费者中间引起不小反响。网站要以低于成本的价格吸引消费者，要么是赔上“真金白银”，要么只能是降低产品品质，甚至销售假冒伪劣产品。随着消费者投诉的增多，电子商务诚信缺失的问题更加凸显，不能不让人对电商行业的健康发展多了几分担忧。

部分电商的失信，与行业准入门槛低也有重要关系，特别是在个人网店，基本上有“一条网线和一台电脑”就可以开网店，经营者违规空间大、成本低。实际上这几年我国电商行业出台的涉及电子商务监管的法规已有不少，但由于互联网的虚拟性，电子商务交易摆脱了特定的空间、时间限制，相对而言不确定性增加，使得监管相对更难，违规失信行为难以杜绝。

当然，一个行业从诞生到发展再到繁荣，并保持平稳的态势，总会经历一个

从不规范到规范的过程。电子商务也不例外，今天所暴露出的问题更加凸显出弥补制度缺失和加强监管的紧迫性，这需要有关部门提高电子商务的公共服务和市场监管水平，建立部门间电子商务监管协调配合机制，加强监管方式方法和技术手段的创新，实施具体、全面和全过程的经常性监管，同时要完善权益保护机制，为消费者提供有效救济。还要依托行业组织、第三方信用服务机构等建立健全电子商务诚信体系和发展环境，加大惩处力度，减少和杜绝违规行为。

诚信是电商竞争的前提和底线，诚意是提高电商美誉度和消费者认同感的有效手段，电商企业要唱好“双诚记”，多在产品质量、服务品质和售后保障上下功夫，多是如何打动消费者和为用户考虑上动心思，多在塑造差异化竞争优势上谋点子，方能实现可持续的发展壮大。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/10/38397.html>

【警示】网购给差评“亲”遭恐吓

在网上买件东西，用户不满意给了个“差评”，结果不分昼夜收到店家的电话骚扰；为了得到一个“好评”，有网店会给买家八折优惠……店铺评分是网购店家最为关心的事项，但也由此引起各种怪事，甚至恶性事件。有专家认为，如果不对目前网购这种评价体制进行完善和重新设计，将对整个电子商务购物环境构成极大的伤害。

卖家

各显神通只求“好评如潮”

在网店购物中，买家评价对于很多网购者是很重要的信息，因为即便是看中了一样东西，但只要评价中有一两条不好的评价，不少买家也会放弃。因而对于卖家来说，买家评价异常重要，有时用尽各种方式，只为经营一个“好评如潮”。

优惠派：给五分好评享折扣优惠

“Pearl”(网名)在天猫经营了一家女装旗舰店，采用了给优惠换好评的做法。Pearl介绍说：“好评对我们天猫的店铺来说很重要，对于买家也是最具吸引力的。我们店会不时推出一些优惠，比如最近就是会在每个买家已购买的宝贝内附上给‘五分好评，享八折优惠’的话，通常都是写在包装盒外。这样买家收到货就会看到，只要衣服没有什么特别大的问题，就算有一点点不满意，大多数买家都会选择不说，而给五分好评。”

“此外，有时候我们也会推出一些给好评兑换10元优惠券等的活动。总之这样把促销和赚好评结合起来，也没什么坏处，对于店铺信用等级的提升还是很有帮助的”，Pearl说。

强硬派：中差评者请绕道

名为“左岸”的网友是一位大三学生，也是一位网上购物痴迷者，尤其是买衣服，“我没事儿就在上面逛逛，但现在真是被一些商家给吓到了，我看到不少店铺直接在主页上写着中差评请绕道！也有委婉一点的，称任何不满意的地方，都可以沟通解决，拒绝中差评。看到这些店铺我一般都直接关闭，态度太强硬了，

还没买呢，就感觉到压力”。

骚扰派：白天凌晨不停打电话

豆瓣网友 gonchan 称，今年 5 月她在淘宝上一家鞋店购买了一双百丽凉鞋，买之前卖家承诺是正货，但收货后她发现是仿货，就直接给了卖家一个差评。没过几天，她开始频繁收到陌生电话的骚扰，“从 5 月 3 日开始一直对我进行电话骚扰，白天、晚上不停给我打电话，甚至凌晨 2 点还打。更没想到的是，对方还查到我的单位电话，打到单位去了给我的单位打电话进行骚扰！”她表示，因为对方的骚扰严重影响她的办公，让她无法正常上班，她为此不得不换掉原先的手机号，并辞去原先的工作。

苦情派：情愿退款也要换好评

市民杨小姐告诉记者，上个月她在淘宝上一韩饰店购买了一条手链，“当时满心期待，但收货后却大失所望，除了有色差外，手链的扣子也断了，想戴也戴不了”。由于懒得退货，就直接给卖家打了个中评，没想到远在北京的卖家给她打来电话，希望她把中评改为好评。杨小姐一开始还为断了的扣子耿耿于怀，后来卖家直接提出愿意退款换好评，她就心软让步了。

心声

有一次在网上看中一件衬衫，都准备要买了，去看了看评价，一位买家评价这件衬衫容易缩水，我最后决定不买了。其实内心非常感谢这些敢给真实评价的买家，但轮到自己，就会怕有麻烦什么的，因为就算匿名，卖家也会查到 ID 的，还是给好评比较安宁。

——追风浪子(网名)

不仅是中差评少了，评价也都大致相同——东西很好，小礼物很贴心，还会再来——这类评价最为常见，有价值的信息非常少。以前都会仔细查看买家的评价，现在翻上十来页评价，也找不出什么有用的。

——甜心(网名)

买家

不得已给好评 评价中说真话

卖家的这些做法自然是起到了作用，不少淘宝上的网购达人发现，大约从今年开始，淘宝上宝贝的中差评几乎绝迹，大多都是好评。但结果是，以前作为重要参考信息的买家评价正逐步失去分量。甚至有网友说，现在好评几乎等于中评，中评就相当于差评。

一方面，卖家想尽招数经营好评，另一方面，买家陷入不得已给好评的尴尬境地。面对这样的情况，到底还能不能如实做出评价呢？现在不少网购者使用这样的办法，就是继续给好评，但在评价内容里却会如实写到宝贝情况。

淘宝名为“四叶草”的网友就常这么做，她说：“不给好评，又怕惹麻烦，可不如实写很难受，我就还是给了好评，但在一句话评价内容里，如实写了情况，不过还是很注意措辞。”

业内人士

也有买家以差评威胁卖家

一名从事淘宝代运营工作者表示,目前消费者陷入这种“尴尬境地”归根结底还是网购的评价机制问题。因为目前评价和店铺好评率,动态评分挂钩,所以卖家才会不惜代价去骚扰买家,同样,也存在买家以差评威胁卖家的情况。他还透露,现在网购上有不少卖家一旦出现差评后,为让好评率迅速回升,让动态评分迅速回升都会进行虚假交易,久而久之也使得评价水分太多,参考价值很低。

专家

买卖双方互不信任评价体系有待改革

广东商学院流通经营研究所所长王先庆则表示,目前淘宝上买卖双方互不信任的情况十分严重,供求双方的关系本身已经很脆弱,如不对这种评价体制进行完善,将对整个电子商务购物环境构成极大的伤害。对此,他建议,一方面淘宝应对目前的评价体系进行改革,尽可能从维护购物市场的角度设计新的评价机制,另一方面政府部门也应从维护电子商务购物平台的角度,出台并完善相关的规定。

知多 D

什么是信用评价?

评价:包括“信用评价”(分好、中、差三项)和“店铺评分”(包括宝贝与描述相符、卖家服务态度、卖家发货速度、物流发货速度四项),tmall.com(天猫)评价仅包括店铺评分。

加分:在信用评价中,评价人若给予好评,则被评价人信用积分增加一分;若给予差评,则信用积分减少一分;若给予中评或十五天内双方均未评价,则信用积分不变。

修改:中差评可改为好评,但好评一旦评了就不得改动。评价人可在作出中、差评后的 30 天内,对信用评价进行一次修改或删除。30 天后评价不得修改。

因评价引起的恶性事件

●2012 年 3 月,珠海段某在淘宝上一深圳电讯公司购买了一部手机,收货后发现货不对板,要求退货,但多次交涉未果,便给了卖家差评,随后被从深圳赶来的卖家上门砍伤。近日珠海警方侦破此案件,3 名行凶的嫌疑人被抓获,另一名在逃人员仍在追捕之中。

●2012 年 5 月,一名武汉女大学生在淘宝店铺购买一条裙子,因对商品不满意要求退货,但店铺客服态度恶劣,淘宝介入调解,双方未能达成一致,最终买方给店铺以差评,随后收到卖方寄送的寿衣。后淘宝官方对该店铺实行包括店铺搜索屏蔽在内的多种限制处罚,持续时间 12 天。

相关链接: <http://gftai.bcpcn.com/articles/10/38396.html>

【警示】网购家装受青睐 谨慎选购不吃亏

上班族过着朝九晚五的生活,不能迟到早退,每周可能只休息一两天,如果家里要搞装修,逛家居卖场或买装修材料对于他们来说是相当不容易的事情。正

因为如此，轻轻点击鼠标，装修材料、家具、饰品等就送上门的网购方式正为越来越多的年轻上班族青睐。网上购买的材料、家具价格往往比实体店更实惠。然而，网购市场鱼龙混杂，价廉不一定物美。业内人士提醒广大家装业主，在网购装修材料、家具时莫贪便宜，要谨慎选购。

网购既方便又实惠

“只要你想到的东西，都能在网上买得到。”从事平面设计工作的徐小姐是一位网购达人，由于平时工作繁忙，经常要加班，因此日常的生活用品、衣服大部分都是从网上购买的，网购为她节省了很多时间。去年，她把旧房进行了一次翻新，在网上淘到了一系列的货品，灯具、墙纸，甚至浴室柜都通过网络购买。徐小姐告诉记者，现在很多建材、家具厂家都在互联网上开设了网店，节省了中间的代理、运输等成本，所卖的商品一般都比实体店便宜很多。如她家客厅的玻璃吊灯，在实体店标价 8000 元，折后价 6000 多元。而网上同一款式、规格的吊灯 3000 多元就有交易，而且是厂家直供产品，质量还不错。徐小姐说，她身边的朋友中，像她这样通过网络选购建材、家具、家电的人非常多。

目前很多网上商城如淘宝网、当当网、京东商城等都开设了家居家装频道，网上供应的家纺、家具、灯饰、家装建材产品应有尽有，大至沙发、橱柜，小至挂钩、螺丝，都能在网上买到。记者对部分家装产品的价格进行了比较，发现大部分网上的价格比实体店价格便宜 20% 以上。很多家装产品网店都提供货到付款包邮服务，只要下了单，一周之内就会送货上门。据了解，由于网购家装产品价格较实体店便宜，受到许多家装业主追捧，网上的某些热销家私月销量逾千件，如一款 98 元的单人沙发的月销量就达 1890 件；一款 5.7 元/平方米的自粘墙纸月销量也达 3500 多件；一款单价 7 元的马赛克瓷砖月销量高达 8000 件。

记者在采访中了解到，一些家装业主热衷在网上选购家装产品，除了网购价格实惠外，还有一个原因是网上的家装产品紧跟潮流脉搏，款式更新，选择更多。如一些不用在墙上钻孔的小挂钩，创意十足的鞋架、书架，多功能书桌等。

售后服务无法实现

虽然网上购买的家装产品的价格比实体店要低，但价廉不等于物美由于购买前只能通过网上提供的图片来判断产品的质量，不能看到实物，更不能用手来感受其质感，产品送上门后往往会发现货不对板。梁小姐在布置新居时，在网上购买了窗帘、台灯等家装用品，但货品送上门之后，却发现其材质与网上看到的照片大不一样。网上看到窗帘的布料是极其柔软的，然而送来的窗帘布料、做工都十分粗糙。而台灯虽然价格只需 100 多元，但制作相当简易，开关松动，很不耐用。

尺寸不符也是网购家装产品常常会碰到的问题。如一张餐桌明明是 2 米×1.5 米的，结果送来的货品是 1.8 米×1.5 米，如落地窗帘明明是长 2.5 米的，而送来的货品却只有 2.3 米。虽然很多网店商家都向家装业主承诺：要是货品不满意，可以无条件退货。然而负责送货的人员是中间的物流公司，只负责送货，不负责退货，退货手续相当复杂烦琐。因此如果货品问题不大，买家都会将就使用。

家居网店只负责销售，一些安装、维修等售后服务都无法实现。如一些组合家具、卫浴产品送货上门后，没有专人来安装，家装业主只能亲自安装或另外请人上门安装，如果出现问题，也只能到外面请人维修了。

业内人士表示，网上购买产品，确实既方便又实惠，但存在的风险也不能忽视。很多买家对商品、市场行情并不熟悉，有可能会因为贪图卖家给的一点小恩小惠就被蒙骗了，有时可能会买到仿制品、款式陈旧的产品，也有可能会遇到货不对板的情况。不是每一样家居产品都适合在网上购买，像灯具、装饰品等小件产品比较适合网购，而床、沙发、茶几等大件物品，在选购之前，家装业主应先到实体店体验实物后再进行选择。购买前，装修业主一定要先量清楚尺寸，再对照产品，避免网购货品回家后，出现风格混乱、尺寸、比例不合适等情况。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/10/38435.html>

【警示】网购“支持验货”基本都不靠谱

“专柜正品，支持验货”，对于热衷代购的网民来说，这样的描述并不陌生。然而，在现实中，众多实体店将所谓的代购商品拒之门外，使得验货成了一张“空头支票”。近日，风口浪尖上的卡西欧率先开启“验货通道”，然而程序复杂、检验时间长，让“验货”之路显得愈加艰难。

记者调查专柜集体对验货说不

专柜售价 500 多元，网上代购价仅 300 多。价格对消费者来说无疑是最大的诱惑，但是一件商品过多的差价，又让他们犹豫不决。为给消费者打一针“强心剂”，不少网络商家会给商品贴上“专柜正品，接受验货”的标签。

“专柜验货”这四个字就能保证正品？专柜验货是否具有可信度？事实上，“验货”只是卖家一厢情愿的事情，因为，“验货”最基本的渠道并没有打开。昨日，记者咨询了 5 个在肥设有销售专柜的知名品牌，工作人员均告诉记者不提供网购产品验货服务。

淘宝“丽呈影像”出售的“尼康 S9200”，注有“全国联保，支持验货”字样。对于能否验货，合肥苏宁电器宿州路店尼康专柜表示不清楚，而商场人员告诉记者：“我们这里并没有厂家授权，不接受验货。”在“新蛋”网上，价格为 124 元的“欧莱雅复颜双重紧肤粉饼”也注有“可专柜验货”字样。记者从合肥百大 CBD 欧莱雅专柜了解到，任何网店售卖的欧莱雅产品均不提供验货服务。

在 QQ 商城，“芮蔻”品牌旗舰店销售的“倩碧水磁场面霜”同样如此，记者咨询合肥寿春路金鹰商场一店，该店店员称“如果在官方网站上购买的倩碧，可以验货，其他任何渠道购买的倩碧产品均不可以。”此外，淘宝网“RED CRAB”店铺出售的 burberry 钱包，当当网“LEE 牛仔专卖店”出售的牛仔裤，都打出“专柜验货”标签，但记者分别从合肥银泰巴宝莉专柜和百盛购物中心 LEE 专柜得到的回复，同样都是“NO”。

验货之困网购 4 块名表均为假冒

没有了验货渠道，电商承诺的“接受验货”，俨然成了“摆设”。而事实上，

打着“支持验货”的商品，也不乏以假乱真的现象。

日前，央视《每周质量报告》报道，今年4月，有消费者在当当网购买了型号为EF-543D-1A的卡西欧表，原价2104元，而当当网只卖568元，折扣直接为2.7折。在产品销售页面上标有“原装正品，专柜验货”的宣传语，但消费者去卡西欧专柜验货时遭拒。后来央视记者也从当当网上购买了3块卡西欧手表，经卡西欧公司鉴定，4块手表全部为假冒。

由于处于舆论的风口浪尖，日前，卡西欧官方宣布提供验货服务。合肥工商网监微博也发布了这一消息，并将此举称为“网购福音”。然而，验货渠道的开通，并未从根本上解决验货难的问题。据其公告显示，消费者如需验货，必须联系卡西欧客户咨询中心预约真伪鉴别服务，然后携带卡西欧手表、购买凭证(发票)、钟表保证书或邮寄前述材料至卡西欧修理中心进行检测。

而记者了解到，“卡西欧修理中心”全国仅3处，并不是通俗所指的“销售专柜”，它们分别位于北京、上海、广州。对于安徽消费者来说，只能选择邮寄的方式寻求鉴别。但是，官方称“鉴别服务免费，但运费、交通费等由消费者自行承担”。以合肥为例，寄到最近的上海维修点，来回通常要花20元运输费，另外，鉴定所需时间不确定，这种“路途遥远，历时长久”的鉴定之路，让消费者很难笑得出来。

淘宝达人李倩表示，如果可以到任何一个销售专柜去验货，这样就比较简单。但要邮寄材料和产品，姑且不论运输成本，万一鉴定过程出现丢失之类的意外，岂不是得不偿失？

律师说法电商有误导消费者之嫌

“依据《产品质量法》规定，代理商、经销商在法律上没有义务为消费者提供验货服务。”安徽中天恒律师事务所律师姜万东认为，专柜是否为网商的购货者提供验货服务，主要看网商与专柜之间有没有验货服务的约定，如果双方没有约定，又没有隶属关系或同一集团下属机构，则专柜无义务为网购者提供验货服务。

从电商方面考虑，以“接受验货”来吸引顾客，本身就没有明确界定验货的主体单位，属于恶性竞争，一定程度上误导了消费者。而从专柜方考虑，提不提供验货服务，都让自己陷入两难境地，如果是正品，对专柜本身销售有冲击；如果是假冒品，对品牌形象不利。姜万东认为，真正有资格鉴定商品真伪的还属厂家，建议厂家成立第三方检测机构，或进一步提高商品防伪技术。

相关链接：<http://gftai.bcp.cn/articles/10/38436.html>

【最近两周投诉情况分析】

一、 投诉概况

2011年7月16日至2012年7月27日，BCP投诉中心共受理投诉61起，其中：已认证网站16起，解决率达92.35%；未认证网站45起，解决率达80%。

二、 投诉现状分析

1. 由（图 1）中可以看出，2011 年 7 月 16 日至 2012 年 7 月 27 日，已认证网站投诉达 16 起，与之前相比，近期投诉呈下降趋势。各认证网站积极配合投诉中心处理网友投诉，并在短时间内解决相关问题。

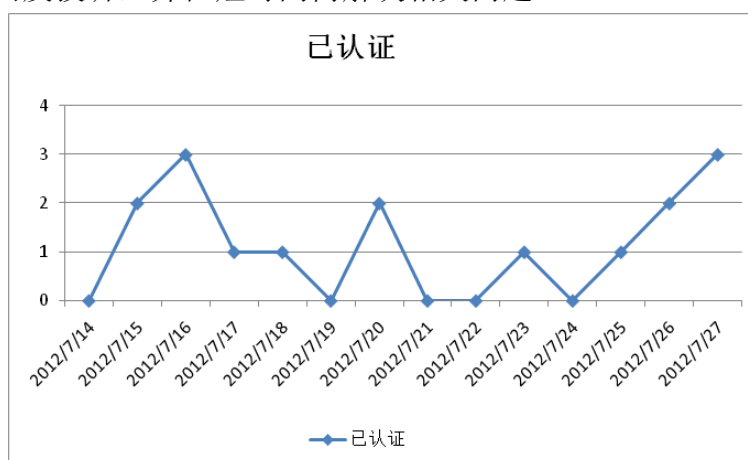


图 1

2. 2011 年 7 月 16 日至 2012 年 7 月 27 日，未认证网站投诉量达 45 起，与前两周相比，投诉量持续下降。

经过长期不懈的努力，目前多家未认证网站，也积极加入到 BCP 投诉联盟中来，协助 BCP 平台处理消费者投诉。其中“唯品会”、“1 号店”等网站积极配合平台处理消费者投诉。

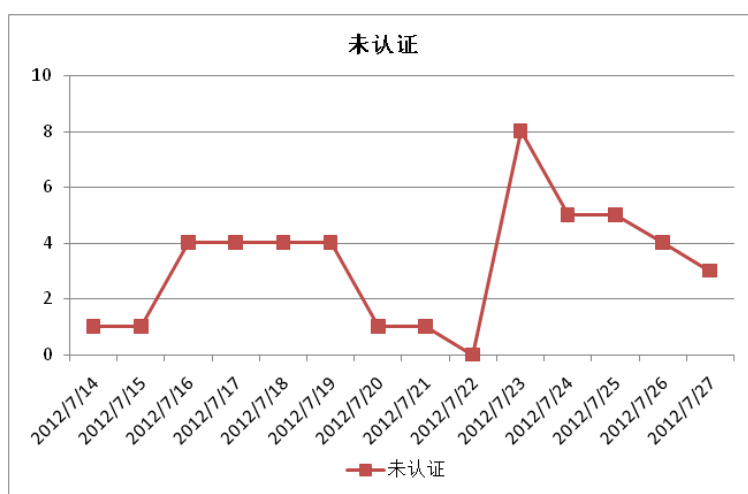


图 2

三、 近期典型投诉案例

福建尤先生于六月十二日在“万斯官网”购买了一双价值 388 元的鞋子，订单号为：20120612120898，经快递单号查询，鞋子由莆田发出，此时尤先生就怀疑鞋子是假货。

收到鞋子后，经万斯论坛的各位经验老手鉴定此鞋是粗制滥造的假货，联系网站客服，客服称需要专柜开具证明。谁都知道专柜基本是不给也没有资格开证明的，论坛上也很多人说之前在这个网站买鞋子被骗人财两空，这个所谓的万斯官网就是一个卖假货的欺诈网站。目前网站客服直接把我的 ID 给封了。

工作人员第一时间将投诉交与万斯官网处理，截至发稿前，投诉中心没有接到该网站的任何回复。

BCP 信用投诉中心提醒消费者在网络消费时要注意：

在网购前，尽可能选择经 BCP 信用认证中心认证过的网站。如在未经过 BCP 信用认证中心认证过的团购网站、网店购物时，应严格审核网站、网店的资质，通过第三方服务机构查询该网站的域名、备案、经营主体等信息。

在付款时，尽量选择货到付款，或者通过第三方支付；同时核实第三方支付资质，收款单位名称、账户等具体情况。在支付过程中，切忌听从店商的先付款后发货或者是先交纳保证金等形式。

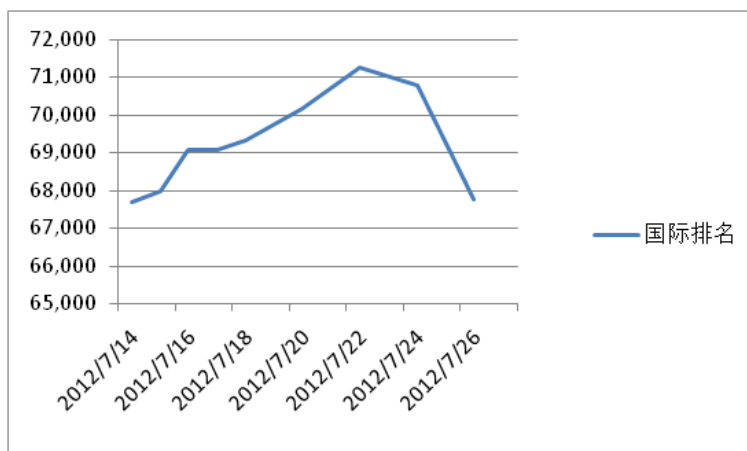
要密切关注网络购物新型纠纷和诈骗手段，提高甄别能力，加强网络购物风险防范。

为避免经济利益受损，使网购更安全更放心。请优先选择通过 BCP 信用认证的网站(详情见 <http://www.bcpcn.com/cwdl>)，如遇到网络购物欺诈，可随时登录 ts.bcpcn.com 进行投诉，也可拨打投诉热线 4006-400-312。

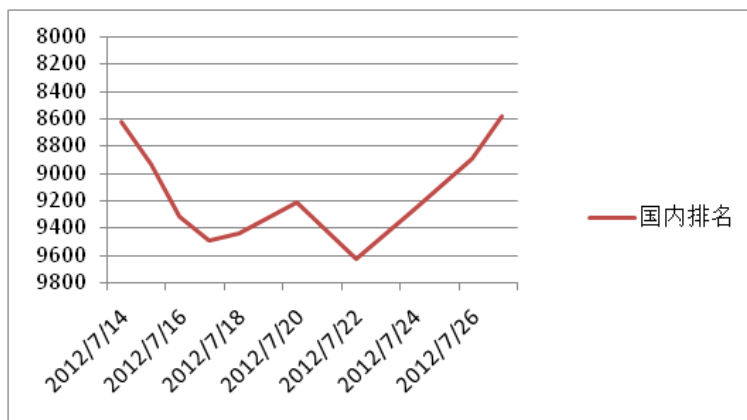
更多内容请登录中国商务信用平台 www.bcpcn.com。

BCP 网站统计汇总 平台本期国内最好排名是 8589

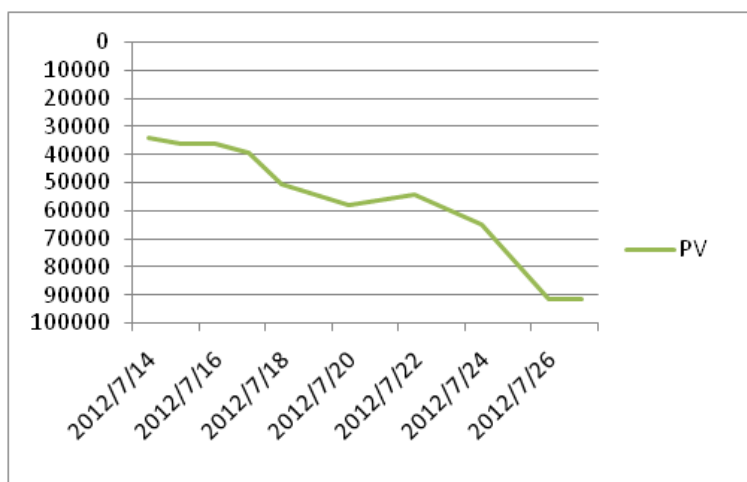
一、国际排名：中国商务信用平台（www.bcpcn.com）在 2012 年 7 月 14 日至 2012 年 7 月 27 日最好国际排名是 67674。



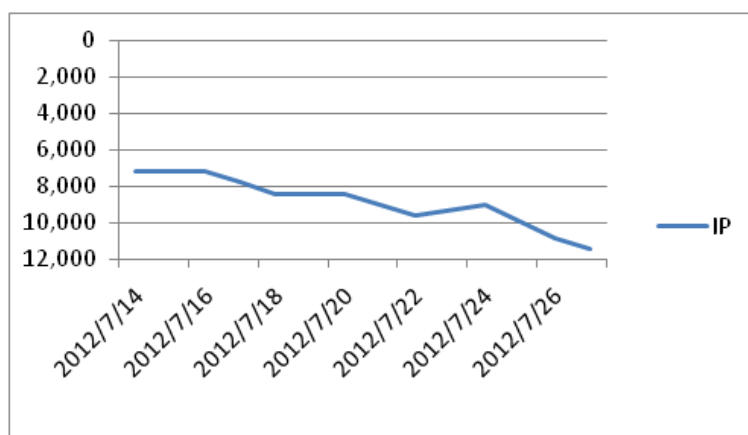
二、国内排名：平台本期国内最好排名是 8589。



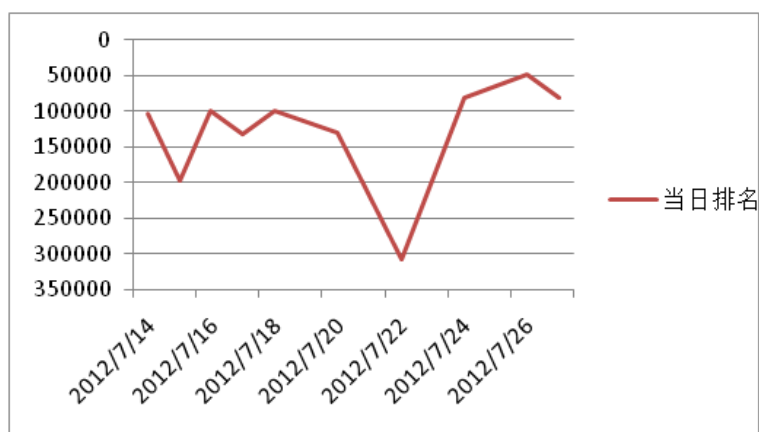
三、日均 PV 浏览量：平台本期日均浏览量呈现平稳上升趋势，最高 PV 为 91200。



四、日均 IP 访问量：平台本期日均访问量整体变化平稳，最高 IP 是 11400。



五、当日排名：平台本期排名起伏后期波动较大，整体呈现上升状态，最好排名为 48716 名。



本期 39 家企业（网站）集中报名参与评价认证工作

据统计本期（2012 年 7 月 16 日至 7 月 29 日），浙江龙虎锻造有限公司、江苏太平洋精锻科技股份有限公司、无锡市法兰制造有限公司、江苏扬力集团有限公司、第一拖拉机股份有限公司锻造厂、江苏宏宝锻造有限公司、内蒙古一机集团富成锻造有限责任公司、成都正武封头科技股份有限公司、南昌齿轮锻造厂等 26 家企业，通过中国锻压协会向国富泰递交申请，报名参与信用等级评价工作。相关协会已在其网站公示评级工作通知，评审工作已有序展开。

另悉，北京峰林飞宇科贸有限公司、济宁博林电子科技有限公司、昆明印刷网、上海施越交通设施有限公司、武汉晨丰科技有限公司、灵锐投资（管理）武汉有限公司、深圳市佳利柯科技发展有限公司、济南华晟电子商务有限公司、襄阳特产批发、广州诚信天下网络科技有限公司、晋商对外贸易有限公司、中国蚀心公益慈善网络家族等 13 家网站向中国商务信用平台（BCP）报名参与认证，相关评审工作正在进行中。

BCP 信用认证助 F 团实现连赢

日前，高朋宣布与 F 团合并。而在此前，已有美团网和聚划算、拉手网和京东商城、窝窝团和赶集网等建立了合作关系。在经历了疯狂的扩张和倒闭之后，整合兼并正在成为当下团购网站的主旋律。

经历了疯狂扩张期之后的团购业，整合兼并成为其当前的发展主旋律：团购网站 F 团与高朋成立新公司，新公司将同腾讯旗下 QQ 团购达成深度合作，并为 QQ 团购提供六成以上的团购商品。

团 800 联合创始人胡琛在接受中国商报记者采访时表示，未来团购行业的整合兼并还将继续。但是，团购行业整体处于亏损状态以及资本不再青睐这一领域都是不争的事实。“抱团取暖”能否在短时间内打破亏损困局或许是对团购行业的又一次考量。

F 团是第一批经过 BCP 电子商务信用认证的团购类网站，并且在经过认证的一年里，流量和会员数都有了很明显的增加。团购发展至今，品类也在不断扩充，已包涵了吃、穿、用、住、行各方面。但大部分消费者仍认为“团购=低价生活消费”，因此，团购网站在不断试图将一些高端的消费融入到团购行业。

F 团始终致力于打造中国最放心的团购网站，把团购风险降为零。通过“先行赔付”、“商户召回”、“过期无忧”等十项放心服务承诺切实保障消费者的权益，做到让用户 100%满意。

在通过 BCP 信用认证后，F 团更是将信用放在工作的首位，提出了“如实描述、资质审核、过期无忧”等十项放心服务承诺，坚决抵制杜绝在线售假货，出现假货，双倍赔付。F 团严格执行网站的服务条款，兑现服务承诺，同时自觉接受政府监管和社会监督，切实保障消费者的合法权益，解决消费者的后顾之忧。

F 团 CEO 林宁表示，加入 BCP 信用认证，不仅是对自身的监督，更主要的还给予品牌做出了宣传，BCP 信用认证让消费者辨识什么是安心、放心的网站，并且也让商家更好吸引了消费者的二次消费，增加了商家对消费者的粘性，所以信用可以让 F 团走的更远。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/261/38205.html>

完善电子商务诚信体系 必须依法监管

随着电子商务被上升为国家战略，电子商务诚信建设进程成为各界关注的焦点。国家科技部现代服务业总体专家组副组长柴跃廷表示，要引导电子商务，需要加快电子商务诚信法制建设。

据商务部统计，2011年我国电子商务交易规模接近6万亿元，在GDP的所占比重已经上升到13%，其中，网络零售总额超过7500亿元，远远超过同期中国社会消费品零售总额实际增长率，有效拉动了内需市场增长。

然而，由于中国网络环境及相关法规的不成熟，伴随中国电子商务市场的迅猛发展，诚信问题也日益突出。在交易中，用户不仅要面对木马钓鱼、虚假广告等网络欺诈威胁，还要时常提防来自商家层面的商业失信。特别是商家的诚信问题，已成中国电子商务发展的最大隐患。

据此，柴跃廷进一步认为，诚信不仅仅是一个行业的问题，更是全社会的问题，可以在电子商务企业诚信体系的经验基础上，加快推进建设全社会诚信体系，促进包括电子商务在内的国民经济健康发展。

此前，推动电子商务网络诚信体系构建，2010年，中国国际电子商务中心制定并发布了我国首个《电子商务信用认证规则》，采用了一整套简洁而严格的认证程序来保证认证结果的公正性。电子商务信用认证规则推出一年多来，共接受了几千家的网站报名申请。针对电子商务的特点，创造了动态监管模式，依据电商经营主体的经营行为，建立奖惩机制，时时调整其信用等级，进行有效的监督，促进其诚信经营。此外，还建立了电子商务投诉平台，建立了免费投诉、实名投诉与每诉必答机制，年处理实名投诉一万多起，解决率达到80%以上。有效解决了电子商务市场中投诉无门、维权难的问题。

柴跃廷表示，在行业发展初期，主要依靠企业自发性的规范发展行为推动，但要进一步完善诚信体系，需要健全的法制建设保障。“通过法律制定，加强监管力度等方法，不仅提高主体参与电子商务活动的信心，也有利于促进电子商务全面的发展。”柴跃廷称。他建议，相关部门可依据电子商务环境和交易的特点，制定新的法律法规，明确信用的范围和形式，保障诚信交易的实现，保护交易各方的利益。

近年来，随着电子商务广泛应用，其对国民经济的促进作用已为社会所共识。去年，《“十二五”规划》就提出，将电子商务列为国家战略性新兴产业，大力发展扶持。在今年第十一届全国人民代表大会第五次会议上，国务院总理温家宝在《政府工作报告》中谈到“进一步扩大内需特别是居民消费需求”时，再次明确提出“积极发展网络购物等新型服务业”。

柴跃廷还提出，为完善电子商务诚信环境，还应加强电子商务安全技术的研究和应用。他建议要定期发布网上诚信指数，由此对互联网和电子商务参与者的真实身份进行评价，从而推动诚信体系建设，改善诚信治理环境，让参与者意识到诚信等于财富的重要性，在网上真正形成一种诚信的氛围。

相关链接：<http://www.bcp.cn/articles/5136653.html>

【信用百科】

网购消费维权途径

BCP 信用投诉中心提醒：如果在网购中遇到诈骗或者交易中产生纠纷怎么办？您可以选择以下的途径来维护自己的消费权益。

网站投诉各个大型购物网站有自己的客户服务部门，处理各种交易纠纷。消费者可向网站提供假冒伪劣产品照片、聊天记录、交易记录等相关记录，进行投诉或举报。有刑事犯罪嫌疑的，各个大型购物网站还将向公安机关及时反映情况。

网上报案一旦遇到网购诈骗，应及时向公安部门报案，为避免更多消费者上当受骗，已受骗的消费者要及时向公安部门报案，请求公安部门去查封网站和骗子的手机电话及银行账号。消费者可向各地公安局网监处报案，也可电话报警。

网上购物的商品发生消费纠纷，也可向 BCP 信用投诉中心进行投诉，作为专业的网购维权受理机构，BCP 信用投诉中心将会根据情况，按照规定协助消费者维权。对于网上购物存在的风险，BCP 信用投诉中心工作人员提醒消费者，要尽量索取购物凭证或保存交易协议(包括电子版)等相关证据，网上购物的实际经销商大多数是外地公司，收货时要留意查看票据的公章。如果已购商品发生纠纷，应按属地管辖原则，向票据盖章单位所在地的有关部门投诉。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/82/38747.html>

搜索引擎与网络舆情监控系统的区别在哪里？

搜索引擎为大多数网民提供检索服务，更多的是扮演网站入口的角色；当前的搜索引擎对于数据的收录都有一套自己的收录标准，在数据收录的及时性、深入性方面有着天然的缺陷，不可能满足用户的舆情监控的需求。搜索引擎在网络舆情监控中所扮演的仅为辅助发现舆情的角色。同时，搜索引擎受主管部门、相关政策法规、各种商业利益干预，搜索不到相关的结果，网络舆情监控系统可以直接“守候”目标网站。

【信用联盟】

本期评价应用联盟共计 6723 成员，新增 39 个。联盟成员：浙江龙虎锻造有限公司、江苏太平洋精锻科技股份有限公司、无锡市法兰制造有限公司、江苏扬力集团有限公司、第一拖拉机股份有限公司锻造厂、江苏宏宝锻造有限公司、内蒙古一机集团富成锻造有限责任公司、成都正武封头科技股份有限公司、南昌齿轮锻造厂、北京峰林飞宇科贸有限公司、济宁博林电子科技有限公司、昆明印刷网、上海施越交通设施有限公司、武汉晨丰科技有限公司、灵锐投资（管理）武汉有限公司、深圳市佳利柯科技发展有限公司、济南华晟电子商务有限公司、襄阳特产批发、广州诚信天下网络科技有限公司、晋商对外贸易有限公司、中国蚀心公益.慈善网络家族等。

主办单位：中国商务信用平台（BCP）

业务咨询：

北京国富泰企业征信有限公司

电话：4006-400-312

传真：010-678001662

E-mail: service@bcpcn.com

编委：

刘松江 刘鹏程 殷殷

联系方式：010-67800498

地址：北京经济技术开发区荣华中路 11 号 邮编：100176

网址：www.12312.gov.cn www.bcpcn.com