



## 商务信用（BCP）简报

2012年8月13日至8月26日

2012年第17期总第57期

### 【信用政策】

- 商务部将制订《电子商务营销运营规范》 信用建设势在必行.....2
- 商务部关注电商大战进展 呼吁企业遵守法律法规.....3

### 【工作动态】

- 国富泰在重庆及榆林开展信用评级业务交流与培训.....4
- 商务部国资委公布第八批行业信用评价名单 国富泰服务五成.....6
- 商业诚信的缺失及对策思考.....7
- 本期发布公告警示 20 条；掌握网购技巧 降低网购风险 .....8
- BCP 网站统计汇总 平台本期国内最好排名是 2097 .....16
- 本期 24 家企业（网站）集中报名参与评价认证工作 .....17

### 【各方声音】

- 网购环境亟须改良 BCP 监管显实力 .....18

### 【信用百科】

- BCP 提醒：网上购物应如何防范风险？ .....20
- 风险雷达舆情监测系统有什么优势？ .....22

### 【信用联盟】

## 【信用政策】

### 商务部将制订《电子商务营销运营规范》 信用建设势在必行

近日，京东等电商爆发的“价格战”引发社会热议。商务部流通发展司有关负责人就此表示，电商“价格战”的有关问题在商务部已发布的《第三方交易平台服务规范》中已有规定。今后，电子商务交易各方的权责、义务，除了在相关法规里进行完善外，在相关标准中也要进行细化和补充，《电子商务营销运营规范》等标准已列入制定计划。

这位负责人在参加此间召开的《商务领域标准化管理办法》专题新闻发布会时说，近年来，为推进电子商务、网络购物健康发展，商务部加强了相关标准的建设。目前已经出台《电子商务模式规范》《网络交易服务规范》等一些标准。商务部将加大电子商务、网络购物相关标准的制定力度，比如已经列入制定计划的《网店信用评价指标》《网络团购企业管理规范》《网络团购企业信用评价体系》和《电子商务营销运营规范》。

据了解，《商务领域标准化管理办法（试行）》于2012年5月8日发布，并于7月1日起正式施行。截至2011年底，流通领域已有标准800项，其中国家标准209项，行业标准591项。流通标准体系包括批发零售、住宿餐饮、居民服务、租赁与商务服务、仓储与商贸物流、流通加工等大类。

网络购物因其方便、快捷、价格低等优势，受到广大消费者的青睐，但由于网络购物消费者无法直接接触商品，交易是在买卖双方互不了解、期间不见面的过程中完成，一些经营者行为不规范等原因，由网购引发的消费问题也不断增多。

信用既是无形的力量，也是无形的财富，商业诚信更是交易环境中至关重要的一环。一批又一批的企业依靠电子商务获得了可观的利益。但是在快速发展的同时诚信问题成为了制约电子商务发展的最大桎梏。

BCP信用投诉中心的数据显示，经过第三方的BCP信用认证的网站投诉量过去6个月下降到原来的三分之一，而解决满意度率近100%；调查显示，65%消费者的优先选择有第三方认证监督的网站购物。对于网站看似被第三方机构监管，其实更是对消费者的一种透明宣传。

相关链接：<http://www.bcp.cn/articles/2/39858.html>

## 商务部关注电商大战进展 呼吁企业遵守法律法规

8月16日上午，商务部召开例行新闻发布会。商务部新闻发言人沈丹阳就电商巨头爆发价格战回答记者提问时表示，商务部将继续关注此事的进展，并指出有关企业不论采取何种方式开展销售活动，都必须严格遵守国家法律法规。

商务部新闻发言人沈丹阳表示，商务部已经注意到个别大型电子商务企业竞相采取降价方式开展销售活动，以及由此引发的市场热议和消费者以及供货厂商的关切。我们将继续关注此事的进展。

商务部认为有关企业不论采取何种方式开展销售活动，都必须严格遵守国家法律法规，自觉维护公平竞争的市场秩序，共同促进家用电器市场的健康运行和平稳发展。不论采取何种促销手段，都应努力提升管理和服务水平，积极保护消费者和供货厂商的合法权益，履行好企业社会责任。

网络购物因其方便、快捷、价格低等优势，受到广大消费者的青睐，但由于网络购物消费者无法直接接触商品，交易是在买卖双方互不了解、期间不见面的过程中完成，一些经营者行为不规范等原因，由网购引发的消费问题也不断增多。

信用既是无形的力量，也是无形的财富，商业诚信更是交易环境中至关重要的一环。一批又一批的企业依靠电子商务获得了可观的利益。但是在快速发展的同时诚信问题成为了制约电子商务发展的最大桎梏。

BCP信用投诉中心的数据显示，经过第三方的BCP信用认证的网站投诉量过去6个月下降到原来的三分之一，而解决满意度率近100%；调查显示，65%消费者的优先选择有第三方认证监督的网站购物。对于网站看似被第三方机构监管，其实更是对消费者的一种透明宣传。

相关链接：<http://www.bcpcn.com/articles/239689.html>

## 【工作动态】

### 国富泰在重庆及榆林开展信用评级业务交流与培训

为加强外贸企业对国富泰信用业务功能、业务特色、业务应用价值的了解，深化业务服务水平。在营销中心的安排下，8月9日，国富泰公司电商信用部总经理付振兴在榆林和重庆两地进行了国富泰信用业务交流与培训，此次培训交流活动主要以服务企业为宗旨，深入剖析国富泰信用服务的优势及价值。通过这两场培训，企业代表对国富泰信用服务有了更深入的认识，表示受益匪浅，对今后的实际应用充满信心。



付振兴总经理对“国富泰信用”业务进行讲解

在重庆、榆林这两次培训会上，付振兴总经理分别从业务简介、业务作用、服务对象、服务内容、使用范围等方面系统地作了信用评级业务的讲解。特别是针对信用评级业务的应用价值方面，付振兴总经理通过以结合实际案例为切入点，从信用融资、信用许可、信用推广三方面为参会企业明确指出了信用评级能为企业带来哪些具体的应用价值。除此之外，国富泰还将会对参与信用评级的企业给与最权威的品牌宣传及推广应用，并可载入由商务部与国资委联合编辑出版的《中国行业信用评价A级以上企业名录》中，向商务部驻外经商处、各国驻华使领馆发放，将评级企业向海外市场推荐。

本次重庆、榆林这两场国富泰信用业务的培训交流活动吸引了到会企业的强烈关注，特别是当付振兴总经理在结合实际案例讲解信用评级业务的作用时，参会企业代表深受启发，对国富泰信用业务在实际应用中的价值表示了充分的肯定与关切，纷纷踊跃发言并提问，现场气氛活跃。付振兴总经理根据所提问题一一解答，并着重详述了参与信用评级工作的具体操作流程及后期服务工作，并表示，信用评级不是简单的一个证书、一个牌匾、一份报告，更重要的是它提升了企业品牌的含金量，标志着一个诚信时代的到来。



培训会现场图片

目前，国富泰信用业务已经成为代表处销售的一部分，国富泰公司将与营销中心和代表处紧密合作，充分利用现有各种资源配合代表处工作。相信通过三方不断地努力，国富泰信用业务将会尽快被市场、企业所接受与认可，届时信用建设也将会迈出更坚实的一步。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/61/40021.html>

## 商务部国资委公布第八批行业信用评价名单 国富泰服务五成

根据《关于行业信用评价工作有关事项的通知》（商秩序[2009]7号）（以下简称《通知》）要求，2012年1-6月，共有7家商会协会提出申请参与行业信用评价工作。商务部和国资委邀请信用、金融、流通等方面专家，召开了行业信用评价方案论证会。根据专家评审意见，确定6家商会协会为第八批行业信用评价参与单位。

7月30日，商务部信用工作办公室、国务院国有资产监督管理委员会行业协会联系办公室公布第八批行业信用评价参与名单，这6家行业协会分别为中国医药物资协会、中国工程机械工业协会、中国摩托车商会、中国化学与物理电源行业协会、中国制笔协会、中华环保联合会。据悉，这份名单中一半的协会由第三方信评机构——北京国富泰企业征信有限公司提供服务。

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。

北京国富泰企业征信有限公司是应国务院和商务部关于全国信用体系建设的部署要求而成立的，致力于建立和完善中国商务流通领域企业信用体系、整顿和规范市场经济秩序。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，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/239942.html>

## 商业诚信的缺失及对策思考

古语云：“诚信者，天下之结也。”意即诚信是天下人能够联系集结在一起的基本条件。在今天的中国，诚信缺失却成了社会一个棘手的问题。有研究表明，我国商业领域每年因为信用缺失而导致的直接和间接经济损失数额巨大。我们显然不能回避这样一个事实：商业诚信缺失危害社会商务环境，社会主义市场经济呼唤商业诚信的建立。

商业诚信对市场经济具有非常重要的作用。如果信用缺失，就会增加交易的难度和风险，干扰投资、贸易与信贷等正常业务，降低人们投资与消费的信心，给社会经济稳定增长带来巨大损害，甚至会让整个国家失去竞争力。

首先，诚信是市场经济得以存在和发展的根本。市场经济的根本特征是信用经济。市场主体如果讲诚信并且在经济交往中践行诚信，对内会形成强烈的凝聚力和积极向上的商业文化，对外则会塑造出强大的社会公信力，吸引合作伙伴并提高消费者的信任度。排行全美 500 强企业榜首的沃尔玛一贯推行的八大理念之一就是“以客户为中心的诚信理念”。而与此形成鲜明对照的是，曾经辉煌一时的南京某食品公司因为“陈陷月饼”事件而信誉尽失，最后破产收场。可见，诚信是核心竞争力，是安身立业之本，是市场经济得以健康发展的根本所在。

其次，诚信是打造著名品牌的重要途径。在经济全球化推动下，许多世界知名品牌长期占领市场。美国《财富》杂志每年对年销售额 5 亿美元以上的 300 家企业，进行信用和业绩相关度评估。近年来的研究报告显示，企业对社区和环境的责任感、商业信誉和企业信用已成为决定企业形象的首要指标，而这个指标与企业的经营业绩成正相关关系。可见，信用已经成为现代市场经济运行中一种重要的资本形态，是商业经营者精神财富和生命所在。失去诚信，纵然一时得利，日后也必吞苦果。

再次，诚信是参与国际竞争的通行证。我国加入 WTO 已经五年多时间，国家宏观经济环境发生了重大变化，要求我们在参与国际经济交往中严格遵守国际商业惯例，在生产经营中做到诚实守信。在商业信用体系的建设方面，西方发达国家早在一百多年前就已建立了信用评级体系。商业主体要参与国际竞争，必须首先接受国际信用规则。

在我国，商业诚信缺失已经不是新问题。每年因为诚信问题被曝光的事件不在少数。2012 年上半年，BCP 中国商务信用平台连续发布了《岁末假票欺诈泛滥消费者提防网购诈骗》、《开团网收款不发货遭消费者集中投诉》等数篇 BCP 信用预警公告后，迅速占据了网购投诉舆论制高点。其中北京电视台首都经济报道栏目更是针对“开团网”事件联系 BCP 中国商务信用平台，进行采访报道。我们不禁要问：为何商业领域会频频发生诚信缺失事件？主要原因大概有以下几个：

相关链接：<http://gftai.bcp.cn/articles/4739468.html>

**【电商公告和预警】本期发布公告警示 20 条；掌握网购技巧 降低网购风险**

自 2012 年 8 月 11 日至 2012 年 8 月 24 日，中国商务信用平台（BCP）共发布消费警示 20 条；

**【警示】掌握网购技巧 降低网购风险**

随着生活水平的提高和信息科技的飞速发展，越来越多的消费者尤其是青年人加入到网购的行列中，为此，工商部门提示消费者，掌握网购常用技巧，有效降低网购风险。

一是商家信用等级严把关。购物时要货比三家，不仅要看销售量，还要看商家的信用等级、诚信度、退换货频率；

二是“中评”“差评”参考价值高。选择了自己中意的商品后，建议消费者不要仓促下单，要货比三家。仔细查看商家评价中的“中评”、“差评”，因为给商品“中评”、“差评”的消费者往往会描述一些商品的质量方面的不足或者快递速度、退换货服务等方面的问题，这些可以给买家提供很有价值的信息参考。如果提到的问题是买家不能接受的，买家事先知道了这一信息就可以避免购物之后的退货烦恼或者不必要的损失；

三是品牌购物选正品保证。消费者购买品牌商品时莫图便宜，建议尽量选择有“正品保证”的店铺，降低不慎买到假货的风险；

四是退换货应购买保险。网购时，应选择有“七天无条件退换货”承诺的商家，如果消费者觉得自己有退换货可能时，建议购买退换货保险，保险费一般 0.8 元、1.2 元等，价格一般较便宜。一旦发生退货或者换货时，买家在网上提交申请并填写完整退换货信息，商家签收货物之后，买家将会获得保险公司赔付的保险费，可以弥补消费者由于个人原因退换货的部分运费损失；

五是撕毁商品标签需谨慎。货物到手之后，不要急于撕掉标签。因为一般的商家都要求无质量问题的退换货的条件是标签完整、未洗涤、不影响二次销售；

六是留存网购凭证不可少。注意保留发票、购物小票等购物凭证，一方面，有的商家退换货时也要发票等凭证，另一方面，与一般购物一样，购物凭证也是发生消费纠纷时的维权凭证，消费者应注意妥善保存。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/10/39607.html>

**【警示】电商约架你淘到便宜货了吗？**

这几天，苏宁易购、国美在线、京东商城等几大电商的“约架”大戏愈演愈烈，各种要命不要钱的戏码挣足了眼球。这场围绕大家电的电商价格战早在 4 月就已经打响，先由苏宁易购发起，随后引来国美、当当、天猫、京东等多家 B2C 商家参与，并在 6 月 18 日京东商城店庆日达到高潮。当当、天猫、苏宁易购等竞争对手以直指京东的宣传口号进行围剿，被业界称为 6 月血战。如今烽烟再起，一面是巨头们捋起袖子甩着支票干仗，一面是咱老百姓捂紧钱袋子拿着计算器围观。其实，对于普通的消费者来说，家电电商市场鹿死谁手根本不重要，



只要能给消费者带来降价的实惠, 谁管你死活, 总而言之的一句话: “你不重要, 没有你也不重要, 多少钱很重要!”

事件回放

15 日上午 9 点上午 10 点 50 分全天

◎家电价格战正式开始。苏宁易购的网络首页由于惊人的访问量而一度陷入瘫痪, 急得许多网友在微博上频频吐槽, “连网页都打不开, 还比个毛线啊”! 截至 15 日, 从一淘网整理的比价列表不难发现, 京东和苏宁的降价并没有想象中激烈, 部分电器商品还出现了价格上涨的现象, 微博上对此的不满处处可见: “对比了之前一直关注的产品价格, 全都比昨天之前高, 这叫价格战?”、“整天扯嘴皮, 从不价格战”。

◎胡小姐在京东拍下了一台松下洗衣机, 她当时购得的价格是 2740 元, 比同时的国美要便宜 59 元。对比 2999 的原价, 胡小姐直言, 降价风暴没有预想中猛烈, 电商之间的竞价也差别不大, 的确有些失望。低价商品缺货也是让网友们大为不满的问题之一, 好不容易打开了网站, 定睛一看, 心水家电已缺货, 心里顿时拔凉拔凉的, 有种被欺骗的感觉, 也难怪很多网友在微博上直称骗子。

◎价格的多番变动也让网友大有“横看成岭侧成峰, 远近高低各不同”的感受。在京东上, 同样一台夏普高清液晶电视在短短的四个小时内价格便变动了 5 次, 这还并非个例, 根据一淘分析师所言, 当天, 有超过 2000 件的商品发生了类似的情况。虽然问题多多, 但炸开锅的微博不难发现, 这一次的电商“价格战”可谓牵动了全国老百姓的神经, 微博上更有网友调侃到: “欢迎各行各业都学习京东苏宁国美打价格战, 特别是中石油和中石化, 还有房地产”。

16 日早上 9 点 29 分下午 5 点

◎京东 CEO 刘强东再次微博发帖: “没有耐心陪着苏宁 10 元 10 元的降价了, 今日上午 11: 00-12: 00, 直接发放 2000-300 和 3000-500 的大家电优惠券, 相当于每件便宜 300-500 元, 一步到位!” 价格到底有无真降下来, 还有待进一步观察。

◎根据一淘网监测数据显示, 在参与比价的商品中, 京东有 41% 的商品价格要高于苏宁, 而苏宁只有 25% 的家电产品要比京东卖的贵, 从这个层面来说, 这场两强争霸中, 苏宁略胜京东。不得不提的是, 在这场“六国混战”中, 除去京、苏二霸, 半路杀出的国美、易迅网绝对是这场价格战中最给力的黑马, 对比京东 6.0% 和苏宁 9.5% 的降价比例, 国美电器(微博)官网的降价商品比例达到了 16.6%, 是当之无愧的“降价王”。

随着价格战的持续, 相应的问题也随之暴露。降价不够猛便是其中最受非议的一条。

现身说法: 降价幅度没达到期望值

采访对象: 微博用户@张铮

张铮刚买了新房, 一屋子家电需要采购。在 8 月 15 日前, 他已经去国美苏宁实体店转了几次, 总觉得价格还不够给力, 准备等待国庆大促销再去采购。但

现在情况有所转变,获悉几大电商将打价格战,张铮觉得这应该是抄底的好机会。8月15日没到9点他就坐在电脑前准备抢购,经过半个小时的对比,最终在京东下单买了四台空调。原价5999元的长虹(微博)柜式空调才卖到3199元,2600元的长虹正1P挂机卖1299元,张铮果断出手,拿下4台空调。原来计划15000元的空调费现在只要8000多就买到了。之后,张铮还介绍同事去买,同事打开链接一看,傻眼了,才一个小时不到的时间,价格又噌噌噌上去了。张铮认为这样的降价有点忽悠人,虽然自己是捡到便宜了,但既然是轰轰烈烈地大降价,就不能只限几台,要么全降,要么不降,这样才配得上京东老总的豪言壮语。

16号张铮又在国美、苏宁网站分别买了冰箱、电视、洗衣机等家电,他说总体来说降价幅度没达到期望值,大概平均比线下便宜个三、五百元。至于目前价格排名最低的易迅网,张铮表示,自己习惯在比较熟悉的网站买东西,没上过易迅网,也不够了解。

#### 背景资料

随着网购平台的发展与成熟,在网上淘家电早已不是什么新鲜事,早在2009年,中国家电网购市场便完成逾400亿元的惊人成绩。这块肥肉如此诱人,难怪“8·15降价战”会开展得这么激烈。除了苏宁和国美这些老百姓早已耳熟能详的老牌家电商城,后来赶上的京东、当当、库巴和易迅也是不可忽略的“新力军”,它们的出现打破了“苏”“美”统霸网络的局面,群雄逐鹿之势已成定局。

为什么网购家电会这么受欢迎?还是那句老话,价格便宜才是硬道理!作为新兴的重要销售渠道,电商网站可以直接从厂家拿货,而省去了进场费、场租费和装修费等一系列费用,为产品的降价提供更大的弹性空间。因此,与在实体店消费对比,网购家电可以帮消费者节约10%左右的费用,这也是为何家电消费能在网络走俏的最重要的原因。

与其它网购相似,敢于尝试新鲜事物的年轻人是网络家电消费的主力军,在他们的积极带动下,该消费群的年龄阶段也在持续的上升。此外,相对于小型家电,网友似乎更倾向于网购大家电。由于基础价格的缘故,大型家电的降价潜力要远远高于类似电风扇、电饭煲等小家电。

#### 专家支招

三大电商“价格战”正如火如荼地进行着,每家都承诺“最低”。作为消费者,我们彻底晕了,到底谁的话才当真?如何在这次电商的混战中淘到最便宜的家产品?

记者与一淘网的高级专家窦胜先生取得了联系。面对这次的“群架”,窦胜直言,主要挑起者京东和苏宁都没有预想中给力,有“雷声大雨点小”的嫌疑,反而是其它网站的表现让人大有惊喜,这个在一淘网发布的数据中已经可以看出。那么如何淘到最便宜的家产品呢?窦胜表示,对于那些目的性不强的买家,像如意淘和易购小助手这样的比价小插件是必不可少的,当你在其中一个网站查看一件单品的时候,比价插件会帮你列出这件商品在其它电网的价格信息,以供购买者权衡选择。对于那些目的性比较明确的买家,窦胜则建议,除了安装插件,

他们应该多关注类似一淘这样的比价网，上面提供的信息可以帮助他们在最合适的时机出手买到便宜、心水的商品。

除此之外，窦胜还指出了一些网购家电时应注意的事项。首先，在下单的时候，消费者不要盲目的“挑便宜”，一定要注意浏览商品的详细信息，看看它有没有包含安装和赠品等类似的及时服务。其次，网友们应该在下单前提前选择一些更便捷、更合算的途径，就拿一淘网举例，它的返利优惠绝对能为网友的荷包“减负”。最后，窦胜再三强调，买家在下单后最好要保持交易记录并截图存档，这样的细节看似不起眼，却是网友们维护自己权利的最佳证据。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/10/39683.html>

### 【警示】物流成瓶颈 消费者网购家具“很受伤”

家具城逛起来费时费力，效率低下还不能比价，随着电子商务的发展，不少网络达人连家具电器等大件物品也开始在网上购买。网购家具看起来潇洒便利，但是异地购买后的物流问题也日渐显露，物流让网购家具“很受伤”，网上订购家具送货成瓶颈。

杨先生的房子装修进入尾声，一有时间便在家具城转悠，但是看中的很贵，便宜的又看不上。无奈之下，转战网络，淘宝上找到一家佛山的外单出口家具厂。杨先生和销售联系之后，便飞往佛山参观、看样。美式风格的实木家具，价格只有北京店中的六成左右。杨先生挺满意，干脆订了全套家具，约7万元。

顺道又去一家灯具店，1万多元解决了家中灯具。杨先生没想到的是，东西好买不好运。谈了几家物流公司，报价竟然相差数千元。

“主要是根据包车还是拼车，包一个12米长的厢式货车，运到北京大约要一万六七。拼车就便宜多了，但感觉没有包车安全。”考虑再三，杨先生选择了包车，但到北京时还是有个水晶灯碎了，“到货时东西很多，来不及挨个查验就签收了。”由于已经签收，店家和物流都拒绝赔偿，“花钱都没买来放心。”杨先生直摇头。

网上家具式样丰富、便于比价，吸引了越来越多的消费者参与。同时一段时间里，材质造假、尺寸不符合、仿冒名牌等问题频频见诸报端。随着电子商务的普及发展，通过信誉评价、商家担保以及实地订货、货到付款等方式，网购家具的保障程度大大提高。但很多网购是异地交易，家具等大件物品的物流成本高、风险大，令很多买家望而却步。

和白领小静相比，杨先生一盏灯的损失算很幸运了。小静很喜欢田园风格的家具，在网上一口气购买了大大小小二十多件，共计两万多元。积蓄不多的小静为了省钱，选择了报价最低的物流公司，最后一半家具都出现破损。找到物流公司，说只能赔付运费的两倍，也就一千多元，店家也无法为运输损失埋单。

一位从事物流行业的专业人士表示，大件物品运输、包装和装卸最为关键。因此从家具种类上来说，购买板式家具安全度较高，因为板式家具大都采用平板包装，货到之后再行进行组装。相对而言，成品家具包装难度较大，“优质可靠的

包装甚至比家具本身还贵，多数厂家做不到”。

另外，装卸次数越少物品损坏的可能性越小。因此包车的安全度较高，“车里都是你的东西，固定好之后直奔目的地，整个过程只装卸一次，当然费用也高。”而拼车或是业内俗称的“卡车航班”由于装载多个客户的物品，途中需多次装卸。尤其是“卡车航班”，费用低廉，但基本上每个中转站都要进行物品拆分，多次装卸过程中娇弱的家具很容易“受伤”。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/10/39606.html>

### 【警示】电商“掐价” 网购不要乐昏头

“京东商城所有大家电价格都比苏宁线上线下便宜……如果苏宁敢卖1元，京东的价格一定是0元！”刘强东的一句话引起了今夏最激烈的电商大战，京东商城与苏宁易购，国美电器打的不亦乐乎，网站产品在几小时内从高到低，从有到无，令人眼花缭乱。这场号称史上最惨烈的三国战也再一次将“电商”推到了风口浪尖！

据了解，不少消费者铆足了劲等着今天9时开始在网上抢购商品，但在抢购之余还是要提醒消费者，在购物时，首先要认准各大电商的官方网站，防止被不法钓鱼网站欺骗。其次，在购买时，不妨对比几个网站的价格，看清楚哪个网站价格最低再出手。网上也有专门的网购比价工具，如一淘网等。消费者在下单时和确认订单之后，最好都能截图留证，下面我们总结了一下网购需要注意的几大问题，您可一定要谨记。

#### 1 网购平台是否靠谱

除了京东，苏宁易购等这些比较规范的电商以外，还有许多其他的小型平台，这时候您就要注意了，必须要查看电商或者网购平台售后服务机制是否完善，这其中用户需要格外注意的是商品是否支持货到付款，是否负责配送安装，是否提供全国联保，是否享有售后三包服务等。如果这些售后服务都齐备的话，那应该就可以放心采购了。

#### 2 货比多家一目了然

之所以选择网上购物，我想大家一定是看中了网络平台那超值的价，但是不同的网站由于涉及的产品不同，因此在报价、促销力度、运输费等方面也各不相同，所以在购买时一定要多逛几家网站试试看，以免日后看到更低的价格再捶胸顿足悔不当初。

#### 3 擦亮双眼验货

别以为锁定了选购目标和值得信赖的电商您就可以踏实的等待产品送货上门了，从同事身上笔者就了解到，在配送过程中，由于送货师傅的“不小心”，一些大件儿的家电产品比如平板电视很容易出现损坏，而这个时候如果用户不太注重对产品的收获检验，很容易购买到因配送损坏所造成的“残次品”。

#### 4 拒绝先签字后验货

无论是配送中造成的物品损坏还是因为工作人员的“疏忽”而导致的产品配送错误，笔者都建议用户拒绝签收并及时联系电商客服，等待卖家给予问题的解决方案。切记不要因为怕麻烦而没有认真验货，从而导致自身不必要的损失。

### 5 “明码标价”玄机多

在明码标价的年代，每样产品的价格都清清楚楚的展示在用户的面前，但是大家千万不要以为这里面就没有任何的“猫腻”，据我们了解，虽然每款产品的网购平台上的价格都非常透明化，但是想要让用户多掏些钞票也不是什么难事，就拿 3D 电视来说，一般的网购平台所提供价格都是裸机的售价(不包含 3D 眼镜的)，如果用户想要配备 3D 眼镜需要另行付费，而据笔者了解，一般国产 3D 电视的 3D 眼镜售价在 300 元左右，而合资品牌的 3D 电视售价则是在 700 元左右。如果用户加上这笔费用，那么谁高谁低就真不好说了

电子商务时代的到来，不仅改变了商业世界，同时也改变了我们的消费习惯，造就了大批的宅男宅女，的确，方便快捷的购买方式与琳琅满目的商品，满足了大多数消费者的消费需求，同时也为他们省去了大量的购物的时间，何乐而不为呢。但是同时伴随而来的还有信誉危机，总之大家可一定要瞧准了再下手。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/10/39651.html>

### 【警示】网络购物 莫被剑所伤

近日，有这样一则新闻：随着电子商务的迅猛发展，网购已经越来越大范围地在国内消费市场跑马圈地。在这块消费的大盘子里，大连消费者做出了很大贡献，其中一位“骨灰级”网购发烧友，一年网购消费居然高达 26 万。

26 万在大连可以用于一套不错房子的首付，可以供万十几名大学生，可以为贫困山区建一所小学……然而，这位网友居然把这网友像吸毒一样，把 26 万疯狂消费在网购上，不仅使人触目惊心，更使人费解。

笔者曾经做过了解像这位骨灰级人物，在网上疯狂购物的还真不在少数，而且绝大多数有“网购瘾”，很多购买的东西并不是真正需要的。这种行为其实就是一种把自己的辛苦钱当大风刮来的发飏行为。

网上购物之所以更能激起人们的购买欲，一个原因就是网络购物便宜。比如一张床，在实体店需要 1 万 9 千元，在网上购买只用 1800 元。再比如，女人买的化妆品，商场里卖怎么说也得 1000 多，在淘宝上只需几百元。再加上网上商城的疯狂促销，使本来是天价的物品，成了白菜价，让咽吐沫流口水，禁不住诱惑去购买，过后却又没有多大的意义。另一个原因就是网购也是白领们的一种减压的方式，在浏览网购商品时，能让他们完全沉浸在自己的世界中，暂时忘却工作中的烦恼。由此使一些人产生了“网购瘾”，控制不住购买欲。

凡是都有度，过犹不及。网购也是如此，是一把双刃剑。用好了会达到快捷、方便、省钱的目的，用不好就会被这把剑无情所伤。要想不被这把利剑所伤，笔者认为就是要学会理性消费，购买自己需要的东西，使物尽所值。反之，把网购当成一种发泄的方式或者只图便宜，势必会出现一年网购消费 26 万的发飙行为。

相关链接: <http://gftai.bcpcn.com/articles/10/40032.html>

【最近两周投诉情况汇报】

一、投诉概况

2012年8月11日至2012年8月24日，BCP投诉中心共受理投诉99起，其中：已认证网站28起，解决率达88.34%；未认证网站71起，解决率达68.83%。

二、投诉现状分析

1、由（图1）中可以看出，2012年8月11日至2012年8月24日，已认证网站投诉达28起，与前两周，投诉呈下降趋势，每日投诉维持在5条之内。各认证网站均能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、2012年8月11日至2012年8月24日，未认证网站投诉量达71起，与前两周相比，投诉量有所下降。经过BCP投诉平台长期不懈的努力，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“易迅网”、“移淘商城”、“唯品会”等网站积极配合平台处理消费者投诉。

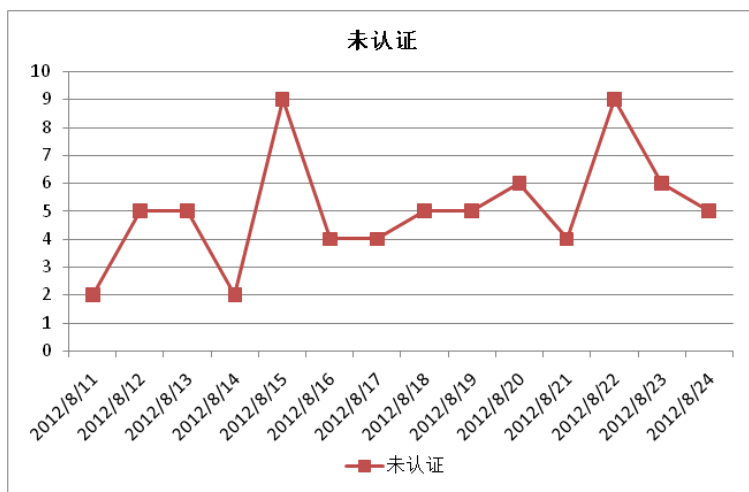


图 2

### 三、近期典型投诉案例

2012年8月17日BCP信用投诉中心接到网友尹小姐对走秀网的投诉。

以下为网友的投诉内容：

8月10日，我在走秀网的秀团频道内看到有一款GUCCI女表，当即下单购买，订单号为1208884128910。

8月14日，收到走秀网“走秀开放平台”发来的货，打开后就把表及表盒拿出来跟我之前在欧洲买的GUCCI表对比，实在太假了。15日专程再去了深圳市内GUCCI专柜，找我熟悉的GUCCI售货员看了这款表，也证明是假货。

在接到网友的投诉信息后，我们的工作人员第一时间将投诉交于走秀网处理，截至发稿前我们没有接到该网站的任何回复。

据网站介绍，秀团网是深圳走秀网络科技有限公司旗下的一家高端时尚商品团购网站。是目前中国最大的精品团购网站，产品包括服装、鞋帽、包包、配饰等无所不及。秀团网是中国最大的精品团购网站，汇聚了路易威登LV、巴宝莉Burberry、普拉达Prada、古奇Gucci、香奈儿Chanel、芬迪Fendi、蔻驰Coach、UGG等众多世界知名品牌。

此外，秀团网全球正品保证，承诺高品质，每一次采购都会对产品做非常严格的挑选，确保买到的都是正品！获得众多国内外著名品牌公司的官方网络销售授权。

因此，BCP中国商务信用平台建议秀团网尽快联系购买用户，帮助其解决售假疑惑。此外，电商企业需诚信经营，保障所售商品的真实性。

BCP信用投诉中心提醒消费者在网络消费时要注意：

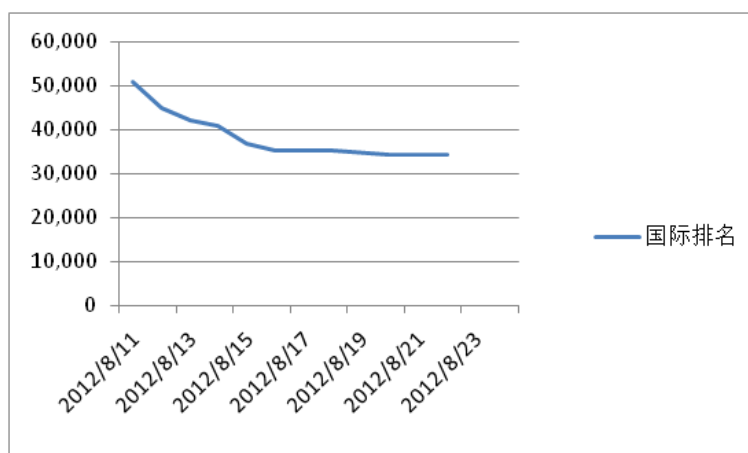
在网购前，尽可能选择经BCP信用认证中心认证过的网站。如在未经过BCP信用认证中心认证过的团购网站、网店购物时，应严格审核网站、网店的资质，通过第三方服务机构查询该网站的域名、备案、经营主体等信息。

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](http://ts.bcpcn.com)进行投诉，也可拨打投诉热线4006-400-312。

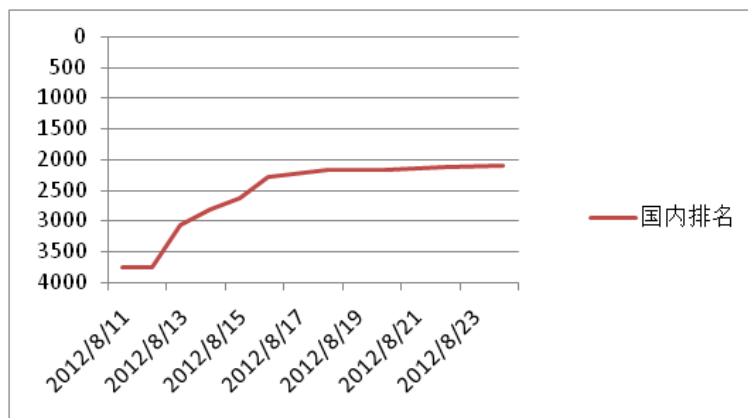
更多内容请登录中国商务信用平台[www.bcpcn.com](http://www.bcpcn.com)。

**BCP 网站统计汇总 平台本期国内最好排名是 2097**

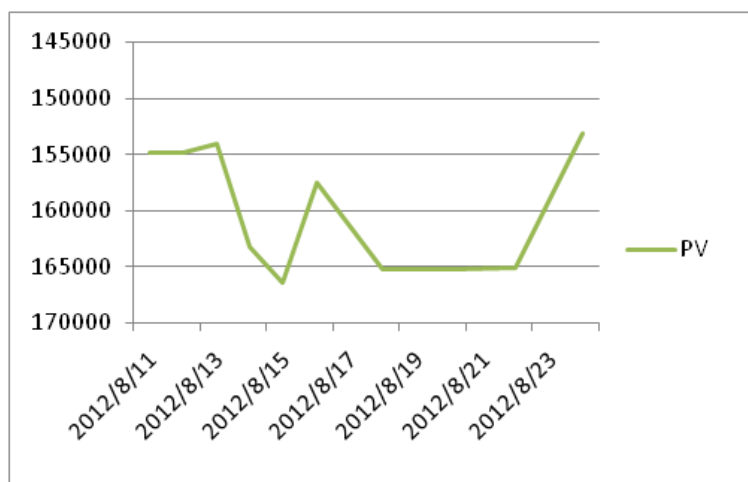
一、国际排名：中国商务信用平台 (www.bcpcn.com) 在 2012 年 8 月 11 日至 2012 年 8 月 24 日稳步提升，已经突破 5 万，最好国际排名是 34338。



二、国内排名：平台本期国内排名提升明显，最好排名是 2097。

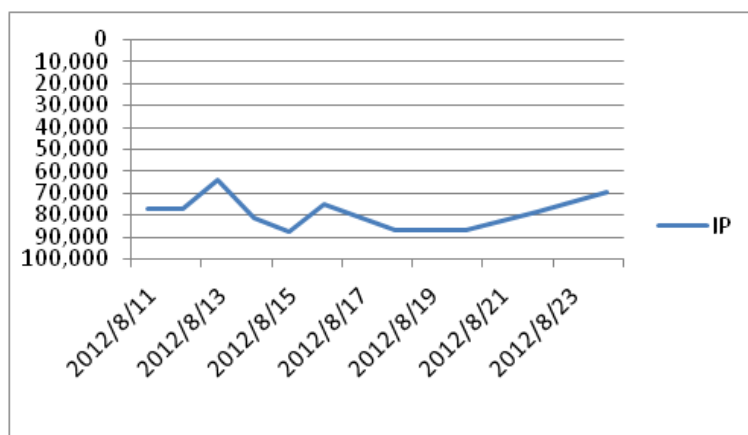


三、日均 PV 浏览量：平台本期日均浏览量起伏波动比较平稳，基本在 16000 左右徘徊，最高 PV 为 166440。

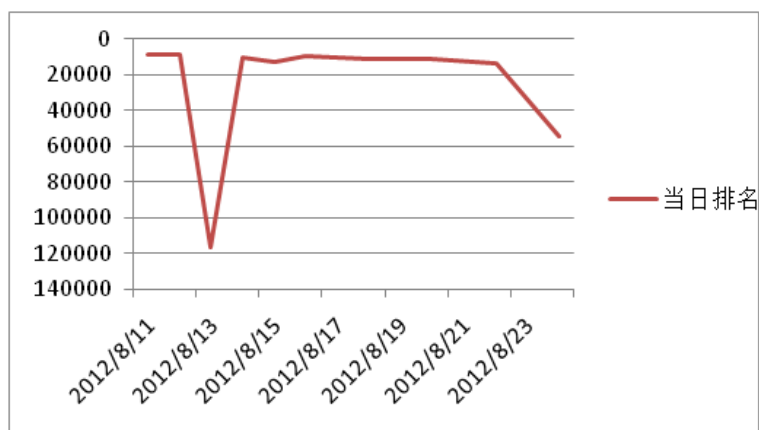


四、日均 IP 访问量：平台本期日均访问量整体变化平稳，最高 IP 是 87600。





五、当日排名：平台本期排名起伏波动较大，后期呈现上升状态，最好排名为 8720 名。



### 本期 24 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 30 日至 8 月 26 日），河北瀛都复合材料有限公司、浙江锦程耐火材料有限公司、湖南湘钢宜兴耐火材料有限公司、淄博八陡耐火材料有限公司、瑞泰科技股份有限公司、濮阳濮耐高温材料股份有限公司、青岛正望钢水控制股份有限公司、山西高科耐火材料股份有限公司、江苏恒耐炉料集团有限公司、江苏晶辉高温材料有限公司等 10 家企业，通过中国耐火材料行业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，北京瑞莱特科技有限责任公司、广州米诚信息科技有限公司、秦皇岛永诚国际旅行社有限公司、秦皇岛北方宏都生猪网络交易有限公司、团茶网、哈尔滨国水五大连池饮品销售有限公司、泉州市鲤城区微购电子商务有限公司、成都市武侯区宏源家私厂、河间市华瑞密封材料有限公司、中国直销人才网、北京德诺和科技有限公司、好孩子服装有限公司等 14 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。

## 【各方声音】

### 网购环境亟须改良 BCP 监管显实力

电子商务给人们带来极大的便利，也面临着诚信的考验。近期，通过 BCP 信用投诉中心的半年投诉报告分析显示，31.8%的网民曾在网购过程中遭遇钓鱼网站或诈骗网站，受骗网民规模达 6169 万人，因钓鱼网站或诈骗网站给网民造成的损失不低于 300 亿元。网络欺诈等行为已成为网络诚信建设的最大挑战。

#### 网络欺诈成网购发展拦路虎

网络购物是现代人生活中不可缺少的一部分，从日常生活的锅碗瓢盆，到大宗家用电器；从鲜花食品，到玩具宠物；从实体的书本衣物，到虚拟的网络充值……只要人们能够想到的，几乎都可以通过网络购买。然而，网络诚信缺失问题也随之凸显。

BCP 信用投诉中心的统计数据显示，截至 2012 年 6 月底，BCP 信用投诉中心已经累计认定并处理网购投诉案例 3040 个。数据显示，今年上半年，国内电子商务投诉数量呈上升趋势，并呈现网络购物投诉为主、网络团购投诉上涨、投诉数量激增等三大特征。其中，淘宝网、当当网、京东商城、苏宁易购、亚马逊中国等知名网站纷纷“中枪”。

网络欺诈成为电子商务发展的一大拦路虎。网络售假、以次充好、虚假促销、货到迟缓、售后服务缺失、退换货困难、钓鱼网站诈骗、虚拟交易诈骗……这些现象不仅伤害了消费者网购的热情和信心，更严重地破坏了网络购物与电子商务的正常秩序。

BCP 信用投诉中心工作人员认为，网络购物对扩大内需、拉动经济起到很大的推动作用，但它还属于一个新型的消费业态，在发展过程中难免会产生这样那样的问题。但是，一定要对这些问题引起重视并加以解决，不然就会损害消费者的合法权益，影响电子商务的健康发展。

#### 网络诚信建设面临诸多瓶颈

电商行业诚信意识缺乏。一方面一些网络卖方制假售假、不良经营，丧失职业道德；另一方面部分消费者知假买假，丧失消费道德，为售假提供生存空间。互联网资深分析师吕伯望认为，网络上出现的种种欺诈行为，不过是现实商业环境的折射。由于互联网还是新生事物，网民疏于防范，网络交易欺诈盛行。

网络交易行为特点为网络欺诈提供空间。BCP 中国商务信用平台信用认证负责人表示，相比传统交易行为，网络交易行为更利于不法商贩行骗。因为他们可以借助各种网络形式实施诈骗，不易引起消费者的警惕。此外，网络传播成本低、风险小、技术门槛低，也是不法商贩瞄准互联网的原因。

监管不力、法律缺失。BCP 中国商务信用平台信用认证负责人认为，监管不及时、机制不得力也给网络诈骗提供了生存空间。有关部门人才和技术缺失加速欺诈现象的恶化，目前国内网上购物经营者众多，销售商品数以千万计，有关部

门很难对所有经营者的资质、商品品质进行事先审查，而对于部分假冒侵权商品，网站也缺乏足够的鉴别技术和鉴别手段。

相关法律处于空白状态。目前世界上已经有 30 多个国家和地区制定了综合性电子商务法，我国的电子商务制度建设相对滞后，市场准入、服务监管体系、信用体系、统计监测体系、产业投融资机制等亟待改进和完善。中 BCP 中国商务信用平台工作人员表示，目前还没有相关的法律法规来约束网站的诚信问题，诚信与否只能靠企业和商家自律。

### 三大措施修补“诚信短板”

网购市场呼唤道德的回归。BCP 中国商务信用平台工作人员认为，打击网络售假需要各方面积极推进，需要长期努力。一方面，电子商务企业要负起责任，对信息进行全面披露，特别是对售假信息要广而告之，尽可能保证买家与卖家的信息对称；另一方面，企业要与国家有关部门实行联动，追究严惩售假或以次充好者，加大违法成本；同时，消费者也要全面了解信息，提高甄别能力，切忌贪图便宜。

相应的法律法规亟待制定与完善。网络准入商品规范制、网店注册实名制、网络信用记录制的建立，网络交易监管平台的实现，都需要以法律的形式加以确定。国家工商行政管理总局市场司副司长杨洪丰认为，只有通过科学立法，通过国家层面的法律法规，才能保障交易安全，促进电子商务的健康发展。

建立良好的诚信监督体制。要加强国内网络诚信机制建设，推动诚信与利益捆绑。例如一些企业在支付宝的交易记录将影响到企业能否获得银行的融资贷款，淘宝卖家的差评多少直接决定其卖出商品的数量等。另有专家建议，监管机构应与网络运营商、工商、税务、速递、金融等部门建立联动机制，对网络店铺实施实名备案、IP 锁定或监控等措施。

除此之外，要加强第三方信用监管的力度。通过 BCP 信用投诉中心半年投诉数据分析显示，在所有投诉网站中，通过 BCP 信用认证过的网站投诉量占总投诉的不到 20%，且解决率近 100%；而未认证网站投诉量不但占据绝大份额，且解决率不到 45%。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，信用认证帮助电商企业走的更远。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/2/39469.html>

## 【信用百科】

### BCP 提醒：网上购物应如何防范风险？

预防网购受骗，我们可以从以下几个方面予以防范：

1、交易对象：选择商业信誉好、经营规模大、商业信用度高、网民普遍评价优的卖家，这样会把交易风险降到最低。在本地能买到的东西，最好选择同城交易，以便更容易核实卖方的真实情况，一旦商品质量有问题或遭受欺诈，保修、退换、与卖方交涉也方便，并可大大降低维权成本。

对象确认原则：在交易时，一旦取得卖家的联系方式，应该及时与卖家取得联系，注意观察一下卖家的联系方式是否稳定、有效，这样有助于对卖家的情况作出正确的判断。

如果对卖家提供的付款方式心存疑虑的话，可以请卖家提供一个能联系到的固定电话，在不同时期、分不同时间段打电话以确认其有效性。需要注意的是，现在部分地区的小灵通电话与固定电话的号码相似，但可以通过对方地区的 114 查号台进行确认。

2、交易平台：选择知名的商家自身设置的网站、网络平台或信誉好的中介网站，最好选择居住地的网站，对比较生疏、冷僻的网站要有充分的防范意识。尤其对声称是境外、国外的网站更要提高警惕。在进行网上业务时，要通过正确的程序登录网站，要直接根据官方或商家正式公布的网址登录，避免通过搜索引擎找到的地址或其他网站的链接间接进入，更不要轻信任何通过电子邮件、电话和短信等方式索要帐户和密码的行为。

比如今年春节期间，一些不法分子试图利用仿冒的银行网站骗取银行用户的帐号和密码。自去年年底网上出现假冒的中国银行网站后，相继又出现了多家银行的假冒网站，其网址只和银行真的网站相差一个字母。如果不认真识别，很容易上当受骗。因而在登录网站时要谨慎，切莫上了仿冒网站的当。

另据 BCP 信用投诉中心的通报，反映杭州一市民在一个所谓“送花联盟”的网站上订购鲜花，地址显示为澳门的某条街道的一座大厦，承诺消费者的送货日期为 2004 年 12 月 25 日。但今年 1 月 7 日仍未送货，而且消费者向其信箱发送的邮件也无人理睬。当日，消费者向澳门消费者委员会投诉，经过澳门消费者委员会实地调查，该网站明示的地址并不存在，所谓的大厦也子虚乌有，更无所谓的“送花联盟”，以致消费者上当受骗。

3、交易标的：尽量不买高额大件商品，这样可避免大的损失。网上购买切莫贪便宜，对那些价格和价值完全背离的商品要谨慎，容易有问题的商品比如二手手机类商品谨慎购买。在购买商品时，要仔细阅读卖家的商品描述以了解物品的基本情况，询问是否支持退货、换货，并保存当时的交易内容、网页等证据，以便日后有据可依。

4、交易方式：建议采用安全的交易方式，如邮局汇款或第三方监督。高额

交易可通过值得信赖的第三方控制付款流程，来保护买卖双方的利益。其方式是：确定交易后，买家汇款给第三方并由第三方保管该款项，卖家发货给买家，买家在规定的时间内对物品进行验收，作出认可或拒绝。如果买家认可了物品，第三方则将汇款给卖家。

**交付方式：**尽量选择货到付款或当面交易的方式，这种先验货后付款的交易方式能最大限度地保障你的利益。如果是异地交易需要先付款后发货的话，一般会有邮局汇款和银行汇款等方式。邮局汇款因为是汇到对方的固定地址，相对比较安全。无论是何种方式的汇款和划帐，应确认收款人的姓名是否与原交易方为同一人。如果卖家提供的是他人的帐户，切不可汇款，除非有卖家的确认依据。否则一旦卖家否认，将极为被动。

**5、证据保全：**在网上保存交易记录是自我保护的一种有效方法。在交易前可以向对方提问，把物品的各种情况问清楚，询问对方是否可以退货或换货，要求对方作出文字性的回复，如邮件或者 QQ 在线答复，这样可以保留答复内容。如果在和卖家的交流过程中，卖家就商品和服务做出过某种承诺的话，应保留当时的网页或其他交流证据作为凭证。当完成交易后，应保管在交易过程中的一切凭证，如汇款单据等，并要求卖家开具购货凭证，提供维修保障，同时保留与卖家的往来邮件，以备不时之需。核实对方身份和电话、通信地址，多通过邮件联系，保留网上交易和往来记录，将为自己日后可能进行的维权行动提供有效的法律保障。

**6、交易原则：“谨慎”的原则和“保密原则”。**

在汇款和交易之前，谨慎是必要的，不能为了贪小便宜而失大利；对自己的银行帐号、密码等注意保密。保持警惕是最好的防范措施。做好交易记录，对异常动态保持高度警惕，如发现有任何可疑的活动应立即采取措施如更改密码、向有关管理人员举报。密码应避免与个人资料有关系，不要选用诸如身份证号码、出生日期、电话号码等作为密码。建议选用字母、数字混合的方式，以提高密码破解难度。密码应妥善保管，并经常更改。避免使用公共场所的电脑、避免共享个人笔记本电脑中的数据、及时升级杀毒软件将大大减少泄密的机率。

**识别欺诈：**不要轻信任何通过电子邮件、电话和短信等方式索要帐户和密码的行为。因为一般情况下，服务方是不会索要你的帐户和密码的。“紧急”状况、“帐户状态威胁”往往是欺骗性电子邮件的一个明显特征。这些欺骗性电子邮件声称其正在更新文件或帐户，或声称你的帐户处于危险之中，如果你不立即更新，将会无法进行买卖，或要求你通过点击链接或填写电子邮件中的表格输入用户名、密码或银行帐号等用户信息。

通过上述可信的交易对象、安全的交易平台、适当的交易标的、恰当的交易方式的谨慎选择，注意保密和证据保全，我们相信是可以大大减轻网上交易的风险，让你享受网上交易所带来的方便快捷和乐趣的。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/82/40033.html>

## 风险雷达舆情监测系统有什么优势？

本系统主要有以下三方面的优势：**1.监测范围广泛。**覆盖全球**95%**的中文社区，每天抓取总量**2000**万次；包括新闻门户类网站**3000**家，中文论坛模块**3000**万家，个人博客数量**1.1**亿。

**2.全网溯源与追踪能力。**溯源追踪：能自动计算分析文章语料与内容大意，并从全网范围追溯其转载文章，最终发掘其源发帖源发地，分析其传播途径与传播范围；人物追踪：能对可疑作者进行自动监测追踪，挖掘其发布的文章并分析其善于使用的词语(判断是否为敏感词)；**ID 追踪**：可根据某一网民**ID**，快速挖掘出该**ID**在全网内注册站点及所发表的文章；

**3.海量信息采集和处理能力。**处理速度：拥有上千台服务器组成的云计算处理平台，海量数据分析处理速度达到分钟级；**数据规模**：拥有**P**级存储空间，保存了从**06**年至今的**90%**以上互联网社区信息（包括这些信息的正文快照），并每日以**2000**万以上的增量不断增加；**覆盖全面**：每**5**分钟扫描一遍整个互联网，自动收录新网站，社区覆盖率达**95%**以上。

## 【信用联盟】

本期评价应用联盟共计 6773 成员，新增 24 个。联盟成员：河北瀛都复合材料有限公司、浙江锦程耐火材料有限公司、湖南湘钢宜兴耐火材料有限公司、淄博八陡耐火材料有限公司、瑞泰科技股份有限公司、濮阳濮耐高温材料股份有限公司、青岛正望钢水控制股份有限公司、山西高科耐火材料股份有限公司、江苏恒耐炉料集团有限公司、江苏晶辉高温材料有限公司、北京瑞莱特科技有限责任公司、广州米诚信息科技有限公司、秦皇岛永诚国际旅行社有限公司、秦皇岛北方宏都生猪网络交易有限公司、团茶网、哈尔滨国水五大连池饮品销售有限公司、泉州市鲤城区微购电子商务有限公司、成都市武侯区宏源家私厂、河间市华瑞密封材料有限公司、中国直销人才网、北京德诺和科技有限公司、好孩子服装有限公司等。

**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](mailto: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](http://www.12312.gov.cn)      [www.bcpcn.com](http://www.bcpcn.com)