



商务信用（BCP）简报

2012 年 8 月 27 日至 9 月 9 日

2012 年第 18 期总第 58 期

【信用政策】

- 2012 年全国“诚信兴商宣传月”活动正式启动2
- 商务部：网购法规要尽早出台3

【工作动态】

- 2012 中国行业信用评价推广与应用研讨会即将召开5
- “国富泰信用”着力强化商务信用建设6
- BCP 监管维护行业健康发展 促信用体系建设7
- 中国对外承包工程商会启动 2012 年行业信用等级评价工作8
- 中国轮胎翻修与循环利用协会 2012 年第二批企业信用等级评价结果公示 ..9
- 本期发布公告警示 20 条“库巴购物网”手机促销被集中投诉10
- BCP 网站统计汇总 平台本期国内最好排名是 181519
- 本期 24 家企业（网站）集中报名参与评价认证工作20

【各方声音】

- 团购网站何去何从21
- 网购引入信用认证机制势在必行23

【信用百科】

- BCP 信用投诉中心发布网购防骗技巧手册24
- 风险雷达舆情监测系统与搜索引擎区别25

【信用联盟】

【信用政策】

2012 年全国“诚信兴商宣传月”活动正式启动

9月3日，商务部、中宣部、发展改革委、工业和信息化部、卫生部、海关总署、税务总局、工商总局、质检总局、广电总局、国家旅游局、食品药品监督管理局、国家外汇局以及中国国际贸易促进委员会、中国企业联合会、中国消费者协会等16个部门和单位在北京召开新闻发布会，宣布2012年全国“诚信兴商宣传月”活动正式启动。宣传月活动的主题是“倡导诚信兴商，共建和谐社会”。相关部门和单位将围绕这个主题在全国范围内集中开展形式多样、内容丰富的宣传活动。

此次活动，除继续举办“中国信用企业网络展”之外，还将在相关单位官方网站开辟“诚信兴商”新闻和视频专栏，开展诚信教育系列活动；以中国市场秩序网（中国反商业欺诈网）为平台举办以“诚信天下、信用中国”为主题的“中国微电影大典”，开展优秀作品征集评选活动；以百度网站为平台举办“诚信壹百度”系列活动，开展诚信宣传教育，树立信用企业的品牌形象。

自2006年起，“诚信兴商宣传月”活动已连续开展7届。7年来，各地区、各部门积极配合、精心组织，举办了丰富多彩的宣传活动，引起了社会的广泛关注，取得了良好效果。今年，商务部将会同相关主办部门和单位精心办好有关活动，进一步加强诚信宣传教育，深入推进社会信用体系建设。

发布会上，商务部介绍了2012年宣传月的主要活动安排，发布了当前商务诚信建设的重点工作信息；海关总署介绍了改进进出口贸易监管和服务的工作举措；质检总局介绍了质检系统宣传月的工作安排；食品药品监督管理局介绍了餐饮业食品安全诚信体系建设情况。

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。

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，并与国内知名金融机构合作，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/2/40935.html>

商务部：网购法规要尽早出台

针对近期发生的淘宝“新规”事件，14日，商务部新闻发言人沈丹阳表示，应该加快网络零售法律管理体系建设，尽早出台《网络零售管理条例》。此前，马云已经就该事件表态，将新规的执行延后9个月。这也就意味着，淘宝商城和中小商户之间的纠纷暂时归于平静。业内人士认为，淘宝事件的发生，将会促进电商行业监管和立法。

电子商务引发纠纷不断

自我国电子商务火速发展以来，网络购物的纠纷时有发生。在去年消费者申诉举报的10大热点问题中，互联网服务是投诉热点。在网上搜索“网上购物纠纷”时，竟会出现497万多条信息。

某团购网推出“仅售78元的原价888元个人写真套餐”。消费者在网上获取验证码后，多次与该套餐的店家联系预约拍摄时间，却总是被告知预约期满，最后该店工作人员建议消费者与团购网联系退款，但是该团购网却迟迟不肯退款，客服每次都是以退款问题是由财务部处理为由不肯告诉确切的退款日期。还有些大网站也会推出一些价格十分低廉的特价商品，在吸引了极高人气之后，宣布定价错误等等。还有这次，淘宝商城因入门门槛骤增10倍，引发了中小商户的恐慌和消费者对于“网购不再便宜”的担忧。

种种情形，其根本原因都反映出我国目前网络管理的法律基础薄弱，而监管部门首要的任务就是出台相关法规，明确网络零售市场各方的责权关系。

《条例》要平衡商家和网民利益

针对淘宝“新规”事件，商务部新闻发言人沈丹阳在昨天举行的例行新闻发布会上表示，在有关方面的共同努力下，淘宝商城事件已经得到比较好的处置。淘宝召开了新闻发布会，公布了具体的解决措施，事情正朝着理性、积极的方向发展。这次事件发生的根本原因是目前我国网络管理的法律基础薄弱，网络零售领域法律缺失、监管体系不完善。因此，应加快网络零售法律管理体系建设，形成第三方电子商务交易平台市场准入退出制度，完善市场规则，明确网络零售市场各参与主体的权利、责任、义务关系，进一步明确有关部门的管理职责，促进网络零售市场的健康持续发展。

下一步，商务部希望有关方面除了做好淘宝商城的善后工作外，还要加强对第三方交易平台的业务指导和服务。我们认为，出台影响网络零售商、消费者权益等有关的经营措施，应充分听取相关利益者的意见，要平等协商，保持相关措施的连续性、稳定性和可预见性。

“淘宝事件”或将为《条例》增肥

其实，《网络零售管理条例》之前已经起草并征求业内意见。中国政法大学知识产权研究所兼职研究员赵福军表示，淘宝事件将加速该条例出台，而且事件反映的行业自治规则制定、修改机制问题很可能会新增进去，进行规范。

“淘宝事件对于电商行业监管、立法影响深远。反淘宝联盟一些监管方面的诉求操作性比较差，我认为兼顾各方面利益、更具操作性的两点：要求电商平台

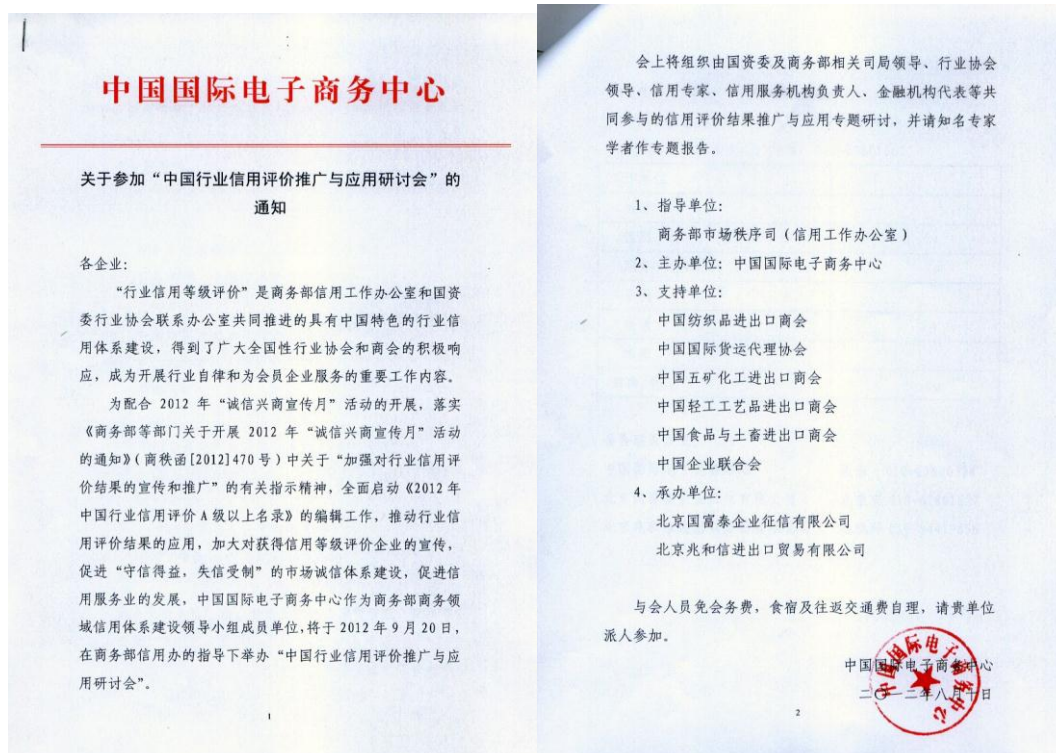
制定、修改规则时公开征求意见，向工商、商务部门或行业协会报备。另外价格方面，虽不改变价格法规定的市场调节价的方式，但涨价超过一定幅度要专门备案，实行间接监管。”赵福军表示。据了解，在条例出台之前根据《合同法》、《消费者权益保护法》中的相关规定，可以对电子商务活动中的一些违规行为进行处理。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/5340378.html>

【工作动态】

2012 中国行业信用评价推广与应用研讨会即将召开

中国国际电子商务中心（以下简称“中心”）作为商务部直属事业单位及商务领域信用体系建设领导小组成员单位，致力于完善我国商务信用体系建设，已先后与我国 60 多个国家一级商协会合作，完成了工业、外贸、物流等各类型行业信用评价体系，积累了丰富的信用评价经验。为大力推广行业信用等级评价结果的权威性和影响力，中心将于 2012 年 9 月 20 日在北京经济技术开发区锦江富园酒店举办“中国行业信用评价推广与应用研讨会”。



此次研讨会旨在配合 2012 年“诚信兴商宣传月”活动的开展，落实《商务部等部门关于开展 2012 年“诚信兴商宣传月”活动的通知》（商秩函[2012]470 号）中关于“加强对行业信用评价结果的宣传和推广”的有关指示精神，全面启动《2012 年中国行业信用评价 A 级以上名录》的编辑工作，推动行业信用等级评价结果的应用，加大对获得信用等级评价企业的宣传，促进“守信得益，失信受制”的市场诚信体系建设。

会上，国资委及商务部领导、行业协会领导、信用专家、信用服务机构负责人、金融机构代表及各媒体等，将就我国行业信用体系建设中的评价结果应用现状、问题和建议进行研讨，并请知名专家学者就信用管理与风险控制作专题报告。

本次会议由北京国富泰企业征信有限公司承办。

相关链接：<http://www.bcpcn.com/articles/2/41179.html>

“国富泰信用”着力强化商务信用建设

诚信建设是商业道德建设的重要内容。近年来，国富泰企业征信有限公司以加强诚信建设为主线，根据商务部各项政策指导，在开展信用认证、信用评级、行业信用等级评价、区域商务信用等方面积极推进信用体系建设、开展宣传教育和社会监督等方面做了大量工作，促进了全行业道德水平的不断提高。

一是推动“诚信兴商”活动。积极投身到“百城万店无假货”等多种诚信建设活动，打造和谐商务经济，在此基础上，与各地区有关部门共同组织开展“诚信兴商”示范市场及示范企业等创建工作。通过综合性的“诚信兴商”创建活动，协调调动了各方面诚信建设的积极性，形成了共铸诚信的强大合力，并加强了对失信行为的综合治理。

二是开展信用评级、认证等指标建设。企业作为市场的主体，其信用状况直接影响着整个社会的信用环境。对此，国富泰为客户提供信用认证、信用评级、行业信用等级评价、企业征信、信用信息服务、地方信用体系建设、行业信用体系建设、信用管理咨询与培训等系列服务包括。目前，我们正在全力推动各行业协会制定行规行约，建立行业评议、失信惩戒和信用风险管理制度，努力为企业提供信用信息服务。

三是探索建立反商业贿赂长效机制。积极规范各种交易行为，坚决纠正经营活动中违反商业道德和市场规则、影响公平竞争的不正当交易行为，做到早发现、早定性、早打击；不断总结反商业贿赂的有效做法和经验，完善各项信用制度，积极研究分析各类商业贿赂的特点和规律，探索建立反商业贿赂的长效机制，综合运用教育、经济、法律和行政等多种手段进行治理，扎实有序推进反商业贿赂工作。

四是开展诚信宣传教育。积极参与到每年的“诚信兴商宣传月”活动中，利用各种媒体宣传倡导公平竞争、守法经营、诚实守信、敬业奉献的社会主义商务文化，宣传诚信典型人物和事迹，宣传市场监管法律法规，在全行业营造“知信用、守信用、用信用”的良好氛围，同时表彰“诚信兴商”示范市场和示范企业，以与人民群众切身利益密切相关、社会危害极大的食品安全等领域为重点，揭露违法违规行为，曝光典型案例，把“诚信兴商宣传月”打造成诚信宣传教育的重要平台。

国富泰作为商务部商务领域信用体系建设领导小组成员单位，将始终立足于中国商务信用服务领域，致力于商务信用体系建设，整合信用数据库及信用平台，优化信用专业服务，为全行业企业提供集信用评价、信用认证、征信及信用预警于一体的综合性、专业信用服务。目前，国富泰信用品牌已经得到市场的认可。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/47/40229.html>

BCP 监管维护行业健康发展 促信用体系建设

随着互联网进程的不断加快，电子商务领域越发显现出它的强盛姿态，其中以 B2B、B2C 为核心的网购模式开始逐渐影响了现代人的消费观。然后，在网购市场不断发展前进的过程中，信用问题再一次成为绊脚石，成为制约网购乃至电子商务发展的一大瓶颈，专家、业界人士及消费者纷纷呼吁树立行业信用标准，引入第三方监管督促信用体系建设。

为了更好地规范行业经营秩序，在商务部指导下，BCP 中国商务信用平台（www.bcpcn.com）作为专业的国家级第三方单位担负起了推动中国商务领域企业信用体系建设的主要工作。据 BCP 信用中心负责人介绍，目前信用中心的工作集中在信用认证、信用评级、行业信用等级评价、信用投诉和建立信用数据库 5 个方面。

记者了解到，BCP 信用中心出台了电子商务认证规则，同时开展了电子商务的试点工作。截至今年的 8 月，共接受了近千家的网站报名申请，并对其中 74 家网站信用认证进行评估，包括腾讯 QQ、拉手网等电商领域的大型企业。凡是申请认证单位，BCP 均会对其根据《电子商务信用认证规则》对其进行认证资格审批，通过后，将会公示公布，为广大消费者提供参考。此外，BCP 针对电子商务的特点创造了动态监管模式，能够根据网站在经营过程当中的行为，时时调整其信用等级，进行有效的监督。

投诉无门、维权难一直困扰着中国消费者，也正是在这样的情况下，中国消费者的维权意识越来越淡薄，间接助长了商业欺骗行为的嚣张气焰。行业人士认为，在逐步提升消费者维权意识的同时，要切实提升维权机构的执行能力，做到真正有所作为。

对此，BCP 建立了电子商务信用投诉中心，实行免费投诉、实名投诉与每诉必答机制，从今年上半年 BCP 受理的团购投诉来看，未认证网站投诉纠纷同比上涨 75%，BCP 认证网站投诉量呈下降趋势，由日均 7 起降为日均 2 起，且投诉处理率接近 100%，未认证网站投诉处理率不足 40%。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。

BCP 信用投诉中心负责人表示，BCP 是商务部、国资委开展行业信用等级评价工作的执行单位，已先后与 60 多个国家一级商协会合作为近万家企业提供了第三方信用评级服务。并积极推广企业信用评级结果的权威性和影响力，与建设银行等金融机构合作，申请为评级企业开通融资、招投标等绿色通道，并先后携评级企业参加具有针对性的贸易对接会等活动，为秉持信用经营理念的企业提供了广泛展示品牌的机会与平台，直接或间接促成其贸易额数十亿元人民币。

此外，在建立信用数据库方面，BCP 信用中心的数据库覆盖了我国境内注册的 90% 以上的商贸流通企业与电子商务网站，企业总数已超过 1000 万家。数据库对企业经营实体进行有效捆绑，企业、消费者随时随地可以进行有效的查询，有效的跟踪。

快速发展的网购市场迫切需要加以规范和引导。一个完善的信用监管体系的

建立，不仅关乎到网购这一新兴的电子商务模式未来的发展方向，更关系到广大消费者的权益能否得到切实有效的保护，我们期待着一个良好有序的网购信用市场尽快建立。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/2/40809.html>

中国对外承包工程商会启动 2012 年行业信用等级评价工作

提升对外承包工程与劳务合作企业信用管理水平和抗风险能力，促进信用企业获得更多商机，推动行业持续、和谐、健康发展。按照商务部下发的《关于行业信用等级评价工作有关事项的通知》（商秩字[2009]7 号）精神，中国对外承包工程商会于 2012 年 9 月发布通知，启动 2012 年对外承包工程与劳务合作企业信用等级评价工作。

通知要求，外承包工程与劳务合作商会会员企业，依法登记注册的企业法人，凡成立满两个会计年度、近两年均有主营业务收入、处于持续经营状态的农产品企业均可申报参加信用等级评价工作。为了体现公开、公平、公正的原则，中国对外承包工程商会将继续委托第三方信用等级评价机构——北京国富泰企业征信有限公司，依据企业信息资料开展征信调查并进行系统分析、综合判断，撰写企业信用等级评审报告。

中国对外承包工程商会将会在中国市场秩序网（www.12312.gov.cn）、承包商会网站（www.chinca.org）、中国商务信用平台（www.bcpcn.com）及其它网站和刊物对评级结果进行公示，向社会征询意见，颁发由商务部和国资委统一设计样式，统一编号的行业企业信用等级证书和标牌；评级结果将刊登在由商务部和国资委主办的《中国行业信用等级评价 A 级以上企业名录》及光盘上；作为促进行业自律机制建设和提升企业管理水平的有效手段，承包商会把信用等级评价工作列入下一阶段的重点工作，将扩大评价结果在商会业务协调和项目推荐工作中的应用，加强向国内外政府、金融机构等部门推介信用企业的工作。

相关链接：<http://www.bcpcn.com/articles/2/40977.html>

中国轮胎翻修与循环利用协会 2012 年第二批企业信用等级评价结果公示

根据商务部和国资委下发的《关于行业信用评级有关事项的通知》（商秩字[2009]7 号）和《关于加强行业信用评级试点 ze 理 ze 作的通知（整规办发[2007]3 号）精神，中国轮胎翻修与循环利用协会于 2012 年 2 月至 2012 年 8 月开展了中国轮胎翻新与循环利用行业企业信用等级评价工作。

在企业自愿申报的基础上，中国轮胎翻修与循环利用协会本着“公开、公正、公平、科学”的原则，严格按照信用等级评价程序，依据《中国轮胎翻新与循环利用行业信用评级指标体系》进行了认真、客观的评估。经第三方信用服务机构——北京国富泰企业征信有限公司进行综合评价初评并提出评价结果的建议，最终由中国轮胎翻新与循环利用行业信评委确定，现将授信企业名单（见附件）在中国反商业欺诈网（中国市场秩序网）（www.12312.gov.cn）、中国轮胎翻修与循环利用协会（www.ctra.org.cn）、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 10 天（2012 年 8 月 30 日-9 月 8 日）。公示期内，对参评企业的信用等级评价结果（见附表）有何意见及建议，请与中国轮胎翻修与循环利用协会秘书处联系。

2012 年第二批中国轮胎翻新与循环利用行业企业信用等级评价结果公示名单

序号	企业名称	等级
1	大连和鹏橡胶机械有限公司	AAA
2	沈阳明泰轮胎翻新有限公司	AAA
3	宁国大通工贸有限公司	AAA

相关链接：<http://www.bcpcn.com/articles/2/41054.html>

【电商公告和预警】本期发布公告警示 20 条 “库巴购物网”手机促销被集中投诉

自 2012 年 8 月 25 日至 2012 年 9 月 7 日，中国商务信用平台（BCP）共发布消费警示 20 条；

【预警】“库巴购物网”手机促销被 30 人集中投诉

自 8 月 28 日 12 时起，BCP 信用投诉中心(ts.bcp.cn)连续收到 30 人(截止发文时)对“库巴购物网(www.coo8.com)”360 特供机夏新大 V 促销活动的投诉记录，投诉者反映情况主要集中在三个方面：一、延时未发货：成功下单后，订单一直处于正在发货状态(付款成功但并未配货)，经过数天无任何变化与反馈；二、客服未解答：与库巴网客服联系，不仅没有作出问题解释，反而要求取消订单，在协商无果的情况下，库巴客服单方面挂断电话；三、解决办法不能接受：投诉者对库巴购物网给与的解决措施不能接受，投诉者反映库巴购物网目前给与的解决措施为：由消费者取消订单，库巴会在 3-5 个工作日内将购物款退还到消费者的付款账户中，并补偿库巴购物网 50 元积分。对此，消费者不能接受。投诉者普遍诉求是：不接受网站退款，要求其按照承诺按时发货，对于延误发货的消费者给与相应补偿。

针对消费者集中投诉“库巴购物网”360 特供机夏新大 V 促销活动这一事件，BCP 信用投诉中心及时作出反馈，并第一时间展开相关工作：

一、核实相关投诉信息

BCP 信用投诉中心工作人员核查了投诉人情况：30 条投诉信息均为实名投诉，并留有详细信息，投诉内容均填写完整、清晰，诉求明确；

根据投诉者反映情况，BCP 信用投诉中心工作人员于 8 月 28 日当天联系库巴购物网客服人员核实情况，但客服以会有具体相关人员与 BCP 信用投诉中心工作人员联系为由没有做出任何解释。在 29 日，再次联系客服人员，根据反馈核实投诉者投诉情况完全属实，对于本次活动的解决办法客服人员也给出两种方案：第一、消费者如果可以等待发货，库巴将继续保留订单，并预计在九月中下旬进行发货安排；第二、如果消费者不愿等待发货，可以取消订单，对此库巴将会返还现金并给与 50 元现金券以作补偿。BCP 信用投诉中心了解到，目前库巴购物网已经针对该活动作出相应的解决预案，并已经主动联系消费者进行协商，帮助消费者解决问题。

二、发布预警，提醒消费者谨慎参与

鉴于以上情况，BCP 信用投诉中心经过双方核实，本着公开透明原则，发布此次信用预警。“库巴购物网”360 特供机夏新大 V 促销活动已被 30 人集中投诉，对此库巴网已针对该情况作出相应解决办法，帮助消费者解决问题。请参与此次活动的消费者尽快联系“库巴购物网”再做双方面的沟通，根据双方能够接受的程度具体协调。

三、跟进事态进展 协助消费者维权

BCP 信用投诉中心将继续跟进“库巴购物网”360 特供机夏新大 V 促销活动

投诉事件，鉴于双方在事件善后上有分歧，BCP 信用投诉中心将参与调解，如双方不能达成和解，将联合 BCP 信用投诉联盟成员单位共同协助网友维护自己合法权益；如有进展将第一时间发布在中国商务信用平台，请广大网民持续关注。

BCP 信用投诉中心，再次提醒消费者：根据法律法规合理解决消费维权问题。安全放心购物请选择经过 BCP 电子商务信用认证的网站（详情见 <http://gftai.bcpcn.com/renzheng/index.html>），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。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/6/40306.html>

【警示】网购用户信息频遭泄露 专家支招防止被骗

近年来，网购蔚然成风。网购时，消费者免不了要“奉”上自己的个人信息，而正是这些在网购时必须填的个人信息，让越来越多的网购用户遭遇到许多意想不到的陷阱。

诈骗花样多种多样

近来，一些读者纷纷致电本报，诉说网购消费后，因为个人信息泄露而碰到的种种烦恼。

网名为“罐头猪仔”的陈先生就是其中一位。他告诉记者，1个月前，他在网上一家茶叶店买过茶，没想到3天后就接到一个电话，声称是之前那家茶叶公司的工作人员，并热情地进行茶叶推销，并承诺说有更多的优惠。陈先生信以为真就买了，结果寄过来的产品是以次充好的冒牌货，并不是所购过的那家茶叶店的产品。在看到这些冒牌货后，陈先生非常气愤地打电话进行咨询，没想到那部电话已成了空号。

热衷网购的市民李先生则“幸运”地捡到了天上掉下来的“馅饼”，只不过这“馅饼”的味道并不好。半个月前，李先生莫名其妙地收到一个快递公司送来的包裹，上面赫然写着自己的姓名、联系电话、地址。虽然李先生当时并未网购物品，但出于好奇，李先生打开包裹，发现里面却是一本自己看不懂的工具书。当他要求拒收时，快递公司的工作人员却表示，此包裹为货到付款商品，李先生既然打开了就得付款，不得已李先生只好付款。

信息泄露难究其源

那么，消费者的个人信息是如何被泄露的呢？

面对“罐头猪仔”的兴师问罪，上述那家茶叶公司的相关负责人先是一愣，随后就开始大呼冤枉：“这已经发生不止一次了，实在太让人气愤了，无奈的是，我们也抓不出那个窃贼。”据这位负责人介绍，他们通过调查，将信息泄露的几个渠道进行了梳理：一是自身的营销团队中有内鬼，导致客户信息泄露，落入竞争对手或者有心人士的手中；二是物流方面，物流掌握了较详细的客户信息，而物流员工流动性大，如法律意识不强或其他原因，也可能导致客户信息泄露；三是第三方破密软件，也有可能窃取到自己的客户信息。“虽然从这几条渠道进行了调查，但无奈的是，像陈先生的这种情况还是不时会出现。”这位负责人说道。

就此，市消委会一位工作人员表示，关于是谁泄露了消费者的信息，许多消费者都有很多猜测，也具有较强的依据性，但是没有经过严格的举证和查究，实在难以对信息泄露的途径下定论。

专家支招防止被骗

面对五花八门的诈骗方式，许多消费者感觉像雾里看花，难分真假且防不胜防，稍不留神就“成功”被骗。因此，业内人士建议，既然很难找出信息泄露的途径，那就提高自身的防范意识。

在某软件公司上班的刘先生，则给出了自己的一些心得。刘先生介绍说，网购消费者可使用 Internet Explorer 8 InPrivate 隐私浏览模式，在首页右上角设置相关安全选项即可。这样一来，网购消费者的用户名、密码、历史记录、临时文件等，通通都会被消除。当然，这只是针对于网络方面的，如果泄露信息的根源是出自物流或者网店的内部人员，就没有办法了。

而市消委会则提醒，要防止信息泄露引起的诈骗，就要谨记天上不会掉馅饼，如果有送上门的“好事”，消费者应该提醒自己可能存在猫腻，不要因为摆在眼前的“利益”而喜上心头，轻易相信从而落入陷阱。此外，在收到莫名其妙的邮件包裹时，则应该坚持先验后签原则，如果不是自己购买的产品，则应据理力争。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/10/40428.html>

【警示】监管存真空 网上购药乱象丛生

日前，来自上海市嘉定区法院研究室消息称，某网物网站金冠卖家在未取得《药品经营许可证》的情况下，通过不正当渠道采购乐敦、参天、狮王等知名品牌的眼药水等药品在网上销售，被上海嘉定区法院以非法经营罪判处有期徒刑 3 年，并处罚金 10 万元。

昨日，商报记者以“乐敦”为关键词在网上搜索，结果多达 4 千余个。中投顾问医药行业研究员郭凡礼在介绍商报记者采访时表示，目前网络销售药品鱼龙混杂，法规监管形同虚设，亟需完善。

行业：网上售药乱象丛生

昨日，商报记者以“乐敦、眼药水、日本”为关键词在淘宝网上搜索，结果多达 3 千余条，且很多卖家打出“日本原装正品”的字眼，这些眼药水价格从数十元到百余元不等。

仔细比较，这些上百元的眼药水绝大部分都打着国外代购的旗号，而国产眼药水的售价鲜有超过 20 元。

某大型购物网站卖家“永新商城”负责人告诉商报记者，产品如果出现了任何质量问题，都由日本公司负责，至于进货渠道是哪家日本公司，他称不方便透露。另一个卖家“强调蚁族”的客服人员介绍，所销售的眼药水有保健类的，也有药品类的。

商报记者还咨询了多个卖家是否有线下实体店，对方均不予作答。

新桥医院朱波教授在接受商报记者采访时表示，他就接到过多起服用网购假

药而到医院就诊的案例。

重庆立万律师事务所陈金柱律师介绍，每个月都会有几起消费者咨询假药等网上购物维权，寻求法律援助的案例。“但由于金额小、数量少、管辖权等因素，只停留在咨询，没有上升到起诉阶段。”

中投顾问医药行业研究员郭凡礼告诉商报记者，从整个行业来看，网上销售的药品主要是成人用品，医疗器械和保健用品。其中，误导性的夸大宣传、无证卖药以及销售假药是主要问题。

原因：网上药店监管真空

中投顾问医药行业研究员郭凡礼告诉商报记者，网上药店现在的销售额一年一亿左右，在整个药品销售额中占比不到 1%。相比国外，目前国内的药品网络销售还处于初级发展阶段，监管目前比较缺位。

“可以说现在网上药店是既没有法规，也没能执行。目前只有两个准入证书规范网上药店，其他相应的具体法规和处罚措施都没有健全。”郭凡礼说。特别是药品代购方面更是一片空白。在法律上，比如“代购”一词，也很难被定义。

惠好药尚网负责人在采访中向商报记者坦言，由于监管困难，部分人可以通过电商平台开店自己搭建一个网站卖药。

“我们目前也代购药品，但主要针对国内药品，没有涉及进口药品。”惠好药尚网负责人告诉商报记者，药品的进口许可等的审批比较麻烦的，而且国外的药品如何保证其安全性也一直是一个比较有争议的话题，现在大多网上药店都不涉及此业务，个人代购更不在允许范围内。

真相：网上药家均有实体店

商报记者查询到，根据国家食药监局 2005 年公布的《互联网药品交易服务审批暂行规定》中明确表示，必须是自主经营的连锁药店才可申请《互联网药品交易服务机构资格证书》和《互联网药品信息服务资格证书》，取得网上经营资格。且应该在网站的显著位置标示出《互联网药品交易服务机构资格证书》的编号。

也就是说，合法的网上药店必须满足两个条件：线下实体店和上述两个证书。

记者以“药店”为关键词在网上搜到相关网站以及综合网站上的个人店铺上千家，大多页面上并没有《互联网药品交易服务机构资格证书》和《互联网药品信息服务资格证书》信息，也就是意味着大多数网上药店都是无证经营的黑药店。

阿里巴巴团体公关部西南地区郭玲表示，淘宝只提供平台，不涉及销售。针对淘宝卖家会实时动态监控，但淘宝上有上亿个产品，消费性如发现违规产品，可以点击商品旁的举报，淘宝将很快进行处理。

消费提醒：网上购药认准“两证”

市食药监局稽查总队相关负责人表示，药品作为特殊商品，建议消费者尽量到正规的医疗机构去购买。如要网上购买，就要选择具有《互联网药品交易服务机构资格证书》和《互联网药品信息服务资格证书》的正规网站。该负责人提醒消费者，如不能判断证书真伪，可以到国家药监局网站上查询合格网站目录。此

外，国外的药品进入中国市场销售必须在国家药监局取得进口相应的药品批准文号。

同时，重庆立万律师事务所陈金柱律师也建议，如消费者购买到假药，有理由根据《消费者权益保护法》和《合同法》要求商家进行退货和进行损失补偿。同时还应及时向药监局相关部门进行举报。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/10/40409.html>

【警示】常见网购陷阱有哪些 教您见招拆招

网购不能儿戏，多个心眼才能真正淘您喜欢淘您所爱，淘宝淘出心理阴影就破坏原本美好心情了。网购，毋庸置疑，已成为如今的一种潮流，一种时尚的生活方式。不过，任何事一旦沉迷并且不够理智都没有好结果，网购也不例外。当发现拿到手中的货物不满意，又碰巧遇上个不讲道理的卖家等等，渐渐碰了些钉子后，当现实与梦想产生落差时顿觉很沮丧了。所以网购达人都感慨说“现实世界并不完美，正因如此，它才如此美丽”。网上购物如此便捷，但因为它的不够完美，选择返利网站有技巧所以需要不断学习，也需要我们不断总结并掌握出自己的一套行之有效的网购经验技巧。

网购一般可划分为三个阶段：

1：前期，怀疑阶段

一般人对于网购，首先是怀疑阶段，网上购物是否安全？网上购物又是否便捷？会遇上骗子吗？淘宝商城也有假货吗？

2：中期，懵懂阶段

接着是懵懂阶段，在这个阶段，之前那些问题其实并未全部解决，只不过不再想那么多了，受一些网购朋友的指教及诱惑，只想着一头扎进网上购物世界尽情遨游。如何付费，如何退换商品等等都知道了基本方法也在自己摸索精进中，一点一点学会，虚心学习，逐渐提高自己的“等级”，哪天了也想着自己也能够被别人唤作是“网购达人”。

3：后期，沉迷阶段

最后就是沉迷阶段，对购物乐在其中，把“淘宝网购物只有想不到，没有买不到”挂在嘴边，觉得世上万物只要想得到，就能在淘宝网上找得到。

加上网购的最大优点：实惠的价格和“懒人最爱”的送货上门方式。这两点尤其适合不会讲价或者厌烦讨价还价的人，以及逛街怕累的人。一旦进入沉迷阶段，就恨不得衣食住行生活所需都在网络上解决，每天就等着快递按门铃，捎来大大的包裹，打开，便是需要的一切和满心的欢喜。

网购流行当心风险更必须：

网购安全问题与网购的出现、发展如影相随。人们一方面享受着网上购物带来的方便快捷，另一方面也备受网购安全问题的困扰和侵害。商城与快递公司备战繁忙，看看日益兴盛的快递行业，整天穿梭于写字楼之间的快递员就可略见一斑。在 21 世纪的今天，网购毕竟是一种发展趋势，不过它肯定不是一种纯粹的

游戏，如果抱着游戏的态度沉迷其中，注定有物极必反的一天。

“我最近也喜欢上了在网上购物，但自己网购经验还缺乏也不了解其中的技巧，常常买了回来后不是很满意。所以想学学这些了，特别想知道网购有些什么猫腻！”一位淘宝网购物 QQ 群里的淘友问到。

常见网购陷阱有哪些 教您见招拆招：

网购陷阱 1：夸大其词、虚假宣传

网购正品好去处如何辨别，淘我喜欢导购博客就此为您支招：1.选择历史较长的网站购物。2.选择访问量较高的网站购物。3.选择口碑好的网站购物。4.选择可货到付款的网站购物。从这些基本准则出发，淘宝网、凡客诚品、当当网等老牌网上购物网站你应该作为第一选择。

网购陷阱 2：霸王条款

淘我喜欢导购博客就此为您支招：交易前，认真阅读交易规则。另外，由于此类电子证据具有“易修改性”，所以遇到交易金额比较大，或比较重要的商品时，应将这些凭证打印保存。

网购陷阱 3：商家对网上售出的商品，不承担“三包”责任

淘我喜欢导购博客就此为您支招：注意保存有关单据。新鲜母乳可以网购，你会选择吗？不靠谱质量完全没保证的你千万不要过于自信，商家送货时，应注意核对货品是否与所订购商品一致，有无质量保证书、保修凭证等，同时索取购物发票或收据，以便在遇到所购商品与广告宣传不一致时要求退货。

网购陷阱 4：虚假折扣、虚假价格、高昂运费

淘我喜欢导购博客就此为您支招：多逛，不管网上网下，要对你所要购买的商品行情有个大概了解，到实体店看看到底多少钱，然后再确定它在网上买确实便宜，而且质量过硬，再下手。

网购陷阱 5：网购时使用信用卡的比例比较高，容易出现信用卡被盗用、财产损失的问题

淘我喜欢导购博客就此为您支招：最好使用专用的一个账户，卡内不宜存放太多现金。管好自己的个人资料，信用卡号码和身份证号码不要轻易泄露，更不要轻易地把信用卡和身份证交给他人。同时减少或杜绝在网吧等公共设备上使用，以防用户个人信息泄露。

网购陷阱 6：信用作假

淘我喜欢导购博客就此为您支招：针对这种情况，消费者在购买之前，一定要查看卖家的信用。卖家的信用是整个交易的基础，看卖家的信用，首先要看好好评。好评不是越多越好。其次好评的内容和回复好评的内容，从中可以发现卖家的性格。更为注意的是需要留心卖家对差评的解释。

写在本文后面：

相信现在还有很多人正处于沉迷和盲目下单的阶段，沉浸在网购这种“游戏”中不能自拔。淘宝网购物省心省力又省钱看看日益兴盛的快递行业，整天穿梭于写字楼之间的快递员就可略见一斑。在 21 世纪的今天，网购毕竟是一种发展趋

势，不过它肯定不是一种纯粹的游戏，如果抱着游戏的态度沉迷其中，注定有物极必反的一天。

等到哪一天，当网上购物真正成为我们生活的一种习惯，一种常规，而非一种兴趣或是游戏，回归理性和规范，它将带给我们的生活更多变化和精彩。迎接这一天的到来，你掌握了尽量多的网购经验技巧吗，是否做好准备或是努力充电中。正如淘宝网购物 QQ 群里的那我淘友后来说：“因为爱 tbw 淘宝所以坚持写博，淘我喜欢导购博客分享的网购经验技巧很详细，现在我一般在这上面选购自己看上的商品了。”也欢迎你经常光顾，敞开心扉我们一块畅所欲言网购经验技巧，交流中进步，淘宝网购物我们要满意要快乐！

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/10/40388.html>

【警示】网购十大陷阱 千万要小心

- ▲ 低价诱惑高价奖品
- ▲ 虚拟商品交易难举证
- ▲ 偷梁换柱移花接木
- ▲ 钓鱼网站愿者上钩
- ▲ 骗取定金空手套白狼
- ▲ 虚假广告夸大宣传
- ▲ 格式条款推卸责任
- ▲ “刷”高信誉感人耳目
- ▲ 拖发票、假发票、无发票
- ▲ 物流顽疾互踢皮球

网络是个虚拟的世界，和你打键盘聊天的很可能是条“狗”，所有行为都由虚拟的身份来掩盖。网络购物中，买家和卖家、买家和货品并不能直接见面，因此很容易滋生出种种陷阱。

如何才能最大限度地保障自身的利益不受到侵害？《每日经济新闻》从一些典型的网上购物投诉案例中，总结了网购的十大陷阱，提醒消费者在交易时要多留几个心眼，维护好自己的合法权利。

市场价 6000 多元的苹果机，在某家刚开张正在推广的网店里，其“新年心动体验价”竟然只要 1200 多元，这一发现让浙江台州的李先生激动不已，当即付款买下。然而，拿到手的货却有点怪怪的，耳机不配套、缺失多项功能，外表的材质也不耐磨，朋友告诉李先生，这个价格能买到的苹果机只能是高仿机，绝不可能是捡了正品的便宜，李先生只好认了。可是还没过几天，这只“苹果机”就突然罢工，怎么也打不开了，只好拿到维修点去修理。维修人员告诉李先生，该手机是翻新的二手手机，电池板部分根本没有接好。

气愤之下，李先生联系了销售该机的网店负责人，负责人却言之凿凿地表示，一千多块买苹果机简直做梦，李先生购买的时候，也没有很明确地要求过非正版不买。如果售出的手机有问题，就只能找网店来维修，而今李先生自行先将手机

拆开，网店就不再负责维修了。

提示：消费者有时候会在某些网站上惊喜地发现，许多商品的价格会以打对折甚至更低的价格销售，消费者往往还未了解清楚更多信息，便忙不迭地点击抢购。而往往正是在这些天上掉下的馅饼里隐藏着大量的猫腻，二手货、翻新机、山寨货以及残次品在其中鱼目混珠。

与非常吸引眼球的“非常低价”一样，“惊喜大奖”也常常被当作网购中的诱饵。一些商家会制作弹窗广告，提示“您中大奖了！”，以高价奖品或高额奖金引诱消费者先注册成为会员，提供个人信息，预付定金，甚至购买一部分其他产品，强行增加交易数量，才能得到所谓“大奖”。最后，这份“大奖”还是消费者自己花钱买下的。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/10/40387.html>

【最近两周投诉情况汇报】

一、投诉概况

2012年8月25日至2012年9月7日，BCP投诉中心共受理投诉162起，其中：已认证网站27起，解决率达88.15%；未认证网站135起，解决率达66.67%。

二、投诉现状分析

1、由（图1）中可以看出，2012年8月25日至2012年9月7日，已认证网站投诉达27起，与前两周，投诉呈下降趋势。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。

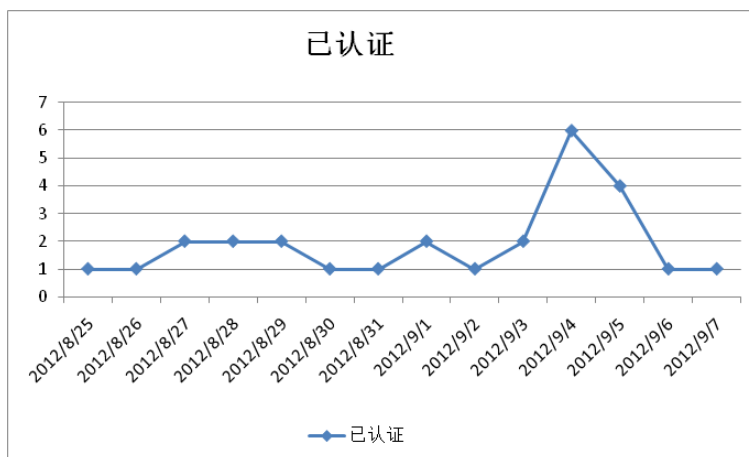


图 1

2、2012年8月25日至2012年9月7日，未认证网站投诉量达135起，与前两周相比，投诉量呈上升趋势。由于“库巴购物网”手机促销事件，使得8月28日投诉量剧增。

经BCP信用投诉中心了解到，截止8月29日，库巴购物网已经针对该活动作出相应的解决预案，并已经主动联系消费者进行协商，帮助消费者解决问题。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“国美电器”、“酒仙网”、

“趣玩网”等网站积极配合平台处理消费者投诉。

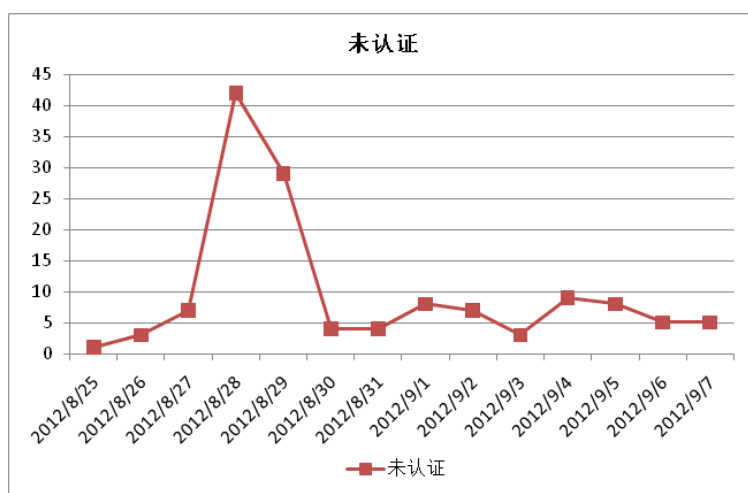


图 2

三、近期典型投诉案例

8月28日起，BCP信用投诉中心连续收到30人对“库巴购物网(www.coo8.com)”360特供机夏新大V促销活动的投诉记录，投诉者反映情况主要集中在三个方面：一、延时未发货：成功下单后，订单一直处于正在发货状态(付款成功但并未配货)，经过数天无任何变化与反馈；二、客服未解答：与库巴网客服联系，不仅没有作出问题解释，反而要求取消订单，在协商无果的情况下，库巴客服单方面挂断电话；三、解决办法不能接受：投诉者对库巴购物网给与的解决措施不能接受，投诉者反映库巴购物网目前给与的解决措施为：由消费者取消订单，库巴会在3-5个工作日内将购物款退还到消费者的付款账户中，并补偿库巴购物网50元积分。对此，消费者不能接受。投诉者普遍诉求是：不接受网站退款，要求其按照承诺按时发货，对于延误发货的消费者给与相应补偿。

8月29日，投诉中心了解到，目前库巴购物网已经针对该活动作出相应的解决预案，并已经主动联系消费者进行协商，帮助消费者解决问题。

BCP信用投诉中心提醒消费者在网络消费时要注意：

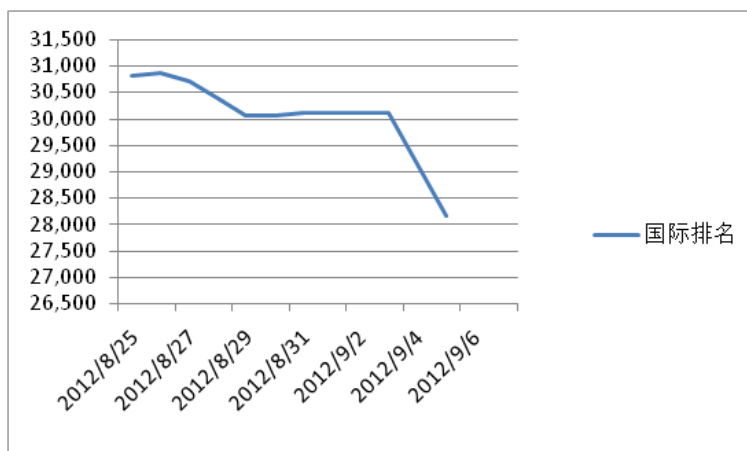
在网购前，尽可能选择经BCP信用认证中心认证过的网站。如在未经过BCP信用认证中心认证过的团购网站、网店购物时，应严格审核网站、网店的资质，通过第三方服务机构查询该网站的域名、备案、经营主体等信息。

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。

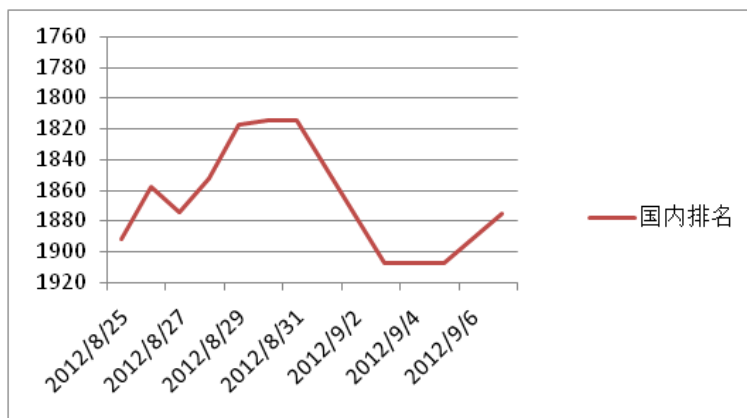
更多内容请登录中国商务信用平台 www.bcpcn.com。

BCP 网站统计汇总 平台本期国内最好排名是 1815

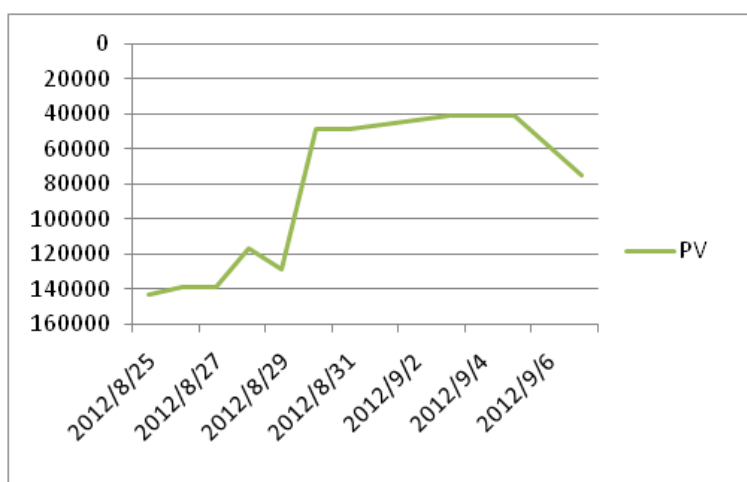
一、国际排名：中国商务信用平台（www.bcpcn.com）在 2012 年 8 月 25 日至 2012 年 9 月 7 日稳步提升，已经突破 3 万，最好国际排名是 28165。



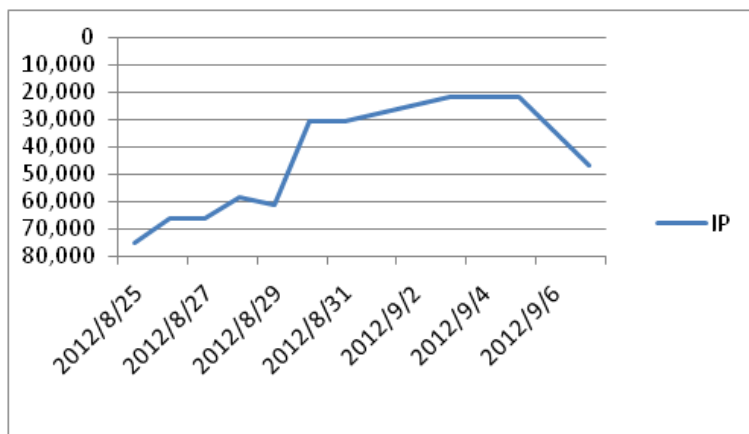
二、国内排名：平台本期国内排名提升明显，最好排名是 1815。



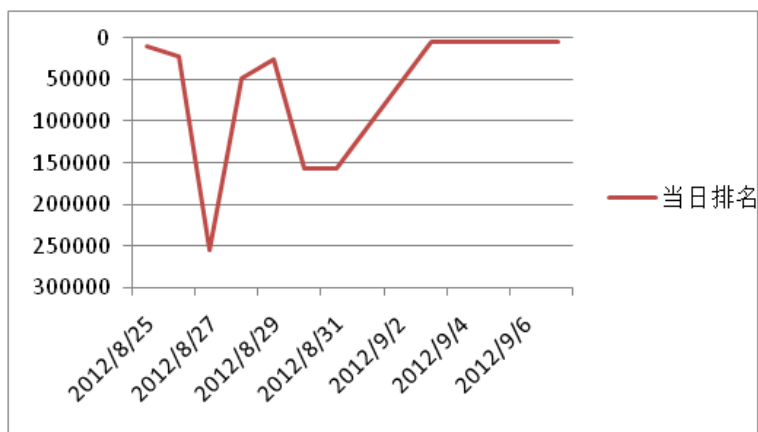
三、日均 PV 浏览量：平台本期日均浏览量有所下降，最高 PV 为 142500。



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 75000。



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 5402 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 8 月 27 日至 9 月 9 日），江苏晶辉高温材料有限公司、开封特耐股份有限公司、浙江立鑫高温耐火材料有限公司、开封和成特种耐火材料有限公司、辽宁群益集团耐材公司、宜兴市振球炉料有限公司、郑州振中电熔铝业公司、河南省伯马股份有限公司、淄博鲁中耐火材料有限公司 9 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，武汉楚国人电子商务有限公司、九江租了信息技术有限公司、大连金州广田复合防水材料有限公司、石狮四季隆典电子商务有限公司、韩诗妍有限公司、靖江市飞羚传媒广告有限公司、上海斌焯贸易有限公司、深圳市迪索音乐科技有限公司、滨州乐炫广告有限公司、金华同城购电子商务有限公司、广州尊傲电子科技有限公司等 15 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】

团购网站何去何从

网络团购行业正在像坐过山车一样急速滑向谷底。团 800 网站近日发布的《2012 年上半年团购统计报告》显示,截至今年 6 月底,国内团购网站数量为 2976 家。而在 2011 年,团购网站数量一度曾达到 5000 多家。不到 1 年时间,2000 多家团购网站关闭。与此同时,消费者对网络团购的兴趣也大幅减弱。2011 年上半年,平均每期网络团购活动有 973 人次参与,今年上半年则仅为 327 人次,下跌幅度约三分之二。目前,投诉居高不下、关门倒闭、大幅裁员等一系列“千团大战”留下的后遗症正困扰着团购网站的经营者。曾经红火一时的团购网站将何去何从?

纠纷难解 信誉滑坡

2010 年,国内网络团购之风悄然兴起。短短 1 年时间,“千团大战”的硝烟弥漫全国。低价是团购网站的撒手锏,很快吸引了无数网民。“今天你团购了吗”,曾经是网上最流行的问候语。

然而,伴随低价而来的还有陷阱。高朋网销售假冒天梭表就是典型的例子。2011 年 10 月,高朋网推出一项天梭表两折团购促销活动:一款天梭男表 PRC200,号称原装正品,支持专柜验货,原价 3500 元仅售 690 元,另一款原价 4800 元的天梭男表,售价仅为 888 元。大量网民闻讯后争相下订单抢购。后经鉴定,高朋网销售的是假冒天梭表。后高朋网同意退还消费者货款并给予 200 元补偿款,不少网民不接受这一处理方案,要求高朋网依据《合同法》继续履行合同。8 月初,记者在上述买到假冒天梭表的网民设立的维权 QQ 群里看到,不少网民仍在商讨如何讨回公道。

类似的陷阱还有无数。事实上,团购网站自诞生以来,因以假充真、未消费不退款、缺乏服务保障、货不对板、虚假宣传、卷款消失等引发的团购纠纷屡屡发生,甚至许多销售额排名前十位的团购网站也屡遭投诉。今年上半年,中国商务信用平台(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。居高不下的投诉导致整个网络团购行业信誉滑坡,消费者对网络团购的信任度直线下降。

无序竞争 危机重重

团购网站从无到有,演变成“千团大战”,表面看上去如火如荼,实则虚火太盛。近一两年,网络团购行业存在一个比较突出的现象是:各大团购网站急于招兵买马,在各个城市设分站。同时,团购网站竭尽全力在各大城市尽可能地增加合作商户的数量。8 月 5 日,曾经在知名团购网站供职的王虎(化名)告诉记者,由于进入门槛低,大量网站涌入团购市场,导致恶性竞争。为了在短时间内抢占更大的市场,团购网站常常采取跑马圈地的方式。这种做法带来三大弊端:一是网站运营资金紧张,容易导致资金链断裂。二是合作商户质量参差不齐,由此引

发的消费纠纷越来越多。三是盲目快速扩张导致售后出现短板，消费者满意度差。

目前，尽管仍有近 3000 家团购网站，但鲜有网站能够盈利，一些大型团购网站融资困难依旧，许多中小型团购网站仍在艰难支撑，网络团购行业前景不容乐观。据了解，今年上半年，高朋网先是高管去职，而后又与另一家较知名的团购网站 F 团合并。此外，其他一些知名网站也不断爆出大量裁员、高管辞职、资金链断裂等消息。如 24 券团购网曾传出资金链可能断裂的消息，该网站临沂站、宁波站、德州站被撤，对合作商户和消费者的后续服务难以为继。

日前，中国商务信用平台(BCP)有关部门负责人付振兴接受记者采访时表示，团购市场之所以乱象丛生，主要原因是无序竞争，缺乏监管。正规团购网站拼价格，拼速度，售后服务大幅缩水，也给假网站、钓鱼网站的滋生提供了空间。

从目前的网络团购行业发展态势来看，团购粗放式增长带来的负面影响仍在继续发酵。大众点评网 CEO 张涛接受记者采访时表示，团购网站的经营利润并不高，因为整个行业竞争太激烈，很多团购网站是在恶性竞争，大把烧钱，其中部分团购网站的目标就是为了融资上市，而不是从长远发展的角度来合理规范自己的经营行为。“‘千团大战’的结局自然是优胜劣汰，到今年年底能够生存下来的团购网站肯定更少。”张涛说。

转型求生 重塑诚信

据团 800 网站统计数据显示，消费者对团购的激情确实在逐渐退去。与 2011 年上半年平均每期团购成交额为 3.7 万元相比，今年上半年轻仅为 1.4 万元，团购单品的“吸金力”下降不止一半。目前，团购消费群体的总量维持在每月 4000 万人次左右，消费者参与团购越来越理性，对团购的要求也是越来越高，仅凭低价很难招揽大量人气，团购网站将面临更加严峻的生死考验。

团购网站该何去何从？团 800 联合创始人胡琛接受记者采访时表示，资本背后的推手已经将中小团购网站请出了主赛场，团购行业的竞争已经走入了第二轮淘汰赛的阶段。同时，实力靠前的全国性团购网站的日子一样不好过，网络团购行业的整体毛利率迟迟得不到提升，虽然美团、拉手等大型团购站都纷纷宣布了今年的盈利计划，但形势并不乐观。

团购网站的经营模式也面临挑战。大众点评网 CEO 张涛分析指出，团购其实只是为消费者提供本地生活服务的一种营销方式，消费者还有其他的需求，包括信息服务等。商户的需求也很多，团购只是其一。所以，任何单独做团购的网站未来都会面临较大风险，如果不能给消费者带来良好的消费体验，就很难与消费者形成真正意义上的用户关系。

如何树立行业诚信形象，也是摆在众多团购网站面前的重要课题。胡琛认为，团购网站必须把建立诚信服务体系当作一项重要工作，包括售前为用户明确相关协议及责权利关系，售中注重为消费者提供优质服务、落实相关权益条款，售后给消费者以切实保障等。“团购网站务必规范经营行为，共同打造诚实守信的行业形象，才能形成比较稳定的刚性市场需求，从而有利于整个行业的长远发展。”

相关链接：<http://gftai.bcp.cn/articles/2/39684.html>

网购引入信用认证机制势在必行

近年来，发展迅猛的网购在带给人们方便快捷、物美价廉的同时，也带来了各种各样的问题。今年“3·15”，中国消协发布 2011 年全国消协组织受理投诉情况分析报告指出，去年，全国消协组织受理互联网销售服务投诉 30355 件，同比增长 43.3%，投诉增幅居首位。网购订单无故取消、发货速度慢、订单与实物不符、售后服务不及时、发票等问题成为网购投诉新特点。然而，如此充满活力的行业，为何今年又“荣登”消费者投诉热点“光荣榜”？

首当其冲的原因，应该是网购尤其是时尚网购太年轻，监管不“成熟”。网购网站的注册管理较为薄弱，市场准入门槛低，网站经营资质良莠不齐。据艾瑞咨询统计，2011 年我国仅网络购物市场规模就达到 4060 亿元。在火热发展的同时，网购中出现的问题也接踵而至。由于网络购物是一个新兴形态，无具体法规可依，相关部门在对其的监管和责任界定上仍是空白。再加上，网购的消费者遍布全国各地，投诉时往往不能与经营者所在地工商管理部门进行面对面沟通，只能通过电话、网络等方式进行联系沟通。

另一方面，商家自律不佳，诚信度缺失也是造成网购纠纷的一大因素，诚信缺失，伤害的不仅仅是消费者，商家也会自受其害。再者，网购平台三方合作不和谐，网购需要网上支付平台、商家、供应商、快递公司等各方面协调才能完成。要想消费者满意，各个环节都要配合得当，出现问题了也要问责。不要一有纠纷，就像踢皮球般，商家推给快递，快递推给厂家，消费者的权益不仅没有得到保护，到头来只会让“三个和尚没水喝”，对谁都没有好处。

诚然，当前我国电子商务行业纷繁复杂的局面与目前国内的相关法制不健全不无关系。立法监管的缺失使电子商务行业对危害自身发展的问题缺乏解决手段，而电子商务行业发展最大的瓶颈不是业务层面的完善，而是缺乏政策监管。对此，已有政协委员提案建议国家出台电商大法——《中华人民共和国电子商务法》，从政府层面进行权威规范和管控。

专家认为，除了应针对网购的特征及容易引发的争议，制定具有可操作性的法律法规外，引入信用认证机制也将对网购市场起到积极规范作用，因此，亟待通过立法赋予该种认证机制以强制效力：明确网站设立经营必须经过信用认证；明确该第三方监督主体有权定期对认证网站进行巡检，根据结果及时调整信用等级；有权接受消费者的投诉，根据投诉处理结果调整信用等级，接受消费者投诉并协助解决。最后，对电商的违法经营行为予以重罚，加大其违法成本。

2010 年，由中国国际电子商务中心制定的我国首个《电子商务信用认证规则》率先在全国展开电商企业信用认证工作，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，并通过信用等级、信用额度、动态调整考核系数，共同开展网购的信用档案建设工作，通过第三方的信用认证机构的加入，为消费者和商家来鉴别网购网站真伪提供重要的参考依据。避免被山寨网站蒙蔽，最大限度地来保护消费者和商家的权益免受侵害。

相关链接：<http://www.bcpcn.com/articles/47/35293.html>

【信用百科】

BCP 信用投诉中心发布网购防骗技巧手册

网上购物是新鲜的东西，大家也是满怀疑虑，为防止网购欺诈，BCP 信用投诉中心(<http://ts.bcpcn.com/>)特献上网购防骗技巧手册一份，希望对大家能有所帮助。

一、查证他们是否在工商局注册过，是否有他们的信息档案！

1、查标题，BCP 信用投诉中心提醒消费者在网购千要看看店主的商品在标题上是否标明正品。现在不是正品的宝贝却被注明是正品，卖家是要受惩罚哦，所以不敢轻易标明是正品的，当然二手的商品除外。选择好喜欢的商品后，一定要看清商品描述，看好需支付多少的邮资；

2、查信誉，在这里我们强调的并不是几颗皇冠，几颗钻石的买家，而是要考虑一下卖家的评价质量，在确认付款之前，浏览一下其他买家对卖家的好评，还是有一定的帮助哦。

3、查宝贝说明，现在很多卖家都是制图高手哦，很多漂亮的图片未必和真实商品一样哦，尤其是色差等方面。有些商品的图片和宝贝说明，都是从官方网站上下载的，比方说手机。这时候我们就要多咨询卖家，在聊天中尽量对商品了解透彻。另外，很多卖家出于免责考虑，都会把宝贝的实际情况在这里说明，越是轻描淡写的地方越要注意。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/82/40810.html>

风险雷达舆情监测系统与搜索引擎区别是什么？

互联网搜索引擎采集的信息数量虽然绝对值很大，但和用户相关的少，用户真正关注的舆情信息又没有包括进去，无法提供对于舆情信息的分析、挖掘以及研判等功能，无法对用户主动的服务，无法和舆情工作的实际业务结合起来，不能提供舆情工作的效率和质量，也不能自动生成简报等成果，无法为领导提供辅助决策功能，而舆情监测系统的优势就是弥补了互联网搜索的这些不足。具体表现在以下几个方面：

1、功能和服务

舆情监测系统的数据是经过过滤、分析和挖掘的，具有丰富的统计数据，舆情监测系统的主要功能并不是提供舆情信息的搜索，而是具有自动发现，趋势分析，专题追踪，自动预警，自动分类等功能，而互联网搜索引擎只能提供相关的搜索服务，同时搜索结果出于商业利益的驱动，掺杂很多的不合理的因素。

2、采集范围

舆情监测系统所采集的信息范围是定向的，是用户关注的特定区域、特定领域的网站，针对这些网站可以做到全面采集和准确精确。但是互联网搜索虽然采集范围广泛，但是针对具体的舆情载体，采集深度不够，采集不全面。

3、更新速度

舆情监测系统用户可以自己设置采集的更新频率，对于舆情高发的载体网站可以做到分钟级的更新，这一点互联网搜索引擎是无法达到的。互联网搜索引擎的采集周期一般都是数天或者数周，甚至会出现漏采，无法采集的情况。

相关链接：<http://www.bcp.cn/articles/241/20636.html>

【信用联盟】

本期评价应用联盟共计 6797 成员，新增 24 个。联盟成员：江苏晶辉高温材料有限公司、开封特耐股份有限公司、浙江立鑫高温耐火材料有限公司、开封和成特种耐火材料有限公司、辽宁群益集团耐材公司、宜兴市振球炉料有限公司、郑州振中电熔铝业公司、河南省伯马股份有限公司、淄博鲁中耐火材料有限公司、武汉楚国人电子商务有限公司、九江租了信息技术有限公司、大连金州广田复合防水材料有限公司、石狮四季隆典电子商务有限公司、韩诗妍有限公司、靖江市飞羚传媒广告有限公司、上海斌烨贸易有限公司、深圳市迪索音乐科技有限公司、滨州乐炫广告有限公司、金华同城购电子商务有限公司、广州尊傲电子科技有限公司等。

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

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