



商务信用（BCP）简报

2012 年 9 月 12 日至 9 月 23 日

2012 年第 19 期总第 59 期

【信用政策】

- 商务部副部长姜增伟：电商管理条例有望出台.....2
- 国务院发布《国内贸易发展“十二五”规划》要求积极推动信用体系建设.3

【工作动态】

- 2012 中国行业信用评价推广与应用研讨会在京成功举办5
- 把脉商务领域恶疾 促行业健康发展.....8
- 2012 年首批锻压行业信用等级企业名单揭晓10
- 本期发布公告警示 20 条 网购他人信息帮客户追债获刑12
- BCP 网站统计汇总 平台本期国内最好排名是 177619
- 本期 21 家企业（网站）集中报名参与评价认证工作20

【各方声音】

- BCP 信用监管显实力 解决问题见真功21
- 防患未然 BCP 信用投诉中心协助维权22
- 去年 A 级企业已愈 7000 家 2012 行业信用评价再“亮剑”24

【信用百科】

- 网购常识 BCP 教你不再受骗26
- 企业信用评级申报资料准备的注意事项.....26

【信用联盟】

【信用政策】

商务部副部长姜增伟：电商管理条例有望出台

9月13日，国务院新闻办举行“流通产业发展和保障市场供应情况”新闻发布会。商务部副部长姜增伟在发布会上指出，规范电子商务的发展必须遵循在发展中规范、在规范中发展的原则。

上个月发生的最近一轮电商价格战最终以涉嫌虚构原价、欺诈消费者而面临惩处，电商管理再次成为摆在相关部门面前的一道难题。姜增伟表示，家用电器上下浮动几十块不能算价格战，商务部正在抓紧起草电子商务方面的管理条例，用法规来引导电子商务的发展。

电商要把目光放长远

据介绍，近年来，中国电子商务发展十分迅速，在2011年5.88万亿元的电子商务交易额中，网络销售达到7800亿元，今年上半年仅网上购物的用户就达到2.1亿人。这样巨大的消费者群体及雄厚的市场吸引力给电商的发展提供了良好的前景，只是经过数年发展，我国电子商务却未能在迅速发展的同时，形成良好的市场规则。而此时，政府相关部门的介入就显得非常重要。

据了解，目前电子商务领域正在完善的管理条例包括《网络零售管理条例》（以下简称《条例》）、《第三方网络交易平台管理办法》等。但自《条例》将出台的消息传出至今近一年时间，《条例》却迟迟未能正式出台，这期间已经经历了围攻淘宝商城、京东国美苏宁网上价格战等一系列事件。这些时间使得相关监管法律的出台和监管部门的明确更加紧迫。

姜增伟指出，在电子商务领域，一些事关商务诚信和消费者利益的问题，必须引起政府部门的高度关注。要抓紧完善与电子商务相关的法律法规，一定要让电子商务企业认识到，图小利，忘大义，只顾眼前，不顾长远，这种浮躁的心理不可取。

姜增伟说，规范电子商务的发展必须遵循在发展中规范、在规范中发展的原则，不能因为存在问题，就给予过多的限制。电子商务发展中存在的问题，要通过进一步完善法律法规等加以解决。要制定标准，电子商务没有完整的标准体系，很难解决营销过程中的边界问题。要通过行业自律，让企业认识到在电子商务领域，诚信是基石。

据介绍，商务部、发展改革委、公安部、税务总局、工商总局等部门目前正在对22个省市76个销售额在20亿元以上的大型连锁企业或大型商业企业，进行违规收费的联合检查。应当看到，违规收费现象普遍存在，只是程度不同。希望有关企业高度重视，及时纠正，否则就要按照现行的法律法规进行查处。

相关链接：<http://www.bcp.cn/articles/2/41775.html>

国务院发布《国内贸易发展“十二五”规划》 要求积极推动信用体系建设

近日，国务院正式发布由商务部会同有关部门编制的《国内贸易发展“十二五”规划》（以下简称《规划》）。这是改革开放以来我国第一部国家级内贸发展专项规划。《规划》在国家实施扩大内需特别是消费需求战略的背景下出台，对于引导市场主体行为，实现国内贸易又好又快发展，发挥国内贸易扩大消费、改善民生、引导生产的功能具有重要意义。

《规划》全面总结了“十一五”期间国内贸易发展取得的显著成就，深刻分析了国内贸易发展环境，明确指出了国内贸易发展面临的重大机遇和挑战，阐明了“十二五”时期我国国内贸易发展战略，并提出了政策导向和工作重点。

《规划》提出，“十二五”期间我国内贸发展将围绕提高流通效率、方便群众生活、保障商品质量、引导生产发展和促进居民消费，加快推进国内贸易发展方式转变，建立健全现代国内贸易体系，更好地发挥国内贸易作为国民经济基础性和先导性产业的作用。

《规划》提出了推动国内贸易发展的五个原则：一是坚持发挥市场的基础作用；二是突出扩大消费的战略地位；三是增强引导生产的重要功能；四是明确改善民生的根本宗旨；五是注入改革创新强大动力。

《规划》提出了“十二五”时期国内贸易发展目标，即总体规模指标实现翻番、城乡区域发展趋于协调、流通现代化水平显著提升、市场应急调控能力增强、国内市场环境明显改善。主要包括：到 2015 年，社会消费品零售总额 32 万亿元左右，年均增长 15%左右；批发零售住宿餐饮业增加值超过 7 万亿元，年均实际增长 11%左右；国内贸易就业人数 1.3 亿人左右，其中城镇就业 1 亿人左右，年均增加 500 万人以上；限额以上连锁零售企业商品销售额占社会消费品零售总额的 20%左右；电子商务交易额年均增长 30%以上。

《规划》对“十二五”期间国内贸易发展进行了全面部署，明确提出了 8 项主要任务。一是统筹国内贸易协调发展，重点推动形成区域特色鲜明的发展格局，发挥主要商业功能区的辐射带动作用，加强农村现代市场体系建设，推进城乡商业服务网络一体化。二是建立和完善现代商品流通体系，全面加强农产品、生产资料和工业消费品流通体系建设。三是促进内贸领域服务行业大发展，着力推动家庭服务、大众化餐饮、经济型住宿业等关系民生的服务行业发展，提升其他服务行业发展水平。四是提高流通企业竞争力，培育大型企业，扶持中小企业，实施品牌战略。五是大力推进流通现代化，积极推动科技进步，大力发展现代流通方式，积极发展绿色低碳流通。六是保障国内市场稳定运行，加强公共信息服务，提高市场调控能力，完善市场应急机制。七是营造规范有序的市场环境，大力整顿规范市场秩序，严厉打击侵权和假冒伪劣行为，积极推动信用体系建设，加强商品质量安全行业管理。八是深化国内贸易的改革开放，推进管理体制变革，提高对外开放水平，促进内外贸协调发展。

《规划》围绕“十二五”时期我国内贸发展目标和主要任务，提出了六个方面的保障措施，包括完善法规标准体系、加大财税和价格政策支持力度、创新金

融支持政策、完善规划和土地政策、加强理论研究和人才培养、建立统计评价体系等。

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.bcpcn.com/articles/2/41627.html>



会议现场

信用，是市场经济的基础和重要标志，是建立现代市场体系、规范市场经济秩序的重要内容。2006年，商务部信用工作办公室和国资委行业办印发了《开展行业信用评价试点工作实施办法》，引导和规范行业信用评价工作。

行业信用评价工作的推广，开辟了具有中国特色的行业信用体系建设之路。行业信用评价工作是全国性商会协会在商务部、国资委的指导、监督下，通过企业自愿申报、严格评审、公示、复查等程序，依据有关法律、法规和行规行约，以及日常管理中积累的行业信用信息，紧密结合行业特点，综合考虑企业的基础管理、财务能力、竞争力状况、履约状况、守法守规及履行社会责任情况等因素，着重考核其在诚信经营方面的表现状况，对企业信用水平做出的全面评价。

行业信用评价工作得到了广大全国性行业协会和商会的积极响应，成为了他们开展行业自律和为会员企业服务的重要工作内容。截至2011年12月底，共有142家全国性的商会协会参与信用评价工作，根据商会协会制定的评价标准，并聘请第三方信用服务机构参与评价，已评出A级以上信用企业7000余家，覆盖机械、电子、石化、电力、农业、水利、建筑、医药、内外贸流通等经济贸易领域的多数行业。

为加大对获得信用评价等级企业的宣传力度，推动评价结果的应用，商务部和国资委决定每年定期印制《中国行业信用评价A级以上企业名录》，向社会广泛推荐，并接受公众监督。名录将发送至有关政府部门、驻华使领馆、中国驻外使领馆、相关金融机构、中介组织等，同时也会在部分重要展会、论坛中发放。希望能够通过这本名录，向国内外推荐信用良好企业，帮助交易双方防范信用风险，降低交易成本，为信用企业创造更多的市场机遇，不断限制失信企业的生存空间，逐步规范市场秩序，推动各行各业健康发展，为构建和谐社会和保障国民经济平稳较快发展创造良好的市场环境。

作为此次会议承办单位之一的北京国富泰企业征信有限公司，是推动中国商务领域企业信用体系建设的第三方专业服务机构。其在商务部市场秩序司和国资委共同指导下，积极参与到行业信用建设工作中去，并先后接受国内60多个行

业的商协会委托，会同行业专家，针对不同行业的产业特点，在国富泰开发的企业信用评级基础模型之上延伸开发完成了 80 余套各行业的信用评级体系，完成了近 3000 多家工业生产、商贸流通、进出口、建材、食品等类型的企业信用评级，积累了丰富的企业信用评级经验，充分保证了评级结果的公正性和权威性。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/61/41712.html>

把脉商务领域恶疾 促行业健康发展

——“国富泰信用”开创新模式获市场认可

近年来，我国经济建设取得巨大成果，但社会发展中依然存在许多有待解决的难题。金融机构不良资产不断累积、假冒伪劣商品冲击市场、企业虚假信息披露屡见不鲜等等现象，信用制度的不完善已成为制约我国市场经济深化的瓶颈。

商务领域信用建设是社会信用体系建设的重要组成部分，既是建立统一开放、竞争有序市场体系的基础工程，也是规范市场秩序的治本之策。在 2011 年 11 月，商务部发布《关于十二五期间加强商务领域信用建设的指导意见》，明确提出“商务领域信用建设以完善商务信用制度为核心，以建设信用技术支持系统、发展信用服务行业为抓手”。

商务领域问题泛滥 信用成阿喀琉斯之踵

第一，诚信基础薄弱。由于我国长期的“重商主义”影响，导致一些传统的社会诚信道德与伦理的缺失。现实社会中，假冒伪劣商品肆虐、虚假广告泛滥、合同履行率低等诚信问题每天见于报端，几乎成了普遍现象；由于诚信基础薄弱，导致商务领域自身交易管理偏差，社会信任度低。

第二，没有一套健全的经营法规进行制约。在我国，目前市场法制建设还不健全，尤其是在商务领域更迭不断加快的今天，法律法规跟进速度不能完全与市场同步，因此缺乏明确的法律法规对电子商务进行规范，这样一来，相关商务领域的法律滞后就会给企业和消费者在从事网上交易活动时带来一定的风险。没有健全的经营法规对网上交易行为进行制约，不法经营者有漏洞可钻。同时，部分交易行为没有指定性，也导致在消费者维权问题上会遇到维权难、解决慢等弊端。



第三，缺乏切实有效的信用管理机制。在国家、地方不断地采用新政策鼓励商务发展的大趋势下，缺乏相应成长的信用管理手段跟进，也导致市场发展畸形，从而影响自身的发展。如今，各行业尤其是新兴行业、涉及广大中小企业的行业协会对于信用建设的意识相对薄弱，信用建设工作力度不大。也有个别企业在信用建设中盲目开发、自管自查，形而上学的信用建设没有起到真正地作用。

“国富泰信用”促商务信用体系建设

一是强化第三方信用服务机构的有效监管。一些发达国家的实践也证明，第三方信用评价及信用监督工作能有效遏制诈骗现象的发生；从消费者角度，也更相信与交易方没有利益往来的第三方审查评价。国富泰企业征信有限公司作为国

家商务信用体系建设的推动者和执行者，一直致力于商务信用体系建设，积极通过建立投诉中心，协助消费者维权，推进消费监督，以及对企业进行动态信用等级评价，更新商务信用信息数据库等渠道，为企业间贸易与消费者购物提供了公正、客观的第三方信用信息，为政府主管部门提供了重要参考，受到了一致好评！

二是加强信用体系建设的政策支持。信用是电子商务的灵魂。商务领域信用建设是国家信用体系建设的重要组成部分，2012年，根据商务部“十二五”电子商务发展指导意见中关于制订电子商务信用规范，指导建立电子商务纠纷投诉与调解机构，加强消费监督等要求，加强与电子商务纠纷投诉和调解机构的联动；通过第三方机构按照独立、客观、公正的原则，对电子商务交易平台与经营主体开展信用评价和认证服务。中国商务信用平台将联合各方代表讨论修改《电子商务信用认证规则》，新规则将包含范围更广、服务方向更全、评价体系更完善。



BCP携认证网站参展 并向参会者进行业务介绍

三是提高电子商务参与者的诚信意识。大力宣传诚信的重要性，让社会提高对信用的重视程度，培养全社会的诚信意识，培养人们的信用消费习惯。维护消费者的合法权益，营造良好的社会诚信环境。“国富泰信用”在积极响应国家政策，通过第三方机构给予企业进行信用认证的同时，也对消费者给予消费指导，通过“信用预警、信用警示、信用企业展示”等多方式、多渠道帮助消费者正确选择优秀企业。并在产生问题时，第一时间协助消费者维权。

国富泰为客户提供的系列服务包括：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。作为商务部商务领域信用体系建设领导小组成员单位，国富泰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。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/2/41082.html>

2012 年首批锻压行业信用等级企业名单揭晓

信用评价工作是一项以服务会员企业、促进行业自律、提高行业信用水平和企业信用风险防范能力为目的的行业工作。中国锻压协会经由商务部和国资委主管部门审核，于 2011 年 9 月取得了在锻压行业开展信用评价工作的许可（商信用函[2011]2 号），于 2012 年 6 月份开展了“锻压企业信用评价”工作。

在企业自愿申报的基础上，中国锻压协会本着“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《中国锻压行业信用评价指标体系》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，最终由中国锻压行业信评委确定，经社会公示。9 月 9 日，中国锻压协会 2012 年首批“锻压行业企业信用评价工作”获得信用等级的企业名单揭晓，中国锻压协会副秘书长韩木林介绍信用等级评价，并宣读获奖者名单，南昌齿轮锻压厂等 16 家企业获得了行业信用 A 级以上企业荣誉。



图为授牌仪式现场

锻压企业信用评价是中国锻压行业信用体系建设工作的重要环节，取得信用等级企业将会带来一系列有利于企业发展的生存环境，中国锻压协会在参与审查和推荐一些如下政策项目时，企业的信用等级将作为重要的参考指标。这些政策包括：

- 1、“强基工程”支持推荐；
- 2、科技成果评奖推荐；
- 3、节能减排、升级转型项目的推荐和评价；
- 4、其它政策性扶持推荐，金融机构调研函件反馈等。
- 5、其它需要行业协会办理的事项。

中国锻压协会将会在中国市场秩序网（www.12312.gov.cn）、协会网站（www.chinaforge.org.cn）、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，锻压协会把信用评价工作列入下一阶段的重点工作，将扩大评价结果在协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。

附：锻压行业 2012 年首批 A 级以上信用企业名单

企业名称	信用等级
江苏太平洋精锻科技股份有限公司	AAA
无锡市法兰锻造有限公司	AAA
无锡透平叶片有限公司	AAA
南京迪威尔高端制造股份有限公司	AAA
瓦房店轴承精密锻压有限责任公司	AAA
江苏森威有限公司	AAA
辽宁五一八内燃机配件有限公司	AAA
内蒙古一机集团富成锻造有限责任公司	AAA
兴城市粉末冶金有限公司	AAA
江苏宏宝锻造有限公司	AAA
南昌齿轮锻造厂	AA
齐齐哈尔宏顺重工集团有限公司	AA
杭州杭氧合金封头有限公司	AA
秦皇岛燕大汽车零部件制造有限公司	AA
浙江龙虎锻造有限公司	AA
鞍山嘉阳重工锻造有限公司	A

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/161/41273.html>

【电商公告和预警】本期发布公告警示 20 条 网购他人信息帮客户追债获刑

自 2012 年 9 月 8 日至 2012 年 9 月 21 日, 中国商务信用平台 (BCP) 共发布消费警示 20 条:

【警示】网购自付运费与卖家包邮 别忽视其中法律问题

如今, 网络购物风靡各大城市。在网络购物过程中, 有不少商品需要买家支付运费, 也有一些商品则是卖家承担运费。记者经咨询河北北辰律师事务所才斌律师得知, 运费由谁支付, 其中也蕴含着不同的法律问题。

才斌说, 单就运费支付问题而言, 如果在网上买卖商品过程中, 运费由买家支付, 那么买家就与卖家形成了买卖合同、代为托运关系。在商品的邮递过程中, 系买家与快递公司之间成立邮寄服务合同关系, 而卖家将商品正式交付快递公司之时, 即履行了合同义务。如果买家在验货时发现商品在运输过程中出现损毁、丢失等情况, 则由买家向快递公司主张违约责任。

如果在网上买卖商品过程中, 商品被注明“卖家承担运费”或“包邮”等。那么, 在商品的邮寄过程中, 系卖家与快递公司之间成立邮寄服务合同关系。卖家将商品交给快递公司后, 风险转移到快递公司。如果在运送途中造成了商品损毁或丢失, 卖家有权向快递公司主张违约责任。此种情况, 邮寄过程中发生任何情况, 均与买家无关。

此外, 商品的质量问题是买家最为关心的问题。才斌表示, 无论网上网下, 《消费者权益保护法》在商品买卖的过程中同样适用。如果买家收到商品后, 发现商品存在质量问题, 无论运费由谁支付, 卖家均应当承担相应责任, 同时应当承担商品的运输费用, 与买家无关。

BCP 信用投诉中心建议, 网购一族接收快递公司送来的商品时, 最好在快递人员在场的情况下拆封检验。如出现问题, 可请快递人员写明当时情况, 保留直接证据。

相关链接: <http://gftai.bcpcn.com/articles/10/41430.html>

【警示】提醒: 网购艺术品? 小心假货

网购便宜货? 900 美元一张伦勃朗原作怎么样 (这幅蚀刻版画的卖家言之凿凿: “从纸张上你就能清楚地看出其年代。”) ? 或者 1250 美元一张马蒂斯亲笔签名的油画 (卖家在网上说: “艺术家的这件作品十分大胆, 在整个西方艺术史上都是前所未有的。”) ?

没错, 苏富比拍卖会上的一张毕加索的成交价超过 1 亿美元。但在网上买一幅毕加索“原作”只要 450 美元——比一双名牌鞋子还要便宜。

一项谷歌图片搜索揭示出, 各种各样的画廊都在线出售同一件雕塑。考尔德基金会称这不是亚历山大·考尔德的作品。

文物自证清白前, 都是有罪的每天都有大量被标上大出血价格的大师“原作”或“真迹”出现在各类线上画廊或拍卖网站。买家络绎不绝。

这些作品有些是赝品，或者说作品的标签是故意误导人的。这种现象已经不会让艺术专家或监测艺术品线上销售的基金会感到意外。但专家指出，赝品已经在艺术市场某些部门过度饱和。

巴黎阿尔贝托 (Alberto) 和安娜特·贾科梅蒂 (Annette Giacometti) 基金会的总监兼高级监护人福哈尼克·维辛格 (Véronique Wiesinger) 说：“我每到一个国家，哪怕是在阿布达比联合酋长国，都会碰到对赝品问题感到绝望的艺术家或遗产管理委员会的人。前几天我们统计发现，有 2005 件贾科梅蒂的赝品雕塑正在网上销售。”而且这还只是一家网站的数字。

当然，还是有很多信誉良好的网上卖家销售的作品跟他们宣传的是一样的。“线上销售量很大，大部分人都是满意的，”艺术顾问兼鉴定师艾伦·班姆伯格 (Alan Bamberger) 说。

过去几年间，在互联网的推动下，艺术市场已经走出了原来由资本搭建起来的不透明的专属领地，使“大家的艺术”这一口号变成了现实。但在这块新领地上，我们看到的却是一个杂货市场：买家的鉴别能力参差不齐，卖家的手段也有高有低，其中既有江湖老手的高超骗局，也有天真店主的无心之失。最近乔治·华盛顿大学和加州大学欧文分校的一次统计显示，eBay 上标成“亨利·莫尔作品”的素描和小雕塑，91%都是假的。

相关链接：<http://gftai.bcpn.com/articles/10/41429.html>

【警示】配送环节将成医药电商发展分水岭

在 1 号店布局医药馆的同时，“传统派”医药电商也在加紧争夺市场。记者昨日从金象网方面获悉，该电商平台在业内首次推出“一小时送药”服务，承诺 100 种日常药品，可实现下单后一小时送达。这被看做传统药店对纯医药电商的一次回击。在业内人士看来，在药品种类与价格同质化的大背景下，配送环节将成为医药电商未来发展的分水岭。

金象网日前宣布正式推出“金象一小时”服务，承诺在四环内，100 种日常药品可实现下单后一小时送达。在此之前，金象网已经对此模式进行了近半年的试水。据金象网 CEO 牛征墨介绍，从 3 月到 8 月，金象“一小时送药”业务已试运行 6 个月，近千位顾客尝试订购药品。从订单人群上看，中关村、CBD、金融街、望京等地区的上班族占比较大，感冒发烧、健胃消食和外伤感染的药品成为需求量最大的品类。“所有用户都是在一小时内收到了药品，准时率达到 100%。”牛征墨表示。

目前，京东好药师和天猫医药馆成为医药电商两大巨头。随着 1 号店宣布杀入医药领域，这个曾在互联网大佬眼中的绝对“蓝海”领域，分食者也越来越多。除了京东商城、天猫、1 号店外，当当网、腾讯电商等电商大佬也在尝试进军此领域。另一方面，京卫大药房旗下药房网、金象大药房旗下金象网和开心人网上药店等“传统派”的力量也在日益壮大。

在业内人士看来，在药品种类与价格高度同质化的前提下，配送将成为医药

电商的生死线。

日前，市邮政局与市药监局联合印发了《关于进一步规范药品寄递行为严厉打击利用寄递渠道销售假劣药品违法行为的通告》（以下简称《通告》），《通告》提到，邮政、快递企业应建立并严格执行收寄验视制度，严把收寄关。邮政、快递企业在收寄药品时，要向药监部门核实药品生产、经营企业和医疗机构的资质。此外，处方药被列为“禁止邮售”商品。

有业内人士认为，这无疑会对依靠第三方快递进行配送的“纯电商”造成不小的负面影响。但像金象网、药房网这种依靠实体门店配送的医药电商而言，政府部门对药品寄送的要求越严格，对它们就越有利。据金象网方面介绍，该网站配送依托北京地区 300 余家门店进行配送。

甘肃德生堂网上药店 CEO 徐毅表示，门店配送要保证每个门店都有专职配送员，只要有货、有闲，就可以对药品进行及时配送，但在人力、物力上的投入比较大。同时也有业内人士认为，在金象网试营业的 6 个月时间内只有不到 1000 名消费者下单，对门店而言压力较小。“但服务得到推广后，门店配送的服务速度是否能适应大幅提升的接单量，还无法保证，需要企业日后对系统和资源配置进行随时调整。”

相关链接：<http://gftai.bcpn.com/articles/10/41424.html>

【警示】网购他人信息帮客户追债 获刑 1 年

一家名不见经传的以商务咨询为经营业务的公司，在 2005 年成立后，先后通过网购形式非法获得个人信息 7 万条以帮助其承接追债业务，这些信息内容包括具体方位、电话号码、职位、家庭关系、银行信用以及通讯记录等。

据了解，佛山火鹰公司注册人为马某，其合作人为袁某。“几十平方米的办公地点、6 张桌子、4 台电脑外加两位光杆司令”，这一切就构成了整个公司的全部。就是这样一个名不见经传的咨询公司，为了承接追债业务网购个人信息 7 万余条，连续接下了 13 宗追索债务和 1 宗全方位调查的“大单”，追债总额高达 257.52 万元。

记者从佛山法院方面了解到，考虑到二人认罪态度、系初犯等情节，以及检察机关的量刑建议，法院以非法获取个人信息罪判处二人有期徒刑 1 年，并处罚金 5000 元。

据了解，马某和袁某将购买的个人信息建立起资料库，然后从中对有用的个人信息资料进行调查。具体操作上，马某、袁某首先向客户了解基本情况，然后网购信息作进一步调查，利用定位、跟踪和谈判等方法让对方还债。据马某交代，根据客户的要求，他在网上非法购买个人信息。如果需要定位的话，价格为 200 元；而且他可以通过中介轻松地找到对方的个人住址，甚至可以查到被追债者的隐私。

据袁某交待，出售个人信息的中介，会根据获取信息源的难易程度分级收费。查户籍资料个人要 80 元、整个户口要 100 元，查车辆信息 50~100 元不等，查

询银行信息收费则为 250~600 元不等；近 3 个月的电话清单则根据运营商的不同，收费为 800~3500 元。马某交待，他们的“收益”主要还是来自于债务清欠方面的利润。

作案手法大起底

第一步 搜索引擎助其增长人气

马某在注册火鹰公司后，国内某大型搜索引擎主动联系他，称该网站有竞价排名，给钱就能够让网友搜索关键词“佛山清债公司”时第一眼就看到火鹰公司。

据了解，马某与搜索引擎公司约定，网友从搜索引擎每链接上火鹰公司网站一次，就向其支付 1 元左右的链接费。虽然马某的财力仅支撑两个月的“首页”，但源源不断的客源已足以让公司客服 QQ 忙个不停。借助这个机会，马某还印刷大量宣传单，以增加知名度。火鹰公司不但像模像样地设立了“金融业务部”、“资信调查部”、“市场管理部”等 8 个部门，还有众多“合作公司”，看似正规的运作迷惑了不少市民。

第二步 中介帮手搞掂个人信息

自从马某的公司网页在互联网上线后，人气不断增长，许多个人信息中介主动找上门来，告知自己掌握的资料类型。借助这种形式，马某寻找中介收购市民信息。在公安机关收集到的 QQ 聊天记录中，就出现了 38 个不同的信息中介。只要出得起价，被调查人无论是在国内还是在国外，具体方位、电话号码、职位、家庭关系、银行信用、通讯记录等信息都能查到。

法官分析 信息不对称催生咨询行业

有法官表示，一个小小的调查追债公司，其背后隐藏的是一个庞大的信息需求市场。加上我国的社会信用基础比较薄弱，社会信用体系还不太完备，在信息不对称的情况下，人们很难作出正确判断，因而催生出调查咨询公司这一边缘行业。记者在互联网上以“调查公司”为关键词进行搜索，找到了 1450 万个网页，其内容大多为形式各异的调查公司网站。

佛山中院主管刑事审判的副院长万选才分析，“粗暴的个体保护行为、淡薄的依法维权意识、潜在的个人信息管理漏洞，是许多原本正当的追债行为走向边缘化、违法化的根本原因，司法服务能力相对不足也是一项重要因素。”他认为，针对当前我国个人信息的保护现状，通过民事诉讼维权的难度还是比较大，公民如遇个人信息泄密的情况，要及时向公安机关报案。

相关链接：<http://gftai.bcpn.com/articles/10/41396.html>

【警示】网购碰瓷，黑影重重—职业差评师疯狂搜猎敲诈

要想改差评？拿钱来！网购市场又起硝烟，一个名为职业差评师的群体，犹如凶狠的饿狼，针对淘宝对网店的信用评价体系，利用交易规则中的漏洞，以“差评”敲诈卖家，“少则几元，多则数百”，如同寄居蟹一般黏附于网络，汲取着这个庞大生态系统里的养分。

信用就是生命！在竞争激烈的网络交易市场，一旦一家网店差评频频，那基

本就被买家拉入黑名单，绝无翻身可能。

如今，恶意差评师的出现，成为网店主的噩梦。他们以给差评为要挟，拉人入伙、组团围攻、敲诈勒索，严重影响正常的电子商务交易秩序和网络信用体系，给众多网店卖家造成巨大伤害。部分网店卖家不堪其扰，不得不投入大量人力、财力及精力，通过“交费删帖”等形式，保住自己的声誉。

为何差评师得以存在？网店卖家该何去何从？法律是否对此类行为有相关约束？记者通过对卖家的深度调查、卧底职业差评师 QQ 群等，试图揭露其中的问题。

惊恐：差评师深夜来袭

晚上 7 时，淘宝卖家“昨日彩虹”又像往常一样，正在清点商铺库存。看着账目上本月成交量稳中有升，她情不自禁露出笑容。经历了开店两年的筚路蓝缕，“昨日彩虹”的装饰品店已步入正轨，迎来春天。为冲刺更高的信用等级“一钻”，“昨日彩虹”在店铺搞促销：精美的水晶发卡售价 8.9 元且包邮。

“叮咚”——这是“昨日彩虹”最熟悉不过的淘宝消息音，意味着有买家拍下了货。她原本想搞好卫生再去处理订单，可消息音接连不断，让“昨日彩虹”按捺不住，冲到电脑前打开商铺，竟然发现上架不久的水晶发卡在两分钟内被同一个人拍下 15 件并付款，订单地址和姓名都怪得离谱：“哈希呼息大道 00 街”和“城城城”。

两分钟内就能入账 100 余元，如果是在平时，“昨日彩虹”早就开心地笑出声了。而此刻她的脸色却沉了一下：完了，职业差评师终于还是找上门了。

“昨日彩虹”迅速拨打对方留下的电话号码，发现是空号，只好在旺旺上留言。对方发过来一个 QQ 号：我不习惯用旺旺，有什么事情 QQ 上联系。她飞快地加了买家 QQ，果然拍下发卡的就是传说中的差评师：对方直截了当要求店主花 40 元钱息事宁人，否则就给所有购买商品打上差评。

“遭遇职业差评师，只有两种选择。”“昨日彩虹”告诉记者，其一，拒绝请求，按照订单上稀奇古怪的地址投递产品，对方无法收到，15 个差评就会随之而来，网店的信誉大打折扣；其二，选择谈判，用钱封口，按对方要价把钱打到他的账户上。

相关链接：<http://gftai.bcpn.com/articles/10/41387.html>

【最近两周投诉情况汇报】

一、投诉概况

2012 年 9 月 8 日至 2012 年 9 月 21 日，BCP 投诉中心共受理投诉 121 起，其中：已认证网站 32 起，解决率达 90.04%；未认证网站 89 起，解决率达 70.67%。

二、投诉现状分析

1、由（图 1）中可以看出，2012 年 9 月 8 日至 2012 年 9 月 21 日，已认证网站投诉达 32 起，临近十一小长假，与前两周，投诉呈上升趋势。但各认证网

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。

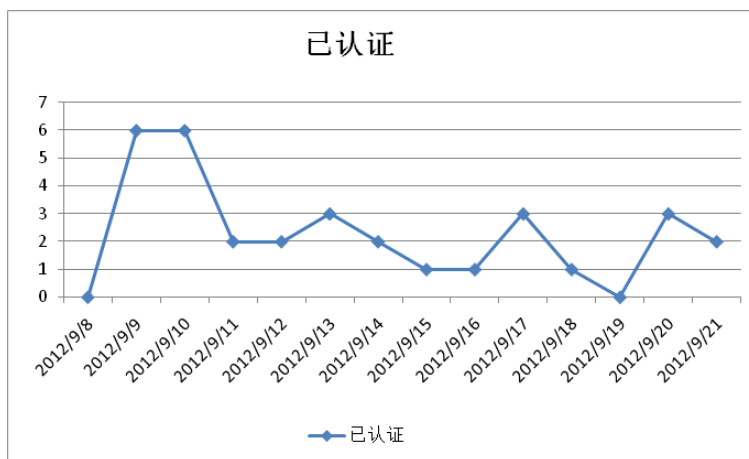


图 1

2、2012年9月8日至2012年9月21日，未认证网站投诉量达89起，与前两周相比，投诉量略有下降。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“聚美优品”、“凡客诚品V+”、“易迅网”等网站积极配合平台处理消费者投诉。

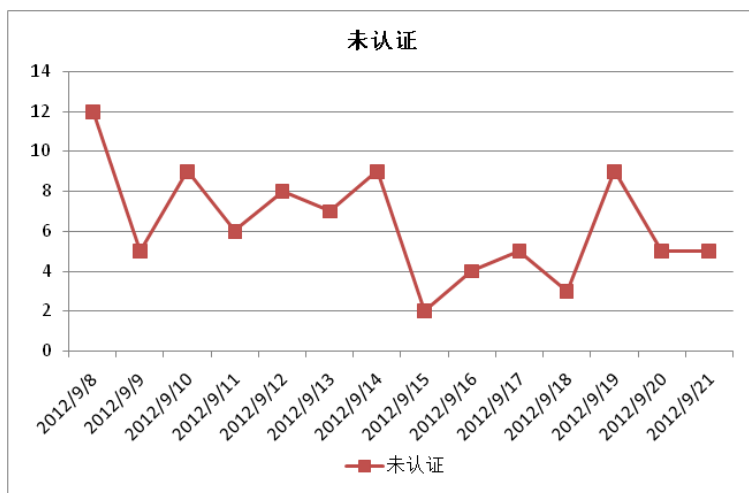


图 2

三、近期典型投诉案例

2012年9月13日，BCP信用投诉中心接到苏小姐对天秀团的投诉：称其过期不退款。

以下为苏小姐的投诉内容：

我的天秀团券过期没消费，打了天秀团客服电话申请退款，可是客服打电话回说不能够退款的，我在问了一句“那么说没消费的话，没了就没了？”他们的回答“是的”。

针对苏小姐的投诉内容，BCP中国商务信用平台联系了天秀团，天秀团经过核实对苏小姐的投诉进行了处理：因为苏小姐手机关机，天秀团未能跟其取得联系，目前，天秀团暂时将退款打进了苏小姐的天秀团账户，3-5天到账。

BCP 信用投诉中心提醒消费者在网络消费时要注意：

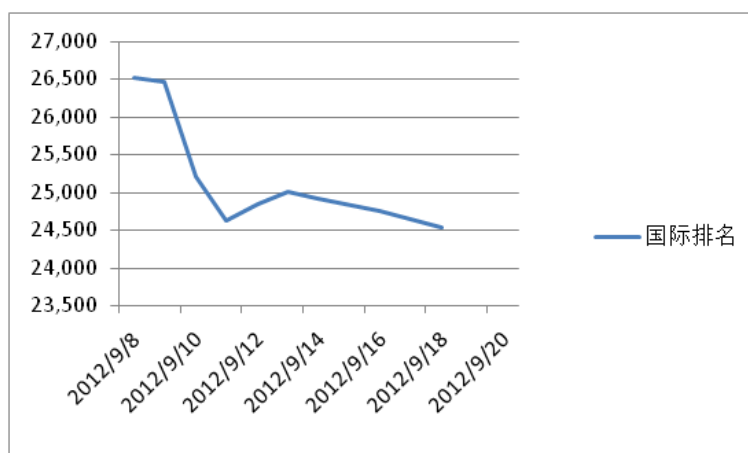
在网购前，尽可能选择经 BCP 信用认证中心认证过的网站。如在未经过 BCP 信用认证中心认证过的团购网站、网店购物时，应严格审核网站、网店的资质，通过第三方服务机构查询该网站的域名、备案、经营主体等信息。

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。

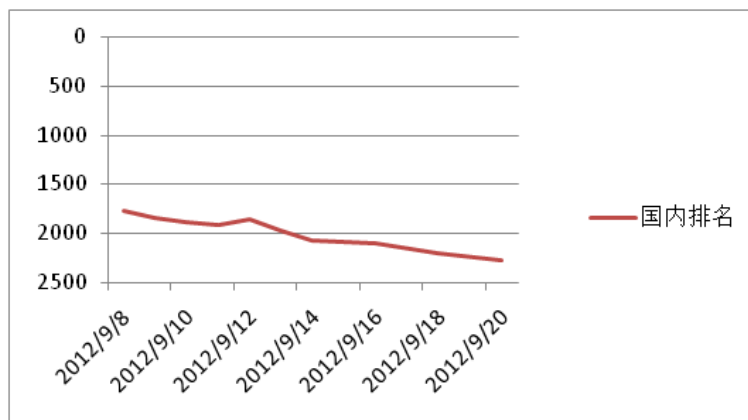
更多内容请登录中国商务信用平台 www.bcpcn.com。

BCP 网站统计汇总 平台本期国内最好排名是 1776

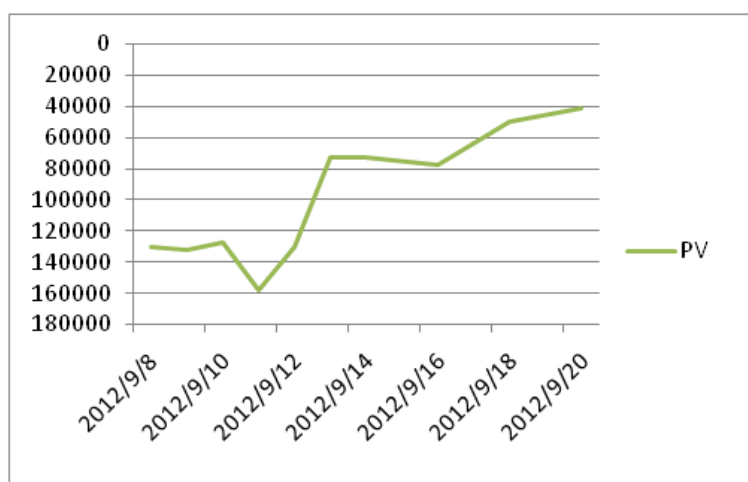
一、国际排名：中国商务信用平台（www.bcpcn.com）在 2012 年 8 月 25 日至 2012 年 9 月 7 日稳步提升，已经突破 3 万，最好国际排名是 24536。



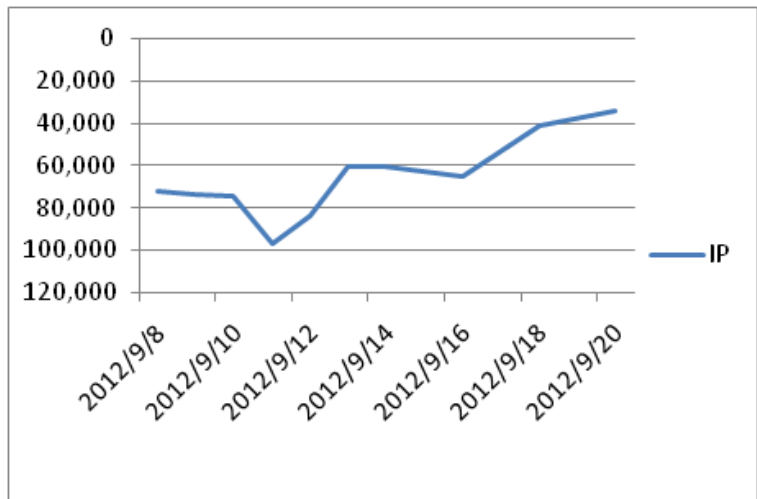
二、国内排名：本期平台国内排名变化基本稳定，最好排名是 1776。



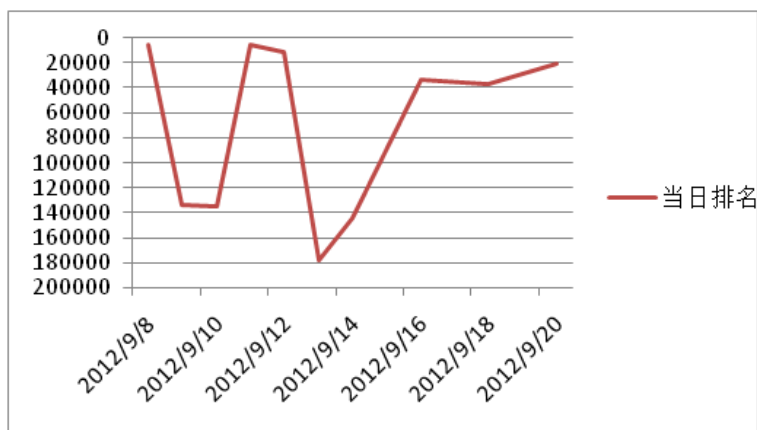
三、日均 PV 浏览量：本期平台日均浏览量有所下降，最高 PV 为 157458。



四、日均 IP 访问量：本期平台日均访问量整体变化平稳，最高 IP 是 96600。



五、当日排名：本期平台排名起伏波动较大，后期呈现上升状态，最好排名为 6023 名。



本期 21 家企业（网站）集中报名参与评价认证工作

据统计本期（2012 年 9 月 12 日至 9 月 23 日），芜湖市外经服务有限公司、北京鑫裕盛船舶管理有限公司、山东润泽国际经济技术合作有限公司、中国黑龙江国际经济技术合作公司、中国浙江国际经济技术合作有限责任公司、天津海河国际劳务工程公司、安徽诚信劳务有限责任公司、北京建工集团有限责任公司、辽宁省大连海洋渔业集团公司、河南省对外劳务合作公司 10 家企业，通过中国对外承包工程商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，余庆县光成生态养殖农民专业合作社、姜堰人网、上海旺家喜餐饮管理有限公司、青田亿达网络科技有限公司、南京车之讯广告传媒有限公司、木缘网、厦门沃特玛网络科技有限公司、加麦返利网、麦麦秀、铁岭信业担保有限公司、安徽省万事通金卡通科技信息服务有限公司等 11 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】

BCP 信用监管显实力 解决问题见真功

事件回放：在 9 月中旬，BCP 信用投诉中心客服邮箱收到了一封来自上海鼎衡度知识产权代理有限公司的来信。信中反映，BCP 信用认证网站“团乐购”网站中有涉嫌利用上海鼎衡度知识产权代理有限公司代理商标“资生堂”、“shiseido”的商品销售，希望 BCP 信用投诉中心尽快联系解决。对此，BCP 信用投诉中心第一时间与团乐购网站取得了联系。经过三个工作日的时间，团乐购给与了反馈称，团乐购方面已对产品供应商进行调查，对方提供的授权证书、营业执照和法人身份证存在 PS 嫌疑。现已将产品下架，并告知消费者退货。并对 BCP 信用投诉中心表示由衷的感谢，通过这次时间将在今后的工作中做到更好！

如今国内的电子商务网站可谓是风起云涌，曾独领风骚的更是以团购著称。“百团大战”早已升级为“千团大战”，团购风越刮越红火。然而，“一片繁荣”的气象下，团购网站却是良莠不齐。各大团购网站存在的团购陷阱、售后无法保障、消费者维权难等等诸多问题。信用问题倍受关注，如何提高信誉度成为团购网站良性发展迫在眉睫的难题。除了提高自身服务意识外，借助第三方权威诚信认证是非常重要的肯定。

目前我国电子商务信用体系的建设处在畸形发展的状态，虽然一些机构也开展了相关的信用评价体系建设，但不同电子商务平台之间在信用评价方面存在一定差异，可信度和权威性就打了折扣。商务部电子商务中心·BCP 信用认证中心作为国家级电子商务全程服务机构的直属单位，作为独立第三方，拥有国内最权威、最智能的商务信用评级系统。并且积极探索网络商品交易市场信用分类监管，通过建立身份认证、商品质量安全管理、消费者权益保证金等制度，规范网商的行为。同时，消费者在进行网购之时，应切实擦亮双眼，尽量选择正规的网站，寻找大型、信誉度高的卖家，并积极索取凭证。监管者、消费者双管齐下，让那些网购“猫腻”无法藏身。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 3 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。

团乐购是第一批经过 BCP 电子商务信用认证的团购类网站，到现在为止已经将近经过了近两年的时间，在这段时间里网站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，团购网站在不断试图将一些高端的消费融入到团购行业。

通过最近这个事件，团乐购负责人也表示加入 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，所以是信用让团乐购走的更远。

相关链接：<http://gftai.bcp.cn/articles/261/41657.html>

防患未然 BCP 信用投诉中心协助维权

BCP 中国商务信用平台：网上购物以便捷、便宜的优势越来越让人青睐，但麻烦也随着一个个邮包出现了。淘宝网“疯抢”商品超卖缺货，当当网反悔出售特价书……从最开始的货物描述不符、卖假售假等单一纠纷到现在“秒杀”不发货等多样化矛盾难以解决，暴露出网上购物专门法律的滞后。

网购独特性让消费者雾里看花

有业内人士认为，网络之所以成为假货泛滥的重灾区，是因为网络渠道的售假有着极强的隐蔽性，查处更是难上加难，这让平时不敢兜售假货的不法商户能够有自己施展拳脚的空间。该人士表示，尽管一些购物网站实行了“先行赔付”、机器人和人工双排查等多种手段进行打假，但由于它们并非执法机构，即使发现售假卖家也无权执法，只能封禁网店、撤掉商品，这对于售假者来说处罚成本太低，他们也就有了继续欺骗消费者的可乘之机。

据 BCP 信用投诉中心统计显示，去年电子商务投诉 10 万件中网购占 52%。网购纠纷高发既有交易双方不能诚信履约的因素，也有网络商品经营者、服务者等从业人员经营行为不规范的原因，这些纠纷隐含的法律问题凸显。

网购维权为什么是消费者的痛？

在一项调查结果中显示，42%的人在网购中遇到过欺诈，遇到纠纷的只有 20%的人通过法律途径维权，62.8%的人表示放弃维权意愿。没有通过法律途径维权的原因何在？38.2%的人称“取证难”，30%的人表示“维权费用高”，还有 12.4%的人表示“找不到卖家”。只有 17.6%的人认为网络“可信度高”，认为我国网购环境“很好”的只有 2.9%，74.8%的人认为我国网络交易相关法规有待完善。

消费者在购买到假货申请维权时，通常会经历以下程序：首先客服核对购买订单，查询产品；其次顾客陈述产品有什么问题并提出诉求；最后对方会说帮助核实信息，或让消费者提供证据。在整个环节中，问题往往容易出在最后一环，不是因为漫长的等待，就是因无法取证而最终不了了之。

消费者维权面临的困境，总的来说还是维权渠道不畅，成本太高，而且维权程序复杂。网络交易纠纷引发的民商事诉讼案件，明显区别于实体经济纠纷引发的案件，实体经济的法律法规在解决网络交易纠纷中遇到了不小的障碍。

BCP 信用投诉中心 全力协助消费者维权

为了让消费者上网购物放心，保护消费者合法权益，BCP 信用投诉中心将采用实名投诉、每诉必达、公示曝光的策略，帮助网络购物消费者维权。

为了给消费者提供更多的服务，BCP 信用投诉中心已经联合 20 家电子商务服务提供商，设立专门的投诉受理团队和律师咨询团队，开通免费投诉电话热线，帮助消费者在发生网络购物纠纷时进行维权，监督网站处理相关投诉。

对于电子商务网站的监控，BCP 信用投诉中心将提供一套网络购物信用投诉整体解决方案，保证消费者的网购安全。态度恶劣、信用缺失的网站会被公示曝光。对于投诉未积极处理或者处理达不到消费者的合理要求的，采取降分、降级甚至取消其认证资格。

此外，BCP 信用投诉中心工作人员还根据最新的投诉案例总结网购相关注意事项：如不要贪小便宜。一些价格标的很低的东西，再加上商家的噱头，很容易引起消费者的热捧，一般此类商品质量都不是很好，商家只是在处理商品；选择信誉好、评价高的商家；货比三家，一定要比比才知道值不值。

通过法律途径推动建立、完善诚信机制，对商家的违法行为加大行政处罚的力度，是预防和减少纠纷的关键。如消费者遇到网络购物欺诈，可登录 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/261/40389.html>

去年 A 级企业已愈 7000 家 2012 行业信用评价再“亮剑”

9 月 20 日，“中国行业信用评价推广与应用研讨会”在北京举办，会上正式启动了《2012 年中国行业信用评价 A 级以上名录》的信息收集和编制工作。

受国资委协会联席办公室的委托，中国国际电子商务中心已是第三次承担《中国行业信用评价 A 级以上企业名录》信用的收集、编撰和筹办工作。

该中心副主任付诚在致辞中表示，“信用是市场经济的基础，也是市场经济的重要基石”。中国国际电子商务中心，作为商务部商务信用体系建设的领导小组成员之一，十分重视开展商务信用工作，已先后与 60 家商协会开展了信用等级评价工作，制定了 80 余套行业的指标体系。行业信用评价工作得到了广大商协会的积极响应，成为开展行业自律和为会员服务的一个重要内容。

路虽远，已启程

据了解，本次研讨会是商务部等部门组织开展的“2012 诚信兴商宣传月”系列活动的一部分，旨在推动行业信用评价结果的应用，加大对获得信用评价等级企业的宣传，促进“守信得益，失信受制”的市场诚信体系建设，促进信用服务业的发展。

“行业信用评价工作得到了广大全国性行业协会和商会的积极响应，成为了他们开展行业自律和为会员企业服务的重要工作内容”，商务部中国国际电子商务中心商务信用中心副主任陈登立接受本报记者采访时表示，截至 2012 年 8 月 30 日，共有 148 家全国性的商会协会参与信用评价工作，根据商会协会制定的评价标准，并聘请第三方信用服务机构参与评价，已评出 AAA 级信用企业 5305 家，AA 级信用企业 1738 家，A 级信用企业 196 家，覆盖机械、电子、石化、电力、农业、水利、建筑、医药、内外贸流通等经济贸易领域的多数行业。

而为加大对获得信用评价等级企业的宣传力度，商务部和国资委决定每年定期印制《中国行业信用等级评价 A 级以上企业名录》，名录将发送至有关政府部门、驻华使领馆、中国驻外使领馆、相关金融机构、中介组织等，同时也会在部分重要展会、论坛中发放。希望能够通过这本名录，向国内外推荐信用良好企业，帮助交易双方防范信用风险，降低交易成本，为信用企业创造更多的市场机遇，不断限制失信企业的生存空间，逐步规范市场秩序，推动各行各业健康发展，为构建和谐社会和保障国民经济平稳较快发展创造良好的市场环境。

“行业信用评价工作开展的六七年来，中国的行业信用评价工作取得了飞速进展，目前有全国一千多家行业商协会和一批第三方评价机构共同来执行这一工作。”但陈登立也坦承指出，“虽然信用体系建设对完善我国市场经济体系起到了重要作用，但由于重量级应用的缺乏，还处起步阶段。下面，如何推广和应用信用评价成果是关键。”

陈登立告诉记者，我国信用市场目前有两块，一块是面向信贷市场、债券市场的银行系统，其信用评价结果是以银行放贷，资本市场发债为载体的；另一块则是商务部和国资委共同领导的商务领域的信用系统建设，是以行业信用评价这样一种形态出现的。

而目前商务体系的信用评价建设的难点不只存在于技术层面，即商务领域的信用评价与金融体系在指标体系和侧重点上不完全一样的，相互间不能通用。更多的不同则是体现在应用层面，“相较于金融领域的信用评价马上就能转化成资金，商务领域的信用等级评价在这方面则难以实现。我们也呼吁有关政府部门和其它提供企业服务的机构共同探讨如何应用做地更大。虽然这将是一个艰难的过程，但好在我们已经启程。”

信用体系基点在协会

“行业信用评价工作的推广，开辟了具有中国特色的行业信用体系建设之路。”陈登立表示，信用是企业安身立命的基础，每个企业都应该有第三方机构对其进行基础的信用评价，市场参预者的基本的生存标准。

而为保证行业信用评价结果的公正性和客观性，信用评价工作是全国性商会在商务部、国资委的指导、监督下，通过企业自愿申报、严格评审、公示、复查等程序，依据有关法律、法规和行规行约，以及日常管理中积累的行业信用信息，紧密结合行业特点，综合考虑企业的基础管理、财务能力、竞争力状况、履约状况、守法守规及履行社会责任情况等因素，着重考核其在诚信经营方面的表现状况，对企业信用水平做出的全面评价。

其实，行业信用体系建设，可以追溯到 2005 年。为推广社会信用体系建设，商务部和国资委决定从行业信用体系建设抓起，提出来把行业信用体系建设的基点放在行业协。2006 年，商务部信用工作办公室和国资委行业办印发了《开展行业信用评价试点工作实施办法》，引导和规范行业信用评价工作。

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。

对此，中国企业联合会副理事长刘鹏，从信用评价的目的来看，信用评价不仅对商协会和企业有利，而且对政府管理部门来说，也是有效的市场监控工具。对于企业来说，可以通过参与评价活动，树立企业形象，获得市场和融资的便利，企业能够塑造信用品牌，降低经营交易的成本和风险。对于商协会来说，可以为企业提供增值服务，树立行业权威和威信，维护行业的秩序。对于政府来说，便于有效的监控市场和行业动态，维护和创造良好的经营环境。所以说，从评价结果的应用和推广来说，就要实现和发挥以上的作用，要求政府、商协会、企业共同努力，实现共赢。

对于推广和应用行业信用评价结果，陈登立建议，除了大力宣传信用评价结果，树立我国企业的良好信用形象，推动信用企业的知名度和社会的信用度以外，还应建立和完善惩戒机制，提供市场便利和政策优惠，大力扶持信用企业更好的发展。尤其要加强与金融机构的合作，争取金融机构的参考认可，切实帮助企业解决融资难题。

——《国际商报》刘昕

相关链接：<http://www.bcp.cn/articles/2/41933.html>

【信用百科】

网购常识 BCP 教你不再受骗

如今网上购物不仅是一种时尚，还越来越成为一种趋势，只要你轻轻单击鼠标，就能完成各种交易，然后再等待几天，就可以收到你淘到的宝贝。比起商场购物，网购可谓省时又省力。更重要的是网上的商品种类繁多、价格优惠，还能相互比较筛选。所以，网购越来越受到人们的青睐。

但是，与商场购物不同，网上购物需经过网上支付、邮购等程序，因此存在很多难以发现的风险和陷阱，有时你会碰到钱邮去不见货寄来，或者是实际拿到的商品与在商家网页上看到的不符等情况。还有一些信誉不良或者伪造信誉好的商家，以批发、代邮为名在网上行骗，坑骗消费者。由于没有发票等作为凭证，消费者受骗后只得自认吃了哑巴亏。

那么我们如何才能保障自己的消费安全呢？下面总结几种常见的网购诡计和陷阱，并教给大家应对的策略和技巧。

1.收了钱不发货的。对于这种人，一定要坚持货到付款，这是网上购物的潜规则。

2.利用伪造高信用度诱导消费者上当。我们找到宝贝后不要急于拍下，首先看看他的注册时间，再看信誉评价，尤其要看他刚开店时的信誉评价。如果一开始好评就很多的话，很有可能是刷的，不真实。因为一般正常的卖家都是经历了一段时间的冷落才慢慢发展起来的。

3.实际货物与图片不符。这是网上经常碰到的情况，图片诱人，收到货后却是各种假货，遇到这种情况时应该直接退货，拒绝付款。

4.假便宜真套钱。我们要学会综合对比，比较几家的商品、服务、价格、运费。同样的商品价格可能不一样。在网购时不能只看商品的价格，还要看它的附带价值和售后服务，特别像手机、相机一类的一定要有发票。

企业信用评级申报资料准备的注意事项

企业信用评级结果不仅仅关乎到企业的荣誉，而且与获得政府采购、参加国富泰评级举办贸易洽谈会资格等一系列优惠措施直接挂钩，如何获得更高的信用等级，是众多参与评级企业所关心的热点话题。对此，笔者走访了国富泰评级资深分析师，请他就企业在参与评级准备资料的注意事项作了说明。

分析师告诉笔者，企业信用评级是一项非常细致、专业的工作，参评企业应从企业现状、财务信息、经营环境、发展潜力以及贸易习惯这四方面进行资料搜集和准备。其中财务信息中的财务比率、偿债能力，贸易习惯中的收款、付款习惯及其逾期比例以及企业现状中企业发展及稳定性、生产销售能力是评审工作的重中之重，企业应出具详细资料。如企业提供所获得的社会荣誉，如公益事业、产品认证等也能为评级结果加分。

【信用联盟】

本期评价应用联盟共计 6818 成员，新增 21 个。联盟成员：山东润泽国际经济技术合作有限公司、中国黑龙江国际经济技术合作公司、中国浙江国际经济技术合作有限责任公司、天津海河国际劳务工程公司、安徽诚信劳务有限责任公司、北京建工集团有限责任公司、辽宁省大连海洋渔业集团公司、大连金州广田复合防水材料有限公司、余庆县光成生态养殖农民专业合作社、姜堰人网、上海旺家喜餐饮管理有限公司、青田亿达网络科技有限公司、南京车之讯广告传媒有限公司、木缘网、厦门沃特玛网络科技有限公司、加麦返利网、麦麦秀、铁岭信业担保有限公司、安徽省万事通金卡通科技信息服务有限公司等。

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