



商务信用（BCP）简报

2012 年 11 月 14 日至 11 月 25 日

2012 年第 23 期总第 63 期

【信用政策】

- 商务部：商务诚信和消费者利益问题必须高度关注.....2
- 七部委发文加强药品安全信用体系建设.....4

【工作动态】

- 国富泰受邀出席中国对外承包工程商会信用评价结果发布会.....5
- 国富泰公司举办信用认证产品销售交流会.....6
- 2012 年混凝土与水泥制品首批行业企业信用等级评价结果公布7
- 中国食品土畜进出口商会启动第五批行业信用等级评价工作.....8
- 中国铸造协会第三批企业信用等级评价工作启动.....9
- 本期发布公告警示 20 条 BCP 信用投诉中心投诉分析10
- BCP 网站统计汇总 平台本期国内最好排名是 662618
- 本期 26 家企业（网站）集中报名参与评价认证工作19

【各方声音】

- BCP 信用投诉中心助消费者解决维权难20
- 2012 年行业信用评价再出发22

【信用百科】

- BCP 信用平台提醒消费者如何选择网购商家24

【信用联盟】

【信用政策】

商务部：商务诚信和消费者利益问题必须高度关注

对于电子商务现在的几种方式，包括淘宝网的交易平台，京东商城买断经营，苏宁和国美线上线下结合，姜增伟认为这方面比较突出的问题是价格战，个别网站网上传销，或者以返利销售进行欺诈等活动。

首先，存在问题或者出现问题是客观的，但一些事关商务诚信和消费者利益的问题，我们必须高度关注，必须要认真进行处置，按照现在的法规来办事。当然，电子商务的法律法规还有一些空白，要抓紧完善。一定要让电子商务企业认识到，和实体经营的商业企业一样，任何短期利益的获取，把自身的名誉和品牌置于不顾，在一定程度上等于自杀。像同仁堂这样的中华老字号，百年老店经久不衰，就是靠货真价实和诚信经营。我不太赞同价格战这种说法，家用电器几千块，上下浮动几十块，就能形成价格战？况且这种虚价的行为，有关部门也正在处理。一定要通过我们的营销方式创新和服务质量的提高赢取消费者。图小利，忘大义，只顾眼前，不顾长远，我认为不仅是电子商务企业，还是商业零售企业的管理者都要反思，这种浮躁的心理是商业领域不可取的。

第二，现在电子商务已经作为一种新的营销方式在发展，是因为打破了时空的限制，操作简单，节约成本。实体店要付出相当的费用，包括电费、水费、租金，电子商务则是在虚拟的空间，24小时都可以营业，没有疆界，流通效率高，费用低，应该说是不可阻挡的发展趋势，而且它的发展态势要超出我们的预料。不管是电子商务企业还是真正实体经营的企业，我认为都应该加快电子商务的发展，通过电子商务来真正提高流通效率，降低流通成本，让老百姓更多地得到商品价格上的实惠。

再讲一个有关的数据。在2011年5.88万亿的电子商务交易额中，网络销售已经达到了7800亿，今年上半年，仅网上购物的用户就达到2.1亿人。据了解，部分电子商务企业销售额的年增长率达到百分之百。所以，电子商务必须要从法规标准，物流配送，网上结算，交易原则等方面加以完善，但也有一些不适宜在网上交易的产品，对此我们应该有个清楚的界定。

如何规范电子商务的健康发展，我认为，第一，既然是线上线下结合，就必须遵循在发展中规范，在规范中发展的原则，不能因为有问题，就给予过多的限制，电子商务现在在全世界发展都很快，但确实存在一些问题，这些问题要通过法律规范等手段解决。目前，我们正在抓紧起草电子商务管理条例，用法规来引导电子商务的发展。第二，要制定标准，电子商务没有完整的标准体系，很难解决在营销过程中的边界，包括管理，商品质量等方面。第三，要通过行业自律，让企业认识到在电子商务领域里，诚信是基石。

电子商务下一步如何发展，还有待进一步研究探讨。比如说苏宁的模式，苏宁的销售额在线下已经达到一千多亿，但是很快这一千多亿就要被线上的销售额

超过。像王府井这些传统的大型百货店，是固守现在的营销模式还是再发展，也需要引起关注。淘宝网提供平台服务，如何进一步拓展。京东除了自己做大以外，怎样实行供应链管理，来加快自身的物流体系建设。同时，还要学习借鉴国外的经验，充分利用社会资源为电子商务发展服务。

总的来讲，无论什么样的营销方式，最终的效果是要提高效率，降低成本，特别是在我们国家，目前商品流通的毛利是非常低的，谁在流通环节和物流成本方面走在前列，谁就是赢家。降低物流成本，实际上就是得到了利润。下一步，商务部将继续推动电子商务的发展，造福于社会和消费者，这是我们当前工作的重中之重。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/53/44757.html>

七部委发文加强药品安全信用体系建设

为切实推动解决药品安全领域诚信缺失问题，近日，发展改革委、人民银行、工业和信息化部、商务部、卫生部、工商总局和食品药品监督管理局等七部委联合印发了《关于进一步加强药品安全信用体系建设工作的指导意见》。

《指导意见》共提出了 13 个方面的任务和要求：(1)建立健全药品研制环节信用体系建设；(2)建立健全药品企业产品质量信用管理体系；(3)完善药品流通体系，健全准入退出机制；(4)建立科学规范的药品招标采购机制；(5)建立药物临床使用评价制度；(6)加强药品广告监管，规范药品广告发布活动；(7)加快完善药品安全领域信用制度建设；(8)加快药品行业信用信息资源整合；(9)建立健全信用分类监管机制；(10)严格落实药品生产和经营主体责任，加强失信行为的联合惩戒；(11)积极发挥行业协会的推动和自律作用；(12)进一步加强部门之间的协同合作；(13)开展诚信宣传教育，完善社会监督机制。

其中，前六个方面对药品安全领域各环节(研发、产品质量、流通、招标采购、临床使用、广告)的信用建设提出了具体要求；后七个方面主要从药品安全信用体系建设的运行机制和保障措施(制度建设、信息资源整合、分类监管、失信联合惩戒、行业自律、部门协同、宣传教育)角度提出要求。

国家发改委有关机构负责人表示，《指导意见》的出台，将更加全面、更加系统地推动解决药品安全领域诚信缺失问题，保障人民群众用药安全有效。同时，加强药品安全信用体系建设是贯彻落实十七届六中全会精神和国务院第 176 次常务会议部署，促进我国社会信用体系建设的重要举措。

对于如何建立和完善药品生产经营企业信用档案这一问题，该负责人表示，短期内，我们将启动该领域的征信工作。在规定诚信记录的标识、存放、保护、检索、留存和处置等规范的基础上，发挥社会性征信机构作用，按照强制性征信、重点征信、引导性征信的不同层次，编制年度征集计划，开发征信空间，初步建立药品生产经营企业信用档案。从长期看，考虑到药品生产经营企业的信用信息由其在药品安全领域的信用信息和在金融、税务、环保、司法等不同部门和领域的信用信息共同构成，我们要在各相关部门建立完善行业信用信息记录及数据库，各地方形成统一公共信用信息平台，且实现行业内、地区内公共信用信息互联互通的基础上，推动建立更新及时、覆盖全面的药品生产经营企业信用档案。

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。开展药品行业信用等级评价工作，促进药品企业诚信经营，杜绝药品安全事件发生，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。

相关链接：<http://www.bcp.cn/articles/2/44716.html>

【工作动态】

国富泰受邀出席中国对外承包工程商会信用评价结果发布会

11月22日，2012年度中国对外承包工程与劳务合作企业信用等级评价结果发布仪式在京举行，75家企业荣获A级以上信用等级。中国对外承包工程商会会长刁春和，副会长迟长海，北京国富泰企业征信有限公司副总经理史宏宇等领导出席了此次会议，并为38家AAA级企业授牌。



（图为授牌仪式现场 左五为国富泰副总经理史宏宇）

据悉，中国对外承包工程商会经商务部与国资委批准，是首批开展行业信用等级评价的国家级协会之一。截止今年年底，承包商会共评出了250多家A级以上诚信企业，对劳务合作与对外承包工程行业的信用体系建设起到很大的促进作用。受商会委托，北京国富泰企业征信有限公司作为第三方信用评价机构，在协会信评办和专家评审委员会的指导下，参与了企业信用等级评价评审工作。

会上，承包商会承诺将进一步广泛宣传和应用评价结果，加大向国内外政府、金融机构等部门的推介力度，帮助信用企业优先获得项目机会及国家相关优惠政策支持，不断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。

协会指出，信用评价不是目的，授予称号也不是目的，而是要通过信用评价这样一种手段促进行业企业信用体系建设，提高企业信用管理水平，树立企业信用形象，提高企业信用竞争力。通过信用宣传、信用评价和信用管理，引导企业建立和健全内部信用管理机制。在此基础上，进一步提高经营者的信用意识，按照诚实守信、公平竞争的原则，依法开展生产经营活动。

中国对外承包工程商会将行业信用等级评价作为信用体系建设的重要抓手，大力推介评价结果的应用，承包商会给予的信用等级已成为行业内重要的资质和信用证明，在对外投标和对内业务协调中加以使用。这一活动对倡导诚信经营，规范市场秩序，推动行业信用体系建设健康发展起到了积极的作用。

相关链接：<http://www.bcpcn.com/articles/2/44822.html>

国富泰公司举办信用认证产品销售交流会

为加强对国富泰产品功能、目标用户、产品特色的了解，提升销售人员对核心产品的销售能力，按照公司年度培训计划，11月9日，国富泰公司在中心201会议室举办了国富泰信用认证产品销售交流会，公司全体销售参加了此次交流会。本次交流会由电商信用部李根经理进行主讲，李根作为第三季度销售冠军与其他同事分享了销售经验与技巧。

会上，李根从产品介绍、市场环境背景、目标客户、案例分析、服务流程等诸多环节对信用认证业务进行了全面的分析与讲解，并且有针对的进行模拟销售情景演示，通过实践操作来把控产品销售的技巧以及应对客户的解决办法。针对新员工所提问题做出详细地解答，特别是针对产品与目标客户的实际应用价值等方面，李根以幽默的口吻引导新员工不要局限在产品固有价值上，要了解客户需求，根据客户的不同需求，结合产品特点进行销售。帮助客户解决问题，让客户满意就是我们产品最大的应用价值。



培训会现场

信用认证作为国富泰信用的核心产品，是国富泰公司结合市场需求自主研发的龙头产品，以其权威性、灵活性、实用性，获得政府、企业、消费者等多方认可，在信用服务领域处于引导位置。今年以来，铭万网、商派等知名电子商务平台都积极就信用认证与国富泰开展合作，促进了电子商务行业信用发展。

交流会作为国富泰公司内部员工培训交流的重要项目之一，通过产品经理、销售员工等相互交流，提高大家对产品的认识，促进销售。通过本次产品交流活动，全体销售及项目人员，特别是新入职员工对国富泰信用认证产品有了更详细的认识，并表示将会利用自身资源，结合产品认知全力付诸到销售工作中。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/61/44806.html>

2012 年混凝土与水泥制品首批行业企业信用等级评价结果公布

根据商务部信用工作办公室、国资委行业协会联系办公室发布的《关于行业信用评价工作有关事项的通知》（商秩字[2009]7 号）的精神，以混凝土与水泥制品行业企业信用等级评价标准和评价指标体系为依据，按照公开、公平、公正和科学的原则开展企业信用评价工作。经第三方评价机构北京国富泰企业征信有限公司审核，混凝土与水泥制品行业信用评价专家委员会核定并在相关媒体上公示，确定了第一批企业信用等级评价结果。现予以发布。

附：2012 年度混凝土与水泥制品首批行业企业信用评价结果

序号	企业名称	级别
1	山东龙泉管道工程股份有限公司	AAA
2	吴江市明港道桥工程有限公司	AAA
3	上海中技桩业股份有限公司	AAA
4	无锡华毅管道有限公司	AAA
5	广东三和管桩有限公司	AAA
6	海通能源集团有限公司	AAA
7	宁波浙东建材集团有限公司	AAA
8	厦门千秋业水泥制品有限公司	AAA
9	镇江华通特种管道有限公司	AA
10	淄博市临淄天和电杆有限公司	AA
11	山东天元建材有限公司	AA
12	哈尔滨鸿业预制构件有限公司	A

相关链接：<http://www.bcp.cn/articles/2/44416.html>

中国食品土畜进出口商会启动第五批行业信用等级评价工作

增强农产品行业信用意识，规范行业市场秩序，建立诚信经营的良好市场环境，保证行业健康发展的重要举措。自 2008 年以来，中国食品土畜进出口商会已连续开展四次农产品行业企业信用等级评价工作，百余家企业获评。为进一步推动农产品行业企业诚信体系建设，加强会员企业的守信意识和诚信自律意识，按照商务部下发的《关于行业信用评价工作有关事项的通知》（商秩字[2009]7 号）精神，近日，中国食品土畜进出口商会下发通知，将联同第三方评价机构——北京国富泰企业征信有限公司拟于 2012 年 11 月起启动第五批农产品行业企业信用等级评价工作。

通知要求，中国食品土畜进出口商会会员企业，凡成立满三个会计年度、近三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评价工作。为了体现公开、公平、公正的原则，商会将继续委托第三方信用等级评价机构，从企业综合素质指标、竞争力指标、财务状况指标、信用记录指标、项目执行情况指标等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。

中国食品土畜进出口商会将会在中国市场秩序网（www.12312.gov.cn）、中国食土商会网站（www.cccfna.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；评价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，并纳入数据库；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，中国食品土畜进出口商会将统一组织向国外相关行业组织、同行业企业、采购商、国内外重要新闻媒体进行推荐、宣传。

相关链接：<http://www.bcpcn.com/articles/2/44415.html>

中国铸造协会第三批企业信用等级评价工作启动

信用等级评价有利于推进中国社会信用体系建设，有利于提升企业的诚信经营意识，营造诚信氛围，促进企业提高信用管理水平，提高企业市场竞争力。11月6日，中国铸造协会发布公告要求相关企业，按照相关要求积极填报资料，自愿参加行业信用等级评级工作。据悉，中国铸造协会2010年开展了首批铸造行业企业信用等级评价工作，现已完成两批企业的信用评级评价工作。

为推进铸造行业信用体系建设，提高行业信用水平和企业信用风险防范能力，有效运用信用评价结果促进行业健康发展。在总结前期工作的基础上，中国铸造协会将遵循“公开、公正、科学”的原则继续开展“铸造行业信用等级评价”工作。11月6日，中国铸造协会发布公告，要求凡成立满三个会计年度、近三年均有主营业务收入、处于持续经营状态的铸造生产企业均可申报参加信用评价工作。按照相关要求积极填报资料，参加行业信用等级评级工作。据悉，北京国富泰企业征信有限公司继2010年首次与中国铸造协会合作后，将又一次为其提供第三方评审服务。

据悉，中国铸造协会将会在中国市场秩序网（www.12312.gov.cn）、协会网（www.foundry.com.cn）、中国商务信用平台（www.bcp.cn）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奖牌，荣获A级以上企业将在2013年4月7日“中国铸造行业第六届高层论坛”上给予表彰，颁发证书和牌匾。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，向驻华使领馆、驻外经商参机构、相关政府部门、金融机构、及国际相关行业组织推荐；并上报商务部和国资委进行统一备案，开展“诚信壹佰度”活动，与百度公司联合宣传参评企业。

相关链接：<http://www.bcp.cn/articles/2/44717.html>

【电商公告和预警】本期发布公告警示 20 条 BCP 信用投诉中心投诉分析

自 2012 年 11 月 10 日至 2012 年 11 月 23 日，中国商务信用平台（BCP）共发布投诉分析 1 条；消费警示 20 条；

【投诉分析】BCP 信用投诉中心一周投诉分析

2012 年，电子商务发展依旧火热，网购已经成为很多网友生活中不可或缺的一部分，然而由于网络购物虚拟的特性，产生的投诉比实体购物相对较多。

据 BCP 信用投诉中心(<http://gftai.bcpcn.com/tousu/index.html>)了解，网购投诉一般集中在发货慢、团购欺诈、退款难、售后服务差等方面。

过去的一周，正值“双十一”电商大促后第一周，针对“双十一”期间的购物问题相对较多。天猫、国美网上商城、苏宁易购、中国新蛋网、易迅网、亚马逊中国、库巴购物网、我买网、聚齐网、糯米网等国内知名电商均被投诉。

1、网络购物投诉典型案例：

案例一：天猫双十一促销猫腻多 促销商品迟迟不上架

案例二：国美网上商城用户账户被盗用 返券迟缓到期无提示

案例三：用户反馈库巴网账户被盗用 网站返还资金未到账

案例四：网购电子产品退货难 新蛋网要求检测单无法开具

案例五：用户称易讯促销不诚信 订单被取消后价格上涨

案例六：我买网现用户账户被盗用 订单无手机确认就发货

案例七：网购家电节能补贴享受难 亚马逊一个多月未返还

2、网络团购投诉典型案例：

案例一：多家团购网遭投诉 诈骗售假事件困扰消费者

案例二：聚齐网退款账户不准提现 用户投诉置之不理

案例三：爱拼团购被指骗子网站 糯米网账户余额被盗用

案例四：糯米网“随时退”服务推行慢 用户退款仍艰难

本周投诉点评：

随着中国商务信用平台？BCP 信用投诉中心越来越得到网友们的信任与支持，我们接到网友的投诉也不断增多。经过对本周投诉案件的分类观察发现，消费者的投诉原因，可以分为以下几类：退换货纠纷、账户安全、节能补贴不到位、虚假促销、团购欺诈等，希望各电商企业以及广大网友能够重视。

对此，BCP 信用投诉中心工作人员表示，鉴于各类购物网站质量的参差不齐，消费者在选择购物网站时需谨慎，如遇到各种网购问题，可在我们的投诉与维权平台反应情况，我们会为您联系被投诉方，尽力帮您解决困扰。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/402/44648.html>

【警示】网购，征不征税？怎么征税？

无论是澳大利亚业内关于网购征税的激辩，还是美国正在讨论中的网络购物消费税，都在探讨一系列关于征税的新话题：对网购究竟征不征税？如何对网购

征税?

国际惯例倾向电商缴税

中国网购的发展速度在世界范围内领先,以今年“双十一”为例,电子商务交易额再次创历史纪录。对于消费者而言,价格优势是网购相比传统商业最有吸引力的因素之一,这在世界范围具有相似性。

那么网购征税与传统商业的征税有区别么?从国际惯例来看,1998年10月OECD国家关于电子商务的部长会议上对电子商务征税原则达成了一定共识,认为政府应用于传统商业的原则应该同样适用于电子商务环境。

我国目前的情况如何呢?中国社科院财贸所研究员张斌表示,目前,我国对网购征税并没有改变现有征税的框架,对网店而言,除了营业额达不到起征点和偶然发生的二手交易外,其余均应该缴纳营业税、增值税和所得税。

根据我国现行税法,增值税和营业税起征点为每月5000至20000元,各地政策不一。连续经营满12个月累计销售额不足80万元的商业企业属于小规模纳税人,其增值税税率为3%,超过80万元则为一般纳税人,税率为17%。

从利润部分来看,如果是个体工商户,需按照5级超额累进税率缴纳个人所得税,月收入1.5万元以下缴纳5%,超过10万元缴纳35%;企业需要缴纳25%的企业所得税。

阿里巴巴集团副总裁李俊凌表示,“目前淘宝网95%以上都是‘小卖家’,也就是在缴税的起征点以下。”

网店实名为税收扫清障碍

近年来,我国不断出台政策,从技术和政策层面规范网络购物。2010年7月1日我国正式推行了《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》,国内网店开始步入实名制的时代,为税收征管进一步扫清障碍。

2012年5月中旬,国家发改委发布《关于组织开展国家电子商务示范城市电子商务试点专项的通知》,目前,获批开展电子发票试点的有重庆、南京、杭州、深圳、青岛5个城市。这意味着,相关部委一直处在酝酿阶段的电子发票推广工作开始正式进入实际操作阶段。

由于网购的虚拟性,和传统商业相比,是否存在较大税收征管难度?对此,张斌表示,事实上,网购征税利用现有的税制框架即可完成,在具体征管上也不存在技术障碍。“不仅不存在障碍,反而可以更方便征管,每个企业的情况规模、成交量等都有详细的数据,而获得这些数据在传统商业中需要税务机关付出较高的征管成本。”李俊凌表示。“将来针对电商征税还需要在充分论证的基础上出台相关细则进一步明确。”张斌表示,未来出台税收政策既要在征收环节体现公平,又要“放水养鱼”,运用税收优惠政策激励与扶持网店的发展。

相关链接: <http://gftai.bcp.cn/articles/10/44795.html>

【警示】“双11”网购沸腾后的冷思考

● 尽管“双11”促销短时间内带来了大量客流和大笔销量,却对盈利没太

多帮助。

●零售业是一个长跑，不能靠打鸡血的方式。“双 11”并没有更多地创造增量需求，它创造的是人为的销售洪峰。

●对于电子商务来说，要成为真正的“猛狮”，主动强身健体是更好的选择。“双 11”促销最多给电子商务带来一时的热闹，而快递爆棚、商业失信破坏的却是不得不面对的问题。

2012 年的这个光棍节，倍感凄凉的不只是那些单身男女，恐怕还有那些门庭冷落的百货公司。双 11 晚上，记者随机走访了上海数家知名商场、超市，尽管不少商场在显眼处也应景地打出了“迎双 11 优惠”的海报，但与天猫商城“双 11”当日销售额达 132 亿元的战绩相比，人气实在是天差地别。阿里巴巴集团董事局主席马云认为，就像狮子会吃掉羊，以电子商务为代表的新模式将是“对于传统商业生态系统的一次革命性的颠覆。”电商模式的出现，是否意味着传统模式将被颠覆？

电商模式是“猛狮”吗？

“双 11”刚过，天猫、当当、苏宁易购、国美网上商城等电商网站就公布了全部或部分战绩。天猫“双 11”当日销售额达 132 亿元，是去年同期 33.6 亿元的近 4 倍。当当、京东等电商网站“双 11”促销活动也成绩斐然。看上去似乎只要借到了“双 11”购物节的东风，电商网站都不愁没有顾客，定能赚得盆满钵满。但事实是否如此美好？

有迹象显示，电商令人惊叹的销售成绩单上不乏水分。一个典型的例子就是，“双 11”刚结束，天猫商城某店铺就被爆“疑似刷单”，有买家一次性购买了 500 件 6000 元的床上用品。还有许多网友颇为郁闷地发现，自己“双 11”那天辛辛苦苦抢到的特价产品，在 11 月 12 日的价格却变得更低。也有淘宝卖家反思，尽管“双 11”促销短时间内带来了大量客流和大笔销量，却对盈利没太多帮助。这一切都让从抢购大战中清醒过来的人们发问：电子商务这头“狮子”，是否真的像看起来那么强壮？

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/10/44697.html>

【警示】调查显示：部分上网族网购成“瘾”

近日，阿里巴巴发布的数据显示，“双 11”花钱最多的是 25~30 岁的消费者，在整个消费人群中占 36.33%；其次是 18~24 岁、以学生为主的人群，占 25.12%，这两个群体加起来，占总人数的六成以上。另外，31~35 岁的人群占 19.05%，40 岁以上的占 10.35%，36~40 岁的最少，只占 9.15%。

随着网络成为人们日常生活的一部分，网购已经悄然改变着人们的生活方式，部分上网一族网购成“瘾”。

“网购冲动很难抑制住”

“我的生活离不开网络，上网基本不是刷微博，就是淘宝。”福州曾小姐的工作相对自由，她告诉记者，她开淘宝网页的时间日均有 8 小时。不管是衣服、

鞋袜、护肤品、日用品，还是女性用品等都在网上买，网购已经成为她生活的一部分。

“看到网络上图片里的漂亮东西就好心动，忍不住要去买。”采访中，多位长期网购的年轻人如此表示，网购都是靠图片展示，且不是支付现金，很难抑制住购物冲动。“看到每个月账单时，狠狠心戒几天，可是过几天又忍不住了。”

福州的孙女士是一个十岁孩子的母亲，上“聚划算”淘东西已经成为她上网经常干的一件事情。“我都选有牌子的货品，质量有保证，货品价格比实体店便宜很多，自然多买一些。”她告诉记者，有一次一周的货品居然在同一天送到，一共有 15 个包裹，在小区的保安室堆成小山，她老公搬了三趟才搬完。

网购有风险出手需谨慎

“买了大部分衣服都退掉了，实物和照片相差较大”，采访中，多位网购人士笑着说道，网购有风险，出手需谨慎。“我都要拍退货保险，像衣服类没有试穿，退货率还是蛮高的。”

福州的陈阿姨，看着女儿忙活着网购，又忙活着退货，看不惯就唠叨，“买衣服就好好到店里去试穿，好好买几件，别浪费时间，又耗精力。”

陈阿姨不能理解女儿，何必让购物成为生活的一个麻烦呢。但是，她对女儿买回来的一些性价比较高的日用品，又很羡慕。“比商场便宜很多，还能送货到家”。

陈大姐在福州的一家公司上班，她看着公司里的年轻人收到网购送来的货品琳琅满目，心生羡慕，“她们连电脑都网购”。于是，陈大姐自己尝试买了两件衣服，送来试穿后觉得不合适，扔了可惜，穿着又实在不好看，令她好纠结！“网上商品太多，都挑花眼了，浪费时间呀”。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/10/44675.html>

【警示】网购提示：家居网购扫雷计

成交量近 200 亿元，刚散去硝烟的淘宝“双十一”网购大战看来打得真是精彩漂亮，可各种抱怨声也接踵而至，尤其是购买了大件家具的网民，“货品跟图片不符”、“收到货就是坏的”、“安装困难”、“保修无门”等问题都让他们怨声载道。其实网购在省时省力又便宜的优势之下，藏着不少雷区，这里就让我们从四位家居网购达人的不快经历中汲取经验，或许能帮助网民轻松扫雷。

家居网购的优势不言而喻——由于省下了店面租金、水电物业、进场费等费用，商家在网络平台上出售的家居产品通常都能给予消费者比传统卖场低廉许多的价格，同时也使之不必在寒冬腊月中来回奔波，点几下鼠标便可在家安心等待送货上门，快捷和便利显而易见。然而，在省时省力又便宜的优势之下，家居网购仍然存在许多问题——“货品跟图片不符”、“收到货就是坏的”、“安装困难”、“保修无门”等都是网民抱怨的重点。其实，网购与卖场消费一样，只要掌握了其中技巧，还是可以尽可能地规避问题，买到称心如意的家居产品的。

雷区

信用高的商家还是不靠谱？

创业刚起步的邵炜当然什么都要省，网购对他来说最大的好处就是便宜。经过对单一商品的价格比对，他发现在网上买价格起码能低三分之一。不过，大大小小的网店实在是挑花了眼，邵炜刚开始也是随大流看看谁家销量好、信誉高，不过买回来的产品品质总是不尽如人意，经过多次尝试，他逐渐摸出了其中的门道。

解决方案一：不盲目相信高信用

邵炜说，在网购家居用品的时候不能盲目相信信用评价，他在买大件家具前，会先和掌柜聊一聊，考察其做生意的诚恳度，再仔细观察这家店铺的网页“装修”。连续几个星期上网看看店铺的装饰，如果一直没有任何变化，说明掌柜根本没有用心经营，售后也不会好到哪里去。

另外，邵炜说，看买家评价时，先要去除最恶劣的那些，因为极有可能是竞争对手的恶意中伤。而连声喊好的评价想必大家也不会太关注，不排除做假的成分。不妨试着在中差评里寻找有参考价值的客观意见，然后决定是否购买。有时好评里也会提到商品不合用的地方，值得借鉴。

解决方案二：利用好细节图

除了关注卖家和评价，网页上的家具实物图也是选择的关键因素，邵炜说，如果店里只有整体效果图而没有细节图，这样的店家他一般不考虑。一般仔细拍摄细节图的店家都会是实物拍摄，看好细节再买，收到货的时候多半八九不离十。例如挑选原木家具，造假的原木正面和侧面的木纹往往是对不上的，而且价格会低得让人担忧，建议好好看看细节图，挑选各侧纹理能都相续的原木家具，并先到实体店了解好合理的价格区间。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/10/44662.html>

【警示】大促销后“大麻烦”网友吐槽快递乱象

近年来，国内电商业发展迅猛，但与其密切相关的快递行业的发展，却显然有些跟不上脚步，爆仓、运输慢等问题在每次大促销之后都会出现。尽管快递公司在旺季前总会表示已经提前做好相关准备，迎接物流高峰，但从不少消费者的体验来看，快递行业的提升幅度仍十分有限，难以满足需求。

送货慢

包裹“躺了”4天仍未送

市民郭女士在“光棍节”那天购买了6件商品，其中3件在上周收到，而另外3件却迟迟没有收到。

昨日，记者登录快递公司网站查询了郭女士所说的3个快件，其中一单申通快件显示15日广东顺德勒流收件，最后一条状态为17日“广东广州公司在进行发包扫描”；另外两单均为圆通快件，一单显示15日大连市已收件，最后一条状态为17日“北京分拨中心已发出”，另一单显示13日上海市已收件，最后一条

状态是 16 日“天津分拨中心已拆包”。对此，郭女士很费解：“这 3 个快件后几天再也没有任何状态变化了，难道还没从广州或者北京发出来？上海那个最烦人，都到天津 4 天了，可送货却还没动静。”

有郭女士这种遭遇的不在少数，近日，很多网友都在吐槽快件延迟问题。“中通速运，你的快递是用蜗牛运的吗，都一个星期了，还没出发吗？”昨日，一位实名认证的、乌鲁木齐的网友在微博中这样抱怨，其微博截图显示，快件在 11 月 12 日凌晨收件，12 日晚间离开广州中心发往乌鲁木齐，但直到 19 日，物流依旧是上述状态。

耽误事

卖家团购活动被迫取消

烦恼的不只是消费者，“双十一”大促销之后，不少淘宝卖家也反映正常的快件收发受到严重影响。“无论是别人给我发的货，还是我给买家发的货，最近一段时间都太乱了。”一位淘宝店主告诉记者，“厂家 13 日从江苏常熟给我发了快件，按照以往的速度，14 日就能收到，但这次一直到 19 日才收到，竟然晚了足足 5 天。”这位店主无奈地表示，每次旺季促销之后，物流总会有一段时间受到影响，出现这样那样的问题。

一位北京的淘宝卖家 17 日在微博上抱怨，12 日发出的包裹很多至今都没有下文，本来要组织的团购活动，只能推迟到下周。“据说有的快递公司已经爆仓了，个别快递公司甚至已经暂停了收件。”这位卖家表示，近期很多淘宝店铺首页都挂出告示表示，受“双十一”影响，物流较慢，请买家耐心等待。

破损多

网购饼干收到成“渣”

除了送货时间长，“暴力”分拣也是不少消费者对快递不满意的一个主要原因。“刚才下楼取快递，快递员正在发脾气，把箱子往地上一扔，弹起老高，又滑出好远，里面没有玻璃吧？”一位网友这样描述自己接收快件时的遭遇。

市民徐小姐近期收到网上买的饼干后心凉了半截：纸盒子被压得很扁，打开后，里面饼干碎了一多半。徐小姐此前曾在美国一些网站有过购物经历：“东西从网站寄到美国朋友手中，盒子基本没有磨损，非常完好。”她说，“快递粗暴分拣是一个问题，另一方面，有些卖家包装也很不负责任，一些易碎品外面竟然不做保护包装，直接装一个盒子就寄了。两方面原因相叠加，商品就容易发生破损的情况。”

相关链接：<http://gftai.bcp.cn/articles/10/44667.html>

【最近两周投诉情况汇报】

一、投诉概况

2012 年 11 月 10 日至 2012 年 11 月 23 日，BCP 投诉中心共受理投诉 108 起，其中：已认证网站 40 起，解决率达 92%；未认证网站 68 起，解决率达 83.25%。

二、投诉现状分析

1、由 (图 1) 中可以看出, 2012 年 11 月 10 日至 2012 年 11 月 23 日, 已认证网站投诉达 40 起, 平台投诉与前两周相比有所上升。

但经过投诉中心的积极沟通, 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, 受到广大消费者的认可。

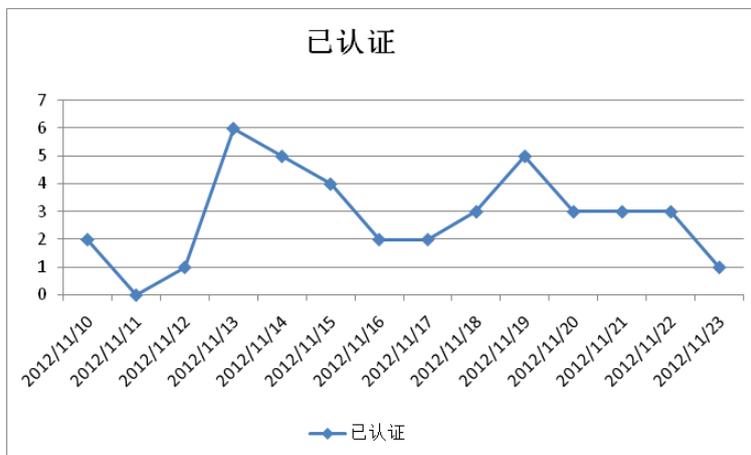


图 1

2、2012 年 11 月 10 日至 2012 年 11 月 23 日, 投诉平台共受理未认证网站投诉 68 起, 历经“双十一”, 平台投诉呈上升趋势; 投诉问题多集中在“礼品券支使用”、“购物返券”等问题上。

经过 BCP 投诉平台不懈的努力, 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”、“聚美优品”、“国美电器”等网站积极配合平台处理消费者投诉, 消费者对处理结果表示满意。

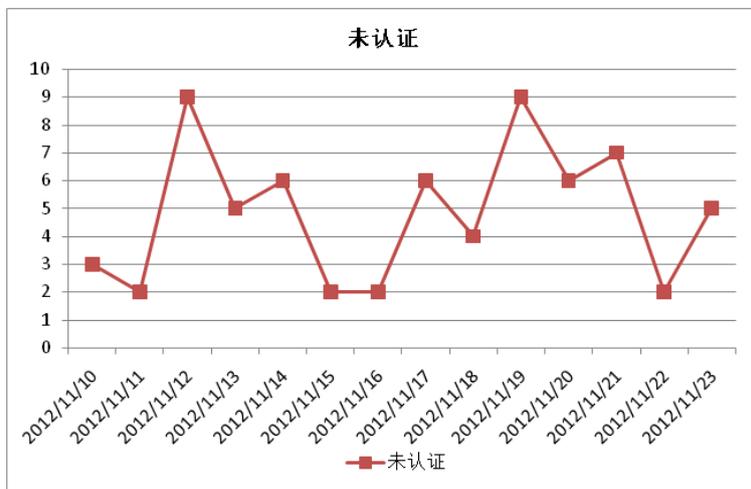


图 2

三、近期典型投诉案例

2012 年 11 月 15 日 BCP 信用投诉中心接到网友对爱拼团购和糯米网的投诉。

刘先生投诉爱拼团为骗子网站: 本人 11 月 5 日在爱拼团网站购买衣服, 并当晚付款, 账户显示成功! 联系发货商家, 说付款后 2-3 个工作日发货! 后一直未发货, 又联系商家说是要联系爱拼团! 这终于说到了点上, 爱拼团客服无数次电话都在忙, 无数次 qq 都没回音! 之后, 商家电话也打不通! 真是像很多网友说的那样, 爱拼团就是骗子网站! 订单号: 1251546。

王小姐投诉糯米网：1、过期退款只能退到糯米网账户，结果余额 300 多被盗用。2、被盗用后客服说两三天给回复，结果杳无音信。3、再打电话，说账户被人恶意消费，账户需要暂时封禁，我只好同意。过了半年多，仍无任何消息。4、偶然想起，封禁前还有点余额，买完算了，于是电话要求解禁，可是打了两个电话，让我听了十几分钟音乐，最后说，他们没法解禁！！5、糯米网能封禁，却不能解禁，有余额我却不能用！

BCP 信用投诉中心工作人员认为，网络购物选择大型正规的购物网站更有保障，此外，在进行团购活动时尽量选择知名度高、口碑好的网站，同时应加强维权意识，对不良团购网站予以揭露；可以对团购网站进行网站名字搜索，查看其是否有不良记录再下单。同时系统出错这类问题是应该由电商企业负责，随之所带来的问题不应该由消费者承担。企业在处理这类问题时在保质保量的同时也应该注重效率。

BCP 信用投诉中心提醒消费者在网络消费时要注意：

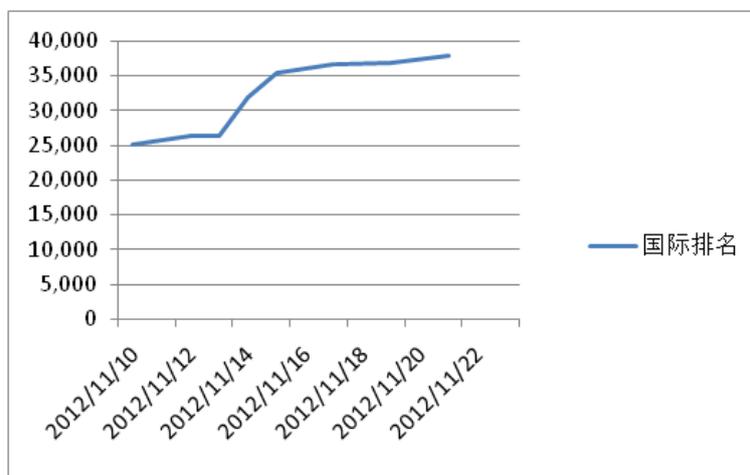
在网购前，尽可能选择经 BCP 信用认证中心认证过的网站。如在未经过 BCP 信用认证中心认证过的团购网站、网店购物时，应严格审核网站、网店的资质，通过第三方服务机构查询该网站的域名、备案、经营主体等信息。

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。

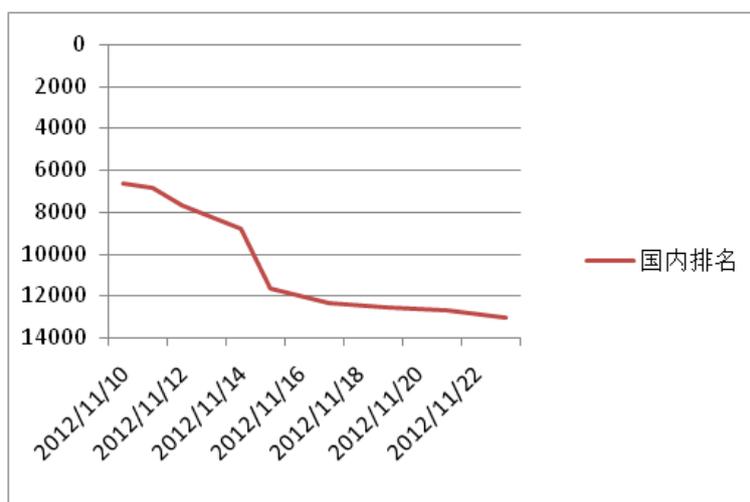
更多内容请登录中国商务信用平台 www.bcpcn.com

BCP 网站统计汇总 平台本期国内最好排名是 6626

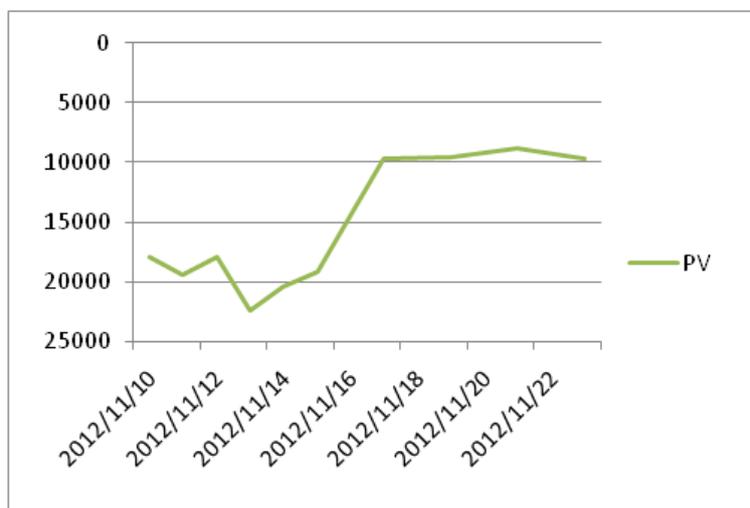
一、国际排名：中国商务信用平台（www.bcpcn.com）在 2012 年 11 月 10 日至 2012 年 11 月 23 日网站排名基本保持稳定，最好国际排名是 24423。



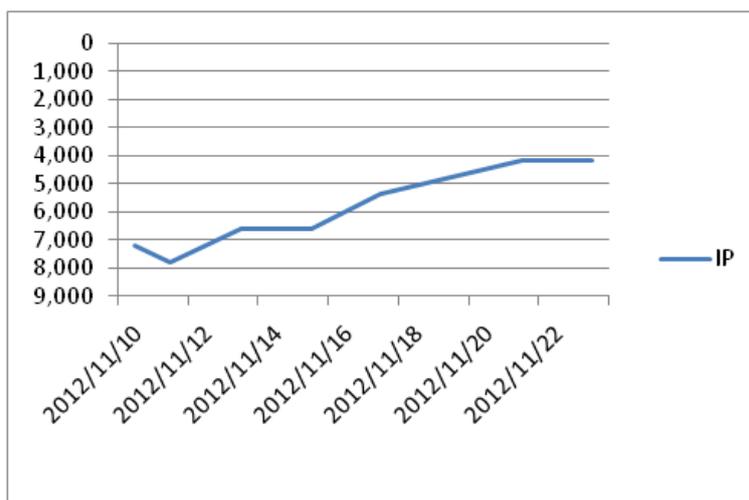
二、国内排名：平台本期国内排名有所下降，最好排名是 6626。



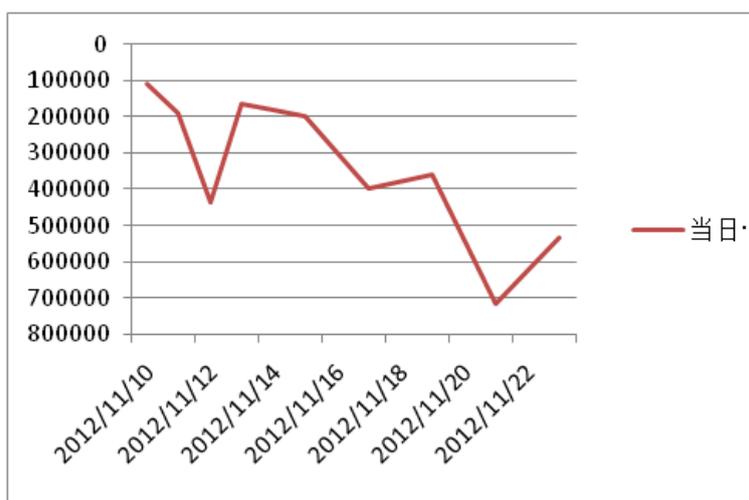
三、日均 PV 浏览量：平台本期日均浏览量基本稳定，最高 PV 为 22440。



四、日均 IP 访问量：平台本期日均访问量有所下降，最高 IP 是 7800。



五、当日排名：平台本期整体排名有所下降，最好排名为 110704 名。



本期 26 家企业（网站）集中报名参与评价认证工作

据统计本期（2012 年 11 月 14 日至 11 月 25 日），上饶中材机械有限公司、兖州中材建设有限公司、中国建筑材料科学研究总院、合肥水泥研究设计院、北京凯盛建材工程有限公司、江西万年青水泥股份有限公司、惠达卫浴股份有限公司、双鸭山新时代水泥有限责任公司、宁波科环新型建材股份有限公司、江苏博特新材料有限公司、浙江中建网络科技股份有限公司等 18 家企业，通过中国建筑材料联合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，湖南嗑得响食品有限公司、北京凯普林光电科技有限公司、深圳万源投资管理有限公司、深圳市港恩电子商务有限公司、广州卡奈服装有限公司、湖南精睿科技有限公司等 8 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 信用投诉中心助消费者解决维权难

近年来，电子商务已经渗透到生产、流通、消费等各个领域，由此引发了大量消费纠纷。要从根本上提高网购维权效率，除增强消费者维权意识和提高消费者维权能力外，还应借助第三方机构及时解决消费者投诉问题。

网购纠纷产生原因

商家诚信缺失。商家在处理网络消费纠纷时，容易推诿扯皮，甚至干脆置之不理。消费者除给予差评外，没有更有力的维权手段。

商品质量难把握。消费者网购时主要依据商家提供的图片和简要介绍，不像在实体店能看到并查看商品，这样容易因商品描述与实际不符发生纠纷。

配送环节失控。对于送货时间无故拖延、运输过程中货物丢失、快递人员服务态度恶劣等方面的不满，经常出现于消费评价中。对此，卖家往往以“无法控制快递人员的时间、态度”等说法敷衍。

交货与付款不同步。目前的支付方式有货到付款、先付款再发货或第三方支付等方式。大多数消费者虽然选择使用第三方支付平台，如支付宝等，但仍有部分消费者遭遇付款后收不到货的窘况。对于第三方支付平台，现行管理主要依据国家工商总局发布的《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》、中国人民银行出台的《非金融机构支付服务管理办法》以及商务部发布的《第三方电子商务交易平台服务规范》，但这些部门规章偏重于行政管理，对这一领域的专门性监管规则尚为空白。

网购维权难度大

经营主体地址不明，导致投诉无门。以淘宝网为例，目前，虽然也要求卖家在网络平台申请开店时必须进行实名认证，但审查相对宽泛，并且不要求提供具体的与经营地址有关的证明。有的在网上自称是上海卖家，结果网购商品发货地却是江苏南京，消费者无从知晓商家的具体地址，纠纷发生后，无法查找。

商品质量鉴定难。很多商家借剪标、外单存货之名宣传其销售的是品牌商品，且不说这些商品是否侵犯他人注册商标，单就商品质量而言，消费者看到的实物与其宣称的正品往往存在一定差异。另外，检测是不是品牌商品费用高且耗时长，如一副数百元的眼镜检测费起码要 1500 元，且鉴定要双方共同委托，如果卖方不配合，鉴定无法做。迫于程序烦琐，很多消费者不得不放弃维权。

快递规则有盲区。现行的《邮政法》缺少关于快递时间、分拣方式等方面的规定。如果订购的商品迟迟不到，特别是一些具有特定时间要求的商品，如与生日纪念、结婚纪念日等有关的商品，超过特定时间就失去了购买意义。

维权证据提交难。网络交易中最有力的证据就是数据电文，这又产生了电子数据证据的提交方式、如何保证真实性等问题。根据现有的规定，消费者与商家的聊天记录不能作为直接证据，只能作为间接证据，这导致收集维权证据成为一

个难题。大多数商家不提供发票或购货凭证，这无疑增加了消费者维权时提交书证的难度。

网购维权加快促进第三方机构的引入

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。

自成立以来，BCP 信用投诉中心已经针对纳纳购、当当网等消费者集中投诉事件给予作出全面的报道并协助消费者进行解决。据统计，自今年八月起这三个月，BCP 信用投诉中心共受理消费者有效投诉 2895 宗，与去年同期基本持平。其中，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%。通过上述数据可以看出，BCP 信用认证的网站，虽然占据绝对的市场份额，但是被投诉比重较小。

经 BCP 信用投诉中心调查显示，在网购投诉问题中排在前三位的分别是：卖家虚假宣传、销售假货、售后服务不到位。在网购维权难的问题上主要包含以下问题，网购交易存在法律盲区，遇到纠纷细节难以界定；消费者对网络产品知情权有限，易引发产品质量纠纷；消费维权举证难等。

目前，BCP 信用投诉中心已经拥有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。不仅如此，BCP 信用投诉中心根据消费者集中投诉事件给予信用预警公示，并且不定期发布信用警示等信息以提醒消费者避免上当受骗。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/261/44653.html>

2012 年行业信用评价再出发

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。

相关链接：<http://www.bcpcn.com/articles/2/44889.html>

【信用百科】

BCP 信用平台提醒消费者如何选择网购商家

随着经济社会的发展，网络已经走进了千家万户，但是网络在给我们带来便利的同时，也造成了很多的危害。网络购物已成为了一种时尚和流行的消费方式，但是却出现了大量的以次充好，以假代真的情况，严重地危害了消费者的消费权益。对此，BCP 信用投诉中心特别提醒消费者在网购的同时，一定要维护好自身的权益。有哪些方法可以尽量避免网购陷入纠纷当中呢？

第一，网上购物之前消费者要认真选择专业购物网站，核实该网站是否具有通信管理部门颁发的经营许可证书，避开山寨购物网站。在选择网购商家时可挑选经过 BCP 信用认证过的网站，此类网站通过第三方机构的认证，资质齐全，信用有保障。

第二，要选择信誉好的网上商店，针对目前部分网上商店恶意炒作自己，刷高信誉欺骗消费者的行为，可以通过查看购物网站的论坛评论和网上商店的销售记录来鉴别，避免受骗。

第三，在选择商品时，认真阅读交易规则和附带条款，不要被不合理的低价诱惑。

第四，支付方式最好选择三方支付等较为安全的支付方式，减少风险较大的现金转账支付等方式。

除了消费者自身做好自我权益的维护、提升自身的鉴别能力的同时，政府还应多管齐下，从根本上整理网购造假的行为：

第一，应加强网络管理和网络监督，采取网络开店实名制。以此来遏制部分商家的欺诈行为。

第二，应运用技术手段进行监控和溯源，以保证消费者受到侵害时，可以追查本源，保证消费者的个人利益。

第三，加大对销售商的教育和引导，树立诚信意识，提高服务质量，守法经营，合法盈利。

最后，要相信，通过全社会的共同努力，一定能够保证人民群众充分享有改革发展的优秀成果，营造一个和谐、放心的网购环境。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/82/44654.html>

【信用联盟】

本期信用应用联盟共计 6934 成员，新增 26 个。联盟成员：上饶中材机械有限公司、兖州中材建设有限公司、中国建筑材料科学研究总院、合肥水泥研究设计院、北京凯盛建材工程有限公司、江西万年青水泥股份有限公司、惠达卫浴股份有限公司、双鸭山新时代水泥有限责任公司、宁波科环新型建材股份有限公司、江苏博特新材料有限公司、浙江中建网络科技股份有限公司、湖南嗑得响食品有限公司、北京凯普林光电科技有限公司、深圳万源投资管理有限公司、深圳市港恩电子商务有限公司、广州卡奈服装有限公司、湖南精睿科技有限公司等。

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