



商务信用（BCP）简报

2012 年 11 月 26 日至 12 月 9 日

2012 年第 24 期总第 64 期

【信用政策】

- 商务部：加强“十二五”市场流通立法规划 完善法律体系.....2
- 商务部：紧盯网络信用消费.....3

【工作动态】

- 中国商务信用平台服务广 消费者可查询电商企业信用信息.....4
- 国富泰信用促电子商务信用体系建立.....5
- 网购引入信用认证机制势在必行.....6
- 本期发布公告警示 20 条 BCP 信用投诉中心《投诉分析》7
- BCP 网站统计汇总 平台本期日均最高 PV 为 7980.....16
- 本期 17 家企业（网站）集中报名参与评价认证工作17

【各方声音】

- BCP 信用认证助力企业品牌宣传18
- 第三方信用认证是电子商务健康发展的重要基础.....20

【信用百科】

- BCP 信用投诉中心为消费者保驾护航22

【信用联盟】

【信用政策】

商务部：加强“十二五”市场流通立法规划 完善法律体系

11月27日，商务部副部长姜增伟在京出席第二次全国市场流通法律工作会议时表示，商务部和地方各级商务主管部门要加强“十二五”时期市场流通立法规划，完善市场流通法律体系建设。

姜增伟介绍，自2005年以来，商务部和地方各级商务主管部门在流通领域立法、执法、普法等方面取得了很大成绩，推动出台了《反垄断法》等40余件法律、行政法规和部门规章以及近百部流通领域的地方性法规规章，为商务主管部门履行职能、依法行政提供了坚实的基础，也为流通行业发展提供了有效的制度保障。

姜增伟指出，新时期加强市场流通法律工作，是完善社会主义市场经济体制的需要，是商务部科学履职的需要，是完善流通法律体系的需要，是建立和谐部门职能关系的需要，是整个内贸行业面临的共同责任。党的十八大报告中明确提出要牢牢把握扩大内需这一战略基点，加快建立扩大消费需求的长效机制。商务部和地方各级商务主管部门要深刻认识流通产业在促进国内消费、扩大内需、拉动经济增长方面的重要作用，加强“十二五”时期市场流通立法规划；完善市场流通法律体系建设；加快职责范围内规章立法，加强联合规章制定；推进地方市场流通立法进程；提升执法水平和普法力度；加强法制队伍建设。

姜增伟强调，各级商务主管部门要着力研究并解决制约流通产业发展的核心问题，出台针对性政策，降低成本、提高效率、搞活流通。要抓住机遇、振奋精神、开拓进取、同心协力，努力开创市场流通法律工作的新局面。

据了解，今年8月出台的《国务院关于深化流通体制改革加快流通产业发展的意见》提出，要完善流通领域法律法规和标准体系。推动制定、修改流通领域的法律法规，提升流通立法层级。抓紧修订报废汽车回收管理办法，积极推动修改商标法、反不正当竞争法、广告法和消费者权益保护法等法律，研究制定典当管理、商业网点管理、农产品批发市场管理等方面的行政法规。全面清理和取消妨碍公平竞争、设置行政壁垒、排斥外地产品和服务进入本地市场的规定。积极完善流通标准化体系，加大流通标准的制定、实施与宣传力度。

本次会议的主要任务是深入贯彻落实党的十八大精神和《国务院关于深化流通体制改革加快流通产业发展的意见》、《国内贸易发展“十二五”规划》的要求，总结交流近年来流通法律工作经验，研究如何构建有利于促进消费的市场流通法律环境，全面部署今后一个时期的流通法律工作。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/5345214.html>

商务部：紧盯网络信用消费

商务部部长助理房爱卿 13 日在国新办发布会上表示，消费已经呈现出缓中趋稳态势，下一步有上扬势头。虽然眼前有一些因素，让消费产生趋缓的状况，但是从长远看，消费还是处于上升的通道。今年商务部将重点抓网络消费和信用消费，这两方面在目前形势下对消费的影响更大。

重点抓网络信用消费

今年 1-8 月份，社会消费品零售总额逐月有小幅下降，但是到 8 月份已经开始回升，达到了 13.2%，累计增长 14.1%。房爱卿指出，消费已经呈现出缓中趋稳，下一步有上扬的势头。

“虽然眼前有一些因素，对消费产生了一些趋缓的状况，包括国际需求萎缩，一些工业增速放缓等因素，都影响了消费的增长。但是从长远看，消费还是处于上升的通道。”房爱卿说，随着工业化、城镇化发展，老百姓收入会逐步提高，如果一个农民变成一个城里人，按现在的数据测算它的消费会增长 3.2 倍。

据介绍，今年商务部重点抓网络消费和信用消费，因为这两方面在目前形势下对消费的影响更大。

商务部的数据显示，2011 年，我国电子商务交易额达到 5.88 万亿元，相当于当年国内生产总值的 12.5%。截至 2011 年年底，中国网络购物用户达到 1.19 亿人，网络应用使用率达到 37.8%，网络零售总额达到 7825.6 亿元，同比增长 53.7%，网络零售总额占社会消费零售总额比重达到 4.32%。

东吴证券宏观分析师强琪菁也认为，对信用消费贴息，特别是支持信用卡消费，可以助推消费增长，“具体看，短期刺激政策应考虑消费信贷刺激政策，对信用消费给予财政贴息。以改变消费模式，提高消费杠杆。”

抓紧起草电子商务管理条例

对于日前京东苏宁等企业的“价格战”，商务部副部长姜增伟表示，电商要通过营销方式创新和服务质量的提高赢取消费者，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。他还透露，商务部正在抓紧起草电子商务管理条例，用法规来引导电子商务健康发展。

姜增伟表示，伴随着电子商务的高速发展，其中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。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/2/45192.html>

【工作动态】

中国商务信用平台服务广 消费者可查询电商企业信用信息

网上购物很方便，可是怎样对网购进行有效的监管，集服务、监管、维权为一体的“网络监管服务”平台——中国商务信用平台，已深受消费者的认可，目前该平台在提供电商企业信用信息查询的同时，也接受网购投诉举报服务。

BCP 中国商务信用平台向电子商务企业提供一系列公共服务，包括 BCP 信用认证、诚商认证、BCP 实名认证、企业信用评级、优秀企业信息展示、网购投诉信息预警发布、网购风险警示和信用政策等一系列公共服务业务。特别是针对企业信用认证服务及受理网购投诉服务方面，深受企业及消费者的认可。

据介绍，上述平台现阶段提供的公共服务主要是关于电子商务市场主体方面的信息，平台还将利用现有的企业登记、产品信息和企业信用三个数据库，为市场提供主体、客体和交易行为三方面的信用基础数据，在把具有有效性、真实性、合法性的电子商务企业纳入公共服务平台的基础上，结合产品和交易行为方面的信息，给消费者提供主体身份认证、产品信息查询和信用信息服务。

“中国商务信用平台”是国内领先的商务信用综合服务平台。在 2012 年 5 月正式改版后，平台集合“资讯”、“搜索”两大服务功能，受众可根据自身需要，更便捷的在第一时间获取所需信息。同时，平台实现了信用异动检测，搭建企业品牌美誉度的传播载体，接受处理投诉等方面的公共服务功能，大力推广诚信企业的权威性和影响力。平台影响力的提高，对协助商务部门与行业协会加强对本地、本行业企业的监督管理，建立分类监管、优胜劣汰等长效机制，有效塑造本地、本行业诚信商务环境等方面起到了积极作用。

“BCP 中国商务信用平台”是“国富泰信用”推出的国内领先的商务信用综合服务平台。中国商务信用平台与 60 多家国家一级商协会密切，会同行业专家、针对不同行业的产业特点，完成了 80 多套各行业的信用评价体系，积累了丰富的信用认证、企业信用评级经验。目前有 800 万企业已经加入中国商务信用平台。

2010 年 11 月，建立了商务信用投诉中心(<http://ts.bcpcn.com/>)，开通了全国免费投诉热线与在线投诉系统，配备专业投诉受理团队，成立知名律师组成的法律顾问，实行免费实名投诉。同时，建立投诉信息档案，发布消费预警与红黑榜，协助相关执法部门进行消费者维权，推进诚信法制化建设进程，保障消费者合法权益。据统计，近六个月来投诉中心共受理有效实名投诉 3040 例，通过 BCP 信用认证的网站投诉量为 423 条，解决处理率 99.52%，因网站涉嫌诈骗、引起群体性纠纷的投诉(单个事件超过 20 人投诉的)发布信用预警 8 条，消费警示 120 条。此外，投诉中心还通过人民网、新华网、新浪、腾讯等数十家门户网站公布相关信息和数据。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/61/45003.html>

国富泰信用促电子商务信用体系建立

近年来，随着电子商务市场的繁荣，包括图书、服装、3C 产品等不同类型的电子商务网站开始悄然兴起。作为一种依托网络平台的交易模式，电子商务在快速发展的同时，诸如假货泛滥、投机现象严重的问题也日益凸显。业内人士指出，电子商务若要进入良性发展轨道，就必须建立起一个长期有效的信用体系。

国富泰公司作为国家级、最权威的第三方信用服务机构，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级、信用认证这一全国领先的专业信用服务。通过对企业信用等级的评价、考核，提升企业品牌的含金量并通过宣传展示，扩展认知度，树立企业品牌形象。

为了更进一步对电子商务网站这一新兴的模式进行规范和引导，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，对电子商务网站进行信用认证服务，严格把控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、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行业优秀企业信息；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。

据统计，近六个月来 BCP 信用投诉中心共受理有效实名投诉 3040 例，通过 BCP 信用认证的网站投诉量为 423 条，解决处理率 99.52%，因网站涉嫌诈骗、引起群体性纠纷的投诉(单个事件超过 20 人投诉的)发布信用预警 8 条，消费警示 120 条。经分析，信用认证有效地降低了投诉率。对此，通过信用认证的企业一致表示，加入 BCP 信用认证不仅是对自身的监督还对品牌做出了宣传，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，所以是信用认证让企业走的更远。

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，资格审查可防止不法商家、网站混入市场，通过信用评价也能让消费者在交易前对交易对象的履约能力及交易风险有清晰地了解，极大地降低被骗概率。

相关链接：<http://gftai.bcp.cn/articles/47/44929.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.bcp.cn/articles/4735293.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 24 日至 2012 年 12 月 7 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，针对“双十一”期间的购物问题相对较多。天猫、比购网、华为商城、库巴购物网、易迅网、聚尚网、申通、会购买商城、为为网、爱拼团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：双十一参与天猫凌晨抢购 18 件商品 4 件被超卖

案例二：比购网账户被盗用 北京用户订单下到成都

案例三：用户反馈华为商城退款慢 15 日退款期限引不满

案例四：发票抬头错误致无法领取节能补贴 库巴网称不能更改

案例五：易迅网单方面取消用户订单 有货产品变无货

案例六：聚尚网退款转账不给力 用户戏称客服不着急

案例七：申通快递员下雨不送件 两次将快件做疑难件处理

案例八：退货不退款 付款不发货 会购买客服如虚设

2、网络团购投诉典型案例：

案例一：消费账户被盗 为为网称已经重新绑定手机

案例二：爱拼团用户账户被盗 处理不及时遭投诉

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/402/44943.html>

【警示】“恶意差评”给电商健康发展敲响警钟

“在网上点点鼠标，恶意给店家差评，然后再找店家索要钱财，那可就犯罪了。11 月 29 日上午，淘宝网和杭州市公安局联合召开新闻发布会，宣布侦破全国首例“恶意差评师”案。目前，已有 7 名犯罪嫌疑人被杭州警方抓获，并以涉嫌

敲诈勒索罪被逮捕。”

“恶意差评”指买家和同行竞争人以给予中、差评价的方式，向网店谋取财物或其他不当利益的行为。如果数额较大或多次敲诈勒索的，涉嫌构成敲诈勒索罪，依据《中华人民共和国刑法》的有关规定，将处 3 年以下有期徒刑、拘役或者管制，并处或者单处罚金。

“恶意差评”人又被称为“网络黑手党”，他们的存在不仅干扰了网店正常经营，也侵犯了他人合法财产权益，理应依法予以严惩。但与此同时，“恶意反差评”、网店欺诈的事件也时有发生，不应被忽视与遗忘。

因“差评”而收到寿衣、粪便的晦气事件，已多次出现。在合肥上大学的小杨，就因一个“差评”，连续 4 个月受到卖家骚扰，光电话就有 400 多个。另有某地 228 人，集体团购烤肉券，结果餐厅关门，团购网站坚称只能退款。

不管是买家还是卖家的这些恶意行径，都破坏了正常的网上交易秩序，对网络交易安全也构成一定威胁，同时也给快速发展的电子商务敲响了警钟。网络交易可能是玫瑰，也可能是毒药与陷阱；健全网络交易规则体系是预防和医治“网伤”的有效手段及可靠保障。

尽管“淘宝网”已经正式开通了“恶意评价”在线维权通道，但经营管理与监督执法的“身份竞合”，既当运动员又当裁判员的“复合体制”，缺乏社会公信力和公正权威性，难免遭人怀疑被人诟病。所以，如何让买卖双方“一碗水看到底”，实现各方利益的“一碗水端平”，这才是主要矛盾和矛盾的主要方面。

首先，这需要买卖双方都要有“按套路出牌”的规则意识，实现自觉自律；其次，在发生交易纠纷后，双方都能拿起法律武器，实现依法维权自我保护；再者，呼吁电子商务管理部门，尽快引入第三方评价机制，实现独立评判、依法仲裁、居中调解，化“网络硝烟”于未起，消“口水仗”于无形；最后，司法机关要加大对网络交易违法行为的制裁力度，确保电子商务健康有序发展，促进新型经济、新经济增长点的快速形成与崛起。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/10/45215.html>

【警示】卖家发个链接 结果是“代付陷阱”

“我以为那个卖家发给我的链接就是网购商品，哪晓得却误入了“代付陷阱”！”11月29日，急匆匆赶到江北区华新街派出所报案的熊小姐，懊恼地向警方说起了自己的被骗经历。

两次支付成功，卖家却说没收到钱

26岁的熊小姐是网购一族，平时喜欢在淘宝上购物。11月28日，为了参加朋友婚礼，她在商场看中了一款大衣，“我一翻吊牌要 2000 多元，就想在网上找卖家代购便宜些。”记下大衣的牌子和编号后，熊小姐回家登录淘宝搜索起来。

“其他卖家都显示这款大衣缺货，唯独名为“伸懒腰的猫”卖家说有货。”熊小姐告诉记者，在这个卖家的店铺里，大衣售价为 1251 元，比商场专柜便宜了 1000 多元，让她心动。

但是,让熊小姐吃惊的是,平日里只需要 10—20 元邮费就能寄到手的大衣,卖家居然在邮费专栏标注 70 元。为此,她向卖家提出包邮要求,卖家很爽快地答应了。

“亲,我们已经把修改好的包邮订单发到你的支付宝账户里了,你支付好联系我发货。”不一会,卖家联系熊小姐,并在网上发了一个链接。点击进入链接后,熊小姐用网上银行支付了 1251 元。虽然电脑页面上显示已支付成功,但卖家却称没收到这笔款,又重新发来一个链接。

“我再次支付成功后,卖家还是说没收到钱,让我再付。我才警觉可能上当受骗了。”熊小姐说。

网上购物切勿轻信链接

11 月 29 日上午,本报记者跟随熊小姐来到华新街派出所报案。在向警方讲述了购物全过程、并出示了和卖家的聊天记录后,警方告诉熊小姐,她是轻信了卖家发来的购物链接,掉入了“代付陷阱”。

原来,熊小姐两次“被骗”的金额都是通过卖家发来的“代付链接”支付的。在淘宝上购物,支付有两种模式:一种是自己支付,另一种是找人代付。行骗的淘宝卖家发的链接并非是熊小姐要购买的那件大衣的商品链接,而是代付链接,即卖家在淘宝上购物后请熊小姐为其“埋单”。熊小姐按照卖家给的链接支付了两笔 1251 元,总计被骗了 2502 元。

民警告诉记者,像熊小姐这样网购受骗的案例并不少见,一些受骗者虽然及时报了案,但追回被骗钱财的几率并不大。民警还指出,网购跟实体店购物有很大区别,由于无法亲眼看到产品实物,且交易都在网上进行,因此存在一定风险,卖家在网购时一定要擦亮眼睛,到正规网站里信誉度较高、网友评价较好的店铺购物。

替人代付需谨慎

11 月 29 日下午,记者拨通了支付宝的客服电话,反映了熊小姐受骗一事。

“熊小姐肯定是被骗了,被骗的钱估计已经被卖家用于网购了,很难追回。”支付宝的工作人员告诉记者,经过查询,熊小姐光顾的这家淘宝店早在数月前就已被盗。而且,行骗成功后,骗子已将网店关闭,玩起了“失踪”。

该工作人员表示,网上购物付款时一定要先弄清楚自己是不是在正规的网站上拍下的商品,而不要輕易点击卖家发的“链接”。特别是在收到“替人代付”的链接时,一定要了解你所代付的对方是谁,小心陷入代付陷阱。

此外,该工作人员还特别提醒买家,网购时,一定要保存好与卖家的聊天记录,必要时还可进行公证。一旦发生纠纷,这些记录将是维权的有力证据。另外,网友也不能轻易将出问题的货品返还给卖家,要保留好相关证据后再交还,避免卖家事后“不认账”。

相关链接: <http://gftai.bcp.cn/articles/10/45216.html>

【警示】网购上瘾: 纠结的“时尚生活”

近日,有媒体报道苏州一女子因网购上瘾误事,一气之下剁掉手指表示戒掉

网购瘾的决心。这一新闻让不少网友唏嘘不已,用如此极端的行为来表决心,“网购成瘾”到底算不算病呢?

网购上瘾者:这是唯一爱好

张婷是福州一家公司的白领,她从 2007 年开始网购,目前已是淘宝的双钻会员,同时,她也是多家购物网站的会员。今年双十一,张婷就在淘宝上网购了 5 件衣服和一些化妆品。

“有两件现在也穿不上,要等到明年春夏才能穿。觉得便宜,就买了。”张婷告诉记者,自己去年在淘宝的消费总额达到 1.8 万元,这对年收入 5 万元左右的她来说,不是笔小数目。然而,和消费的金钱比起来,网购耗费的时间更是惊人。

张婷说,自己平时打开电脑,就会不自觉地打开各个网购网站看看,有时候了解一下各个商家的优惠资讯,有时候看看有什么需要买的。有时候可能什么都不买,但也在网上浏览到深夜,并乐此不疲。“网购的时间,可能占去了我业余时间的 70%。”张婷说,现在网购简直成了她唯一的业余爱好了。

大学生:网购成生活方式

近些年,网购已经成为人们生活中不可分割的一部分。据《第 30 次中国互联网络发展状况调查统计报告》显示,截至 2012 年 6 月底,网络购物用户规模达到 2.1 亿,使用率提升至 39%,较 2011 年底用户增长 8.2%。而在广大的网购队伍中,大学生日渐成为主力军,从衣服、鞋子等生活用品,到手机、平板电脑等电子产品,大学生们无所不购。

记者随机采访了数名福州各高校的大学生,发现他们均有网购习惯。“对我们学生来说,网购既便宜又方便。我认识的朋友中,特别是女生,没有不爱网购的。但是大部分人会选择物美价廉的东西,而不是盲目购物。”福建师范大学文学院研究生“Susie”这样对记者说。

来自福州大学软件学院的小刘则认为,网购已经成为年轻人的生活方式,不少人无意中就上了“瘾”,“现在的网购平台发展比较成熟,商家促销手段很多,而且大学生的上网时间多,就会经常浏览购物网站。像我和朋友就有一段时间特别沉迷网购,花光了生活费,结果发现是买了一堆并不需要的东西才后悔莫及”。

专家:可通过业余生活来调节

随着电商的促销大战一轮接着一轮开展,“网购上瘾”的队伍也越来越“壮大”。那么,“网购上瘾”是不是一种心理疾病?又该怎么调节?国家二级心理咨询师罗胜发告诉记者,“网购成瘾”是一种类似购物癖的心理疾病,这种病的患者以女性为主,她们大多钟情于购物时所带来的快感,甚至当不购物时会产生一种“不满足感”。此外,网购不需要付现金的形式也增加了人们的购物冲动。

罗胜发认为,网购上瘾一方面可以通过求助心理医生,一方面可以通过家人、朋友的监督一起来调节。另外,当事人可以通过丰富自己的业余生活,例如可以去参加朋友聚会、去运动,减少网购的时间,分散一些注意力,可以达到理性网购的目的,让生活方式更健康。

相关链接: <http://nanjing.bcpcn.com/articles/10/45359.html>

【警示】奢侈品网店“支持专柜验货”成空头承诺

市民王女士最近在网上买了一只境外代购的 LV 包, 卖家宣称绝对是正品, 支持国内专柜验货。但实际上国内的专柜根本不提供验货服务, 卖家的承诺只是“空头支票”。

据王女士介绍, 她在网上花了 5680 元买了一只境外代购的 LV 中号包, 这个包在内地专柜售价 6500 元左右。王女士当时也担心是假货, 但卖家承诺绝对是正品, 而且支持国内专柜验货, 如果验证是假货可以退货。但当王女士收到包包去找专柜验货时, 却被拒绝了, 她也因此没法弄清包的真假。

“我们不验货的, 不好意思!” “验真假啊? 我们没有这样的服务。” 在新街口的 LV、迪奥等多家奢侈品专柜, 记者以消费者的身份询问销售人员, 在网上代购的商品能不能拿过来验货, 对方确实都给出了否定的回答。

BCP 信用投诉中心工作人员提醒消费者, 眼下商品仿冒水平很高, 一般工作人员很难作出绝对的判断。如果出具鉴定报告, 则会涉及法律责任, 可能还会引来纠纷。所以, 专柜是不愿自找麻烦的, 而且专柜也没有义务帮别人验货。对于这种价格较高的商品, 消费者一定要谨慎购买。

相关链接: <http://gftai.bcpcn.com/articles/10/45325.html>

【警示】快递外包装完好 需签字后再验货

泄露用户信息最高面临 3 万元处罚; 寄件人不能出具安全证明的, 不予收寄……近日, 交通运输部对《快递市场管理办法(修订征求意见稿)》(下称“《管理办法(修订稿)》”)公开征求意见, 以期进一步规范市场。

值得注意的是, 《管理办法(修订稿)》中提到的“先验收后签名”此前被部分媒体误读, 实际上, “先验收”指检查外包装, 若外包装有破损, 才可验内件。当然如果买家事先跟卖家有约定, 也会按照实际情况酌情处理。

“先验收”指检查外包装

《管理办法(修订稿)》还首次就快递的验收签字进行了具体规定。

最新的管理办法规定, 经营快递业务的企业投递快件(邮件), 应当告知收件人当面验收。快件(邮件)外包装完好, 由收件人签字确认。外包装出现明显破损等异常情况的, 企业应当告知收件人先验收内件再签收。企业与寄件人另有约定的除外。

对于外界所解读的可以“先验货后签字”, 业内人士表示是误读, 只有在外包装破损等异常情况下, 收件人才可以先验收内件再签收。

东莞市物流协会执行秘书长娄晓霞对记者表示, 这是《快递市场管理办法》第一次对快件验收进行了细节的规定。这个规定与今年 5 月份执行的《快递服务》新国标一致。

“先验收实际上指的是收件人检查外包装, 并非是检查内件物品。在外包装

破损的情况下才可以验货，而且这种情况收件人也可以选择拒签。” 娄晓霞说。

龙邦快递东莞一位业务员表示，龙邦一般情况允许客户先验收货件再签收，但不同快递企业有不同做法。网上买东西时，一些卖家也会给出先拆箱验货然后签字的承诺。

中通东莞网点一位业务经理对记者表示，关于验货的问题，除非外包装破损，中通确实要求收件人要先签字后验货，这个也符合新管理办法里的规定，“收件人发现有颜色不对，货不对板等，可以拒收退货，我们快递员当场可以证明登记。”

泄露客户信息最高罚 3 万

快递单号网上被卖、圆通等公司运输违禁物品而被注销二类货运代理资格……爆发式增长的快递行业近来麻烦多多。

针对客户信息泄露的情况，《管理办法(修订稿)》明确规定，经营快递业务的企业不得违法泄露在从事快递服务过程中知悉的用户信息；快递从业人员不得违法泄露在提供快递服务过程中知悉的用户信息。违反相关规定，企业和快递员都将受到处罚：由邮政管理部门对快递企业处以五千元以上三万元以下的罚款；对直接责任人员处以一千元以上五千元以下的罚款；构成犯罪的，依法追究刑事责任。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/10/45324.html>

【警示】无发票让网购维权无门

网络购物以其方便快捷、轻松下单、价格便宜等独特优势被越来越多的消费者所追捧，但购物网站上的网店良莠不齐，由于看不到实物，图片宣传的商品和实物在规格、尺寸、质量方面往往会存在差异，消费者利益受损，商家和消费者之间发生纠纷的事例屡见不鲜。日前有消息称，国家工商总局拟定的《网购商品交易及有关服务行为管理暂行办法》正在讨论中，网上交易市场即将面临规范管理的考验。

11 月 2 日是张华母亲的生日，张华提前在网上一家服饰店订了一条真丝丝巾，想生日当天给母亲一个惊喜。然而，当快递员将邮包送达后，张妈妈对这份在网上订购的生日礼物很是失望——丝巾上不仅有污点，仔细看上面还有几处抽丝，和网上的照片有较大区别。张华说：“我在网上找了很多家卖丝巾的，也比较了卖家的信用度和曾经的交易明细，最后挑了一家信誉度最高的店，买了这条丝巾，近 200 元。没想到送来的货是这样的，弄的母亲也很不愉快。”这次经历让张华对网购多少有些失望。

而师大的学生雯雯，在网上为自己订购了一款诺基亚手机，承诺 4 天到货，但是过去了 10 天，还是没有拿到货品。等着急的雯雯给卖家打了电话，但对方表示查一下货物追踪之后就没有了下文。几番周折后，雯雯才收到迟到了 14 天的邮包。打开仔细一看，手机是诺基亚的牌子，可是实物和专柜的区别很大，外壳的颜色和图片有很大差距。雯雯找到兰州市消协投诉，工作人员也无能为力，建议自掏邮费退货，这是唯一减少损失的办法。

据记者调查很多消费者有同样的经历，网上购物引发的纠纷逐年增多。据统计，2012年，在BCP信用投诉中心网购投诉中，互联网购物投诉同比增长23%。很多消费者反映，从网上购买商品特别是购买电器、艺术品等短期内无法发现缺陷的物品时，一旦支付了货款，再发现货物有缺陷想退换时，由于没有发票等凭证，往往维权无门。

记者在一家大型购物网站上看到，只要向购物网提供身份证复印件和银行账号，经网站认可，就可以在网上开店、在家里做生意了。网店经营者傅小姐告诉记者，开网店非常容易。“从批零市场进了一些耳环小饰品，然后就可以在网上开卖，前后仅需要两天时间。”

BCP信用投诉中心工作人员指出，由于网络购物这种“无店铺”型的经营模式缺乏正规、有效的管理，商业经营中存在诸多问题。比如：网店无故拖延供货甚至不提供货物；商品型号、实际使用功能与事先约定或承诺不符；存在网店信用欺诈现象；广告承诺的售后服务不能兑现等。而消费者维权难的主要问题在于消费者购买的商品以及得到的服务与购物网站的宣传不一致、购物网站故意拖延消费者要求维修或者换货的理赔要求、消费者难以出具网络购物出售商品的相关证据，造成消费者维权的困难。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/10/45379.html>

【最近两周投诉情况汇报】

一、投诉概况

2012年11月24日至2012年12月7日，BCP投诉中心共受理投诉92起，其中：已认证网站18起，解决率达91%；未认证网站74起，解决率达79.25%。

二、投诉现状分析

1、由（图1）中可以看出，2012年11月24日至2012年12月7日，已认证网站投诉达18起，与上两周相比，投诉有所下降。

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。

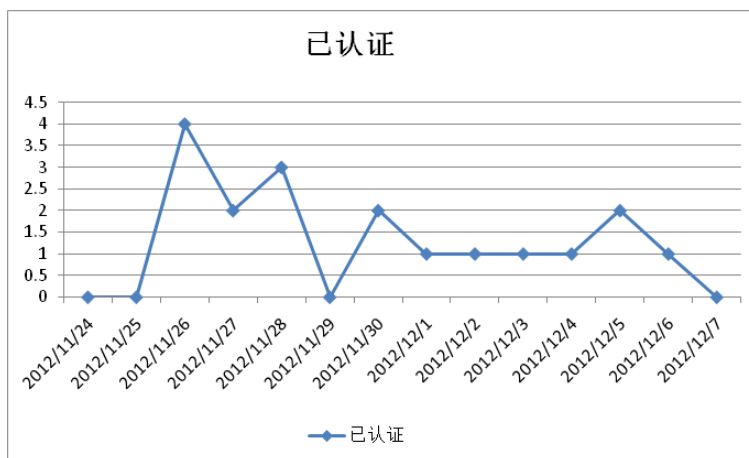


图1

2、2012年11月24日至2012年12月7日，投诉平台共受理未认证网站投

诉 74 起，平台投诉呈上升趋势；投诉问题多集中在“货不对版”、“不发货”、“快递被签收”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“唯品会”、“华为商城”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。

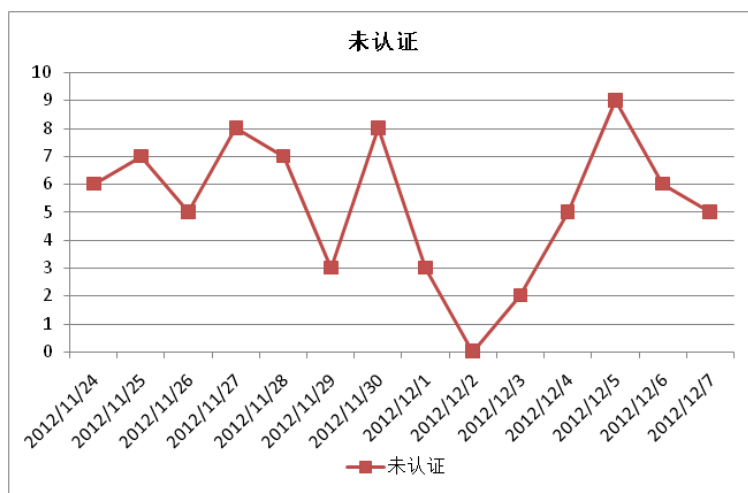


图 2

三、近期典型投诉案例

2012 年 11 月 21 日 BCP 信用投诉中心接到网友对聚尚网的投诉称退款迟缓。

以下为网友的投诉内容：

唐小姐称 10 月 30 日在聚尚网拍了一件 597 元的羽绒服，订单号为 DD201210317EEFE。

付款后几天了也没有发货，忽然接到电话说仓库库存有误，没有货了，之后就没了消息了。11 月 6 日，我与在线客服联系，回复说确实没货，只能退款。

我要求提现，但不能自己直接转到卡上或支付宝，需要他们转，9 号聚尚网就说转了，但卡上一直没有收到钱，就一直和客服联系，直到 17 号客服给我发了他们转账的回执单电子稿，显示 12 号已经转账成功，让我再去银行查看。

我又去银行查了近 20 天的记录任然没有，银行的人说可能确实转账了，但没成功就会打回原账户。之后又和客服联系，客服说周一财务上班再联系，今天我又联系客服，说让我耐心等待过两天再去银行查看余额，但银行说只要转账成功应该很快到账，不会等好几天。我很担心钱到哪去了，可客服不着急，总是让我耐心等待。

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与聚尚网处理，截至发稿前，我们没有接到该网站的任何回复。

据该网站介绍称聚尚网是由 F GROUP(F GROUP LIMITED)全资控股于 2009 年 7 月正式设立。利用闪购模式即 B2C 网站以限时特卖的形式，定期定时推出国际知名品牌的服饰商品，以原价 1-5 折的价格供专属会员限时抢购，每次特卖时间仅延续 5 到 10 天，先到先买，售完即止。

事件跟踪：

日前，我们接到聚尚网的反馈称由于客户卡号提供有误导致退款未成功转至其银行卡，11月23日已重新为客户转账，现联系客户，其表示退款已收到。

BCP 信用投诉中心提醒消费者在网络消费时要注意：

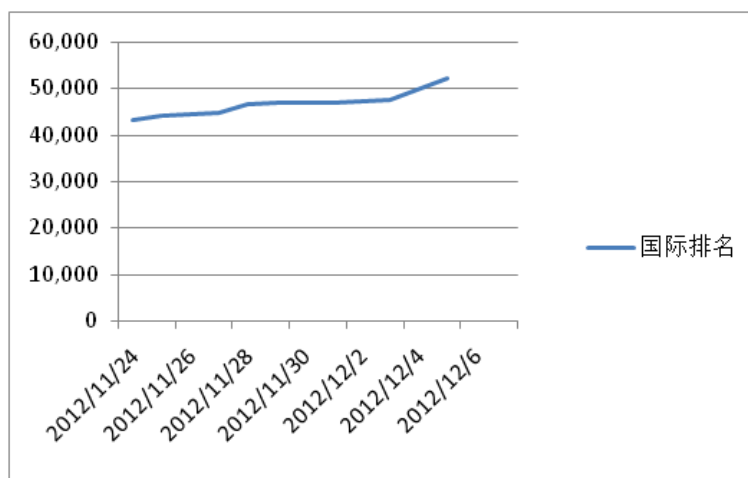
在网购前，尽可能选择经 BCP 信用认证中心认证过的网站。如在未经过 BCP 信用认证中心认证过的团购网站、网店购物时，应严格审核网站、网店的资质，通过第三方服务机构查询该网站的域名、备案、经营主体等信息。

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。

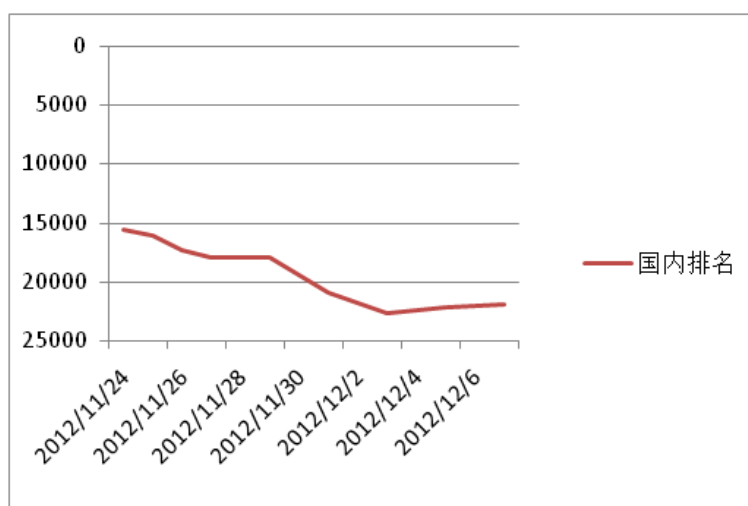
更多内容请登录中国商务信用平台 www.bcpcn.com。

BCP 网站统计汇总 平台本期日均最高 PV 为 7980

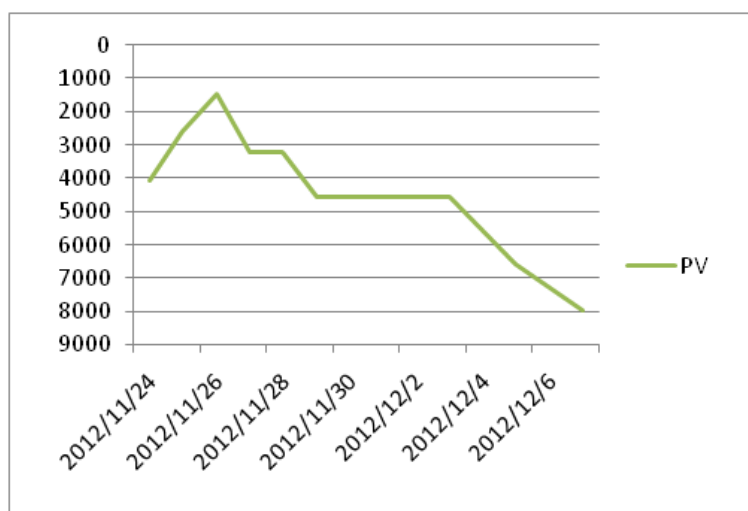
一、国际排名：中国商务信用平台（www.bcpcn.com）在 2012 年 11 月 24 日至 12 月 7 日网站排名基本保持不变，略有小幅下降，最好国际排名是 41283。



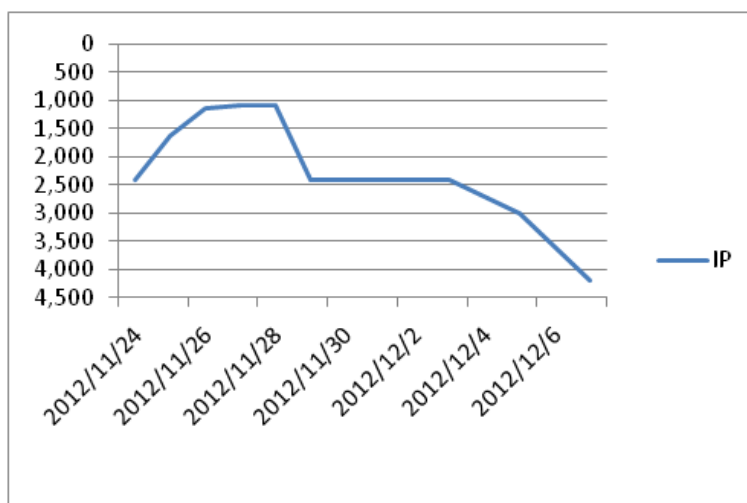
二、国内排名：平台网站本期国内排名有所下降，最好排名是 15546。



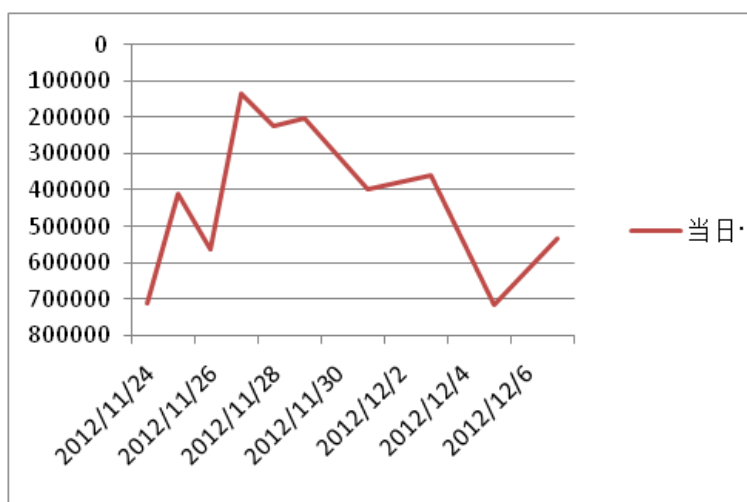
三、日均 PV 浏览量：平台网站本期日均浏览量呈上升趋势，最高 PV 为 7980。



四、日均 IP 访问量：平台网站本期日均访问量呈现上升趋势，最高 IP 是 4200。



五、当日排名：平台网站本期流量排名中期有所提升，最好排名为 134977 名。



本期 17 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 26 日至 12 月 7 日），上龙口东宝食品有限公司、山东华康蜂业有限公司、漳州市陈宇贸易有限公司、阿尔山市金仓商贸有限责任公司、无锡天鹏集团有限公司、中国茶叶股份有限公司、桦南恒源农副土特产品加工有限公司、天津古船投资发展有限公司、上海市食品进出口有限公司等 9 家企业，通过中国食品土畜进出口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，哈尔滨市广森木业有限公司、易惠购商城、熊猫商城、长沙市芙蓉区开联电脑商行、深圳市通达恒业科技有限公司、许团网等 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 信用认证助力企业品牌宣传

导读：日前，BCP 信用投诉中心发布了 2012 年下半年投诉受理情况分析。据统计，今年下半年，BCP 信用投诉中心共受理消费者有效投诉 3701 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%。在网购投诉日益成为消费者投诉的热点时期，为何 BCP 信用认证网站却能逆势坚挺，博得消费者口碑呢？BCP 信用认证又是如何帮助企业作出品牌宣传，赢得市场认可的呢？

网购成众矢之的消费信任该何处安放？

网购并非什么新鲜的词儿了，它作为 e 时代便捷的购物方式已为人们广为接受。但是，伴随着网购的普及，侵权投诉也随之而来。据 BCP 信用投诉中心的定期数据分析显示，网购投诉一直居高不下，且成数倍激增。网购侵权报道也是各大媒体的常客：质量问题居首、“售完即止”售后服务无保障等等问题成为困扰网购发展的重要因素，消费者的信任该何处安放？电商企业又如何突破信用这一瓶颈？成为全社会共同关注的焦点！

2012 年下半年，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。另外北京商报、中国消费者报等多家平媒也定期根据 BCP 信用预警信息及 BCP 投诉案例对网购焦点事件进行跟踪报道。同时，每周的 BCP 信用警示等内容被新浪、凤凰、天极等数十家网络媒体不断转载，据不完全统计，每周转载量达 20 余家。

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下主要包含以下问题，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。

网站处理态度差别大 BCP 助认证网站成行业标杆

据统计，今年下半年，BCP 信用投诉中心共受理消费者有效投诉 3701 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。BCP 信用认证为何能让团购网站逆境逢生？为何看似被监管的网站却能得到发展和宣传，博得消费者信任呢？

在第一批申请加入 BCP 信用认证的窝窝团通过认证后，不仅加强了售后服务等信用体系措施，同时，在受 BCP 信用认证中心第三方机构的监督下，网站的投

诉降到了最低，解决率达到了 100%。窝窝团负责人徐茂栋对于加入 BCP 信用认证表示，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，所以信用可以让窝窝团走的更远。

团购行业历经仅 2 年的爆发式增长，目前已经进入洗牌阶段，只有坚持创新，走差异化竞争才能在未来的竞争中获得长足发展。BCP 信用认证中心的动态监管机制，通过建立身份认证、商品质量安全、消费者权益保证金等制度，规范网商的行为，有效地为消费者提供最及时的信用认证结果和消费预警提示，为促进行业健康发展、构建商务信用体系而作出实质工作。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/47/45386.html>

第三方信用认证是电子商务健康发展的重要基础

近期, 多家电商巨头动辄数亿的让利规模, 可谓刀刀见血。业内人士表示, 目前我国的电商依然处于野蛮式发展阶段, 电商的价格大战, 是我国电商市场格局真正形成前的“最后一役”, 以烧钱圈地的方式抢占市场份额、无序竞争中所暴露出的诚信缺失等问题, 却早已成了行业潜规则。由此看来, 信用仍是电子商务快速发展中的短板, 引入第三方信用机制, 是从根本上解决电子商务的信用问题, 帮助电子商务企业走出诚信困局的有效途径。

信用认证将引出路 第三方信用监督显能力

信用认证主要从信息核实与信用级别评定两个方面对企业的商务信用状况进行核实公示, 其中, 信息核实是对照工商、税务、质检等机构的信息进行审核确认, 信用级别评定则实行星级管理, 认证机构根据企业资质、产品质量、贸易量、投诉率等对其进行评价, 按诚信度划分等级, 等级越高, 诚信度越高, 进行网络交易的成功率就越有保障。

第三方信用认证是电子商务交易的前提。实体企业在商务活动中通常采取面对面洽谈、交易的方式, 双方是在深入了解的基础上建立合作关系; 而电子商务是通过互联网促进企业间交易, 企业进入虚拟的网络平台, 其资质状况、信用级别等信息需要通过第三方信用认证的方式解决。

第三方权威机构是电子商务平台企业发展的战略伙伴。电子商务信用服务要具备中立性与公正性, 应在政府的主导下由第三方权威机构组织实施。当前, 电子商务平台对会员企业进行信用认证, 会严重削弱其权威性和影响力。电子商务平台引入第三方信用机构, 不仅能提高认证结果的权威性和影响力, 而且可以把信用服务作为增值服务提供给会员, 提高会员满意度及忠诚度。

第三方信用平台是电子商务企业健康发展的产业基础。电子商务平台企业进行信用认证, 目的是核实交易身份, 保证交易安全。目前, 各大电子商务平台的认证结果不通用, 增加了企业的工作量, 提高了认证成本。第三方信用公共平台的建设, 能够达到“一次认证, 多次应用”的效果, 企业一旦通过认证, 其认证结果便可在多个电商平台使用。

2010 年, 北京国富泰企业征信有限公司配合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, 共接受了近万家的网站报名申请。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。

B2B 商业搜索推信用认证 拓展中小企业融资渠道

缺少权威机构的实名认证, 中小企业很难自证信用。2011 年, 铭万联合中国国际电子商务中心与北京国富泰企业征信有限公司, 为所有加入 B2B 商业搜索

企业进行实名认证。据铭万副总张桐铭介绍，铭万 B2B 商业搜索通过国富泰对全国客户进行认证，具备权威性，且该认证并不排他。据悉，2012 年预计有 20 万家企业完成实名认证，到 2015 年这一数字将突破百万。张桐铭强调，B2B 商业搜索完全区别于传统通用搜索采取竞价排名的方式，结果页排序依照自然排序，不引入任何竞价因素。

国务院参事室特邀研究员保育钧会长表示，信用是不仅是各种商业活动的最佳竞争手段，更是中小企业信息化不断完善的重要基石，以信用为基础的绿色搜索将成为未来发展的大势所趋。他认为，信用认证将有效的为银行提供中小企业信用信息，这将为中小企业顺利获得融资提供有力参考，有效缓解融资难。

电子商务信用认证，是我国商务信用建设的一个有益探索，它不仅为电子商务相关法律法规的制定提供重要的依据和参考，也对当前行业规范和健康发展起着积极的作用。第三方信用监督的推行，有效弥补了相关法律法规的滞后状况，也为诚信经营的电子商业企业和广大消费者搭起了信用的桥梁。

相关链接：<http://www.bcpcn.com/articles/2/37761.html>

【信用百科】

BCP 信用投诉中心为消费者保驾护航

现在网上购物已经非常普及，网上购物方便快捷，足不出户就可以收到商品，本地买不到的地方也可以在网上买到。但是，虚拟交易和现实交易不同，网上购物也容易出现货不对款、图片与商品不符合等网络诈骗问题。遇到了这种情况，投诉就成了维护自身合法权益的有效方式。

为了规范电子商务市场秩序，帮助消费者维权，监督网站程序经营，BCP 信用投诉处理中心应运而生。由中国国际电子商务中心发起，由媒体舆论、购物网站、第三方监督机构等各界，共同组建的非盈利性的联盟组织。BCP 信用投诉中心旨在促进电子商务行业发展的同时，倡导绿色、安全、放心网购。

五大投诉机制 确保消费者有诉必答

为了让消费者上网购物放心，保护消费者合法权益，杜绝消费者以往遇到的投诉难、反馈慢等问题，BCP 信用投诉中心采用五大投诉机制，确保消费者的投诉能够每诉必答：

机制一、免费投诉：所有投诉受理不收取任何费用，全部采取免费受理；

机制二、实名投诉：对投诉采用“实名投诉”原则，对于非实名投诉的将作为无效投诉，不予处理；

机制三、每诉必答：对于每次有效的投诉，都会进行受理和答复，并将在 5 个工作日内进行满意度调查；

机制四、分类处理：根据投诉的类型，将分为督办、转交和移送三种方式进行处理；

机制五、信用奖惩：利用信用手段，对被投诉的网站进行信用加减分、升降级，信用公示及预警等方式进行奖惩。

多选择投诉渠道 保证消费者便捷投诉

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，开通多渠道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。

渠道一、在线投诉：通过中国商务信用平台网站进行便捷投诉 (<http://ts.bcpcn.com/>)

渠道二、电话投诉：通过全国免费热线投诉(4006-400-312)

渠道三、邮件投诉：通过网站客服邮箱，填写投诉单投诉(service@bcpcn.com)

BCP 信用投诉中心提醒消费者投诉注意事项

消费者在网络购物过程中，认为商家不诚信而与之沟通不畅的情况下，向第三方进行的投诉。在这过程中需要注意一下几个方面：

第一、投诉对象要准确：尤其是域名和购买商品的网址，不要只有网站名，因为网站易同名。

第二、投诉内容要详细：主要包括购买时间、商品、使用的用户名、订单编号等具体信息。并将网站违约等不诚信行为及交涉情况叙述清楚。

第三、投诉诉求要明确：例如投诉目的是退款退货，还是继续发货，或者是赔偿等，要求要具体明确。

第四、名字联系方式要翔实：投诉要将自己的姓名、手机号或者身份证号要填写具体，这样才能达到实名投诉，才会被受理。

BCP 信用投诉中心将提供一套完整的网络购物信用投诉解决方案，保证消费者的网购安全。

相关链接：<http://gftai.bcpcn.com/articles/47/45381.html>

【信用联盟】

本期信用应用联盟共计 6951 成员，新增 17 个。联盟成员：上龙口东宝食品有限公司、山东华康蜂业有限公司、漳州市陈字贸易有限公司、阿尔山市金仓商贸有限责任公司、无锡天鹏集团有限公司、中国茶叶股份有限公司、桦南恒源农副土特产品加工有限公司、天津古船投资发展有限公司、上海市食品进出口有限公司、哈尔滨市广森木业有限公司、易惠购商城、熊猫商城、长沙市芙蓉区开联电脑商行、深圳市通达恒业科技有限公司、许团网等。

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