



## 商务信用（BCP）简报

2012年5月7日至5月20日

2012年第10期总第50期

### 【信用政策】

- 国家发改委发文建设电子商务示范城市 促电商诚信发展.....2
- 商务部电子商务司司长李晋奇解读《“十二五”电子商务发展指导意见》...3

### 【工作动态】

- 途牛旅游网等旅游行业网站获电商信用认证 诚信让服务更阳光.....5
- 中国锻压协会诚邀国富泰开展 2012 年首批行业信用等级评价工作 .....6
- 网购被欺诈 BCP 信用投诉中心协助维权 .....7
- 2012 年中国轻工工艺品进出口商会力推信用等级评价 促诚信体系建设 .....8
- BCP 信用认证开启商务信用公信力 .....9
- 本期发布公告警示 20 条 网购奢侈品假货泛滥 .....10
- BCP 网站统计汇总 平台本期国内最好排名是 6361 .....18
- 本期 44 家企业（网站）集中报名参与评级认证工作 .....19

### 【各方声音】

- BCP 信用投诉中心电子商务领域信用建设发展的推进器 .....20
- 多方呼吁医药行业开展诚信体系建设.....21

### 【信用百科】

- BCP 支招：四大技巧降低网购风险 .....22
- 风险雷达舆情监测系统是什么？应用在哪些方面？ .....22

### 【信用联盟】

## 【信用政策】

### 国家发改委发文建设电子商务示范城市 促电商诚信发展

为促进电子商务健康快速发展，进一步推动落实国家发展改革委、财政部、商务部、人民银行、海关总署、税务总局、工商总局、质检总局联合发布的《关于开展国家电子商务示范城市创建工作的指导意见》(发改高技[2011]463号，以下简称《意见》)和《关于促进电子商务健康快速发展有关工作的通知》(发改办高技[2012]226号，以下简称《通知》)的各项工作安排，国资委有关部门决定组织开展国家电子商务示范城市电子商务试点工作，提出的“建立电子商务信用服务体系，加强网络商品交易监管，构建诚信交易环境”等八项要求。

一、促进国家电子商务示范城市各项创建工作任务落实。

做好电子商务发展与现代服务业、战略性新兴产业等领域“十二五”规划的衔接。协调推进相关部门和地区的电子商务规划建设，对示范城市开展的电子商务应用基础设施、公共服务平台、支撑体系建设等领域的试点工程给予支持。

二、推动商贸流通领域电子商务应用的健康快速发展。

研究推动网络零售规制和电子商务统计制度建设，推进内外贸流通领域的电子商务应用，实施电子商务示范基地和电子商务示范企业创建，并开展试点工作。

三、规范电子支付，推广金融 IC 卡应用。

加强电子支付服务市场的制度建设，强化对电子支付机构的监督管理，制定在线支付、移动支付技术标准和规范，组织开展在线支付、移动支付等基础平台试点工作，推动电子支付互联互通与安全保障体系、金融 IC 卡检测认证服务体系建设，促进电子支付、金融 IC 卡的应用与推广。

四、建立电子商务信用服务体系。

研究建立涉信执法信息开放共享和规范信用信息服务的机制、体制，组织开展电子商务信用体系、信用服务标准和信用服务监管等方面的研究，适时启动面向电子商务服务企业的在线信用信息服务平台试点工程建设。

五、开展网络(电子)发票应用试点。

研究完善电子商务税收征管制度，制定网络(电子)发票管理暂行办法及标准规范，研究安全网络(电子)发票系统及网络(电子)发票管理与服务平台的建设思路，形成试点工程方案并组织开展试点，推动基于电子商务交易、在线支付、物流信息的网络(电子)发票应用。规范电子商务纳税管理，促进网络(电子)发票与电子商务税收管理的衔接。

六、加强网络商品交易监管，构建诚信交易环境。

加快推进网络商品交易及有关服务行为监管的法制建设，开展网络经营者电子标识和网络交易商品、交易行为的标准规范与服务试点工作，促进电子商务市场主体、客体及交易过程的规范管理，维护网络交易秩序，改善公共服务。研究建立网络经营者统计制度，并组织开展试点。

七、研究跨境贸易电子商务便利化措施，提高通关管理和服务水平。

利用各示范城市的地方电子口岸平台资源，推动地方电子口岸开展跨境贸易电子商务服务，并开展试点。

八、积极推进电子商务标准化建设。

据悉，八部委还联合成立国家电子商务示范城市创建工作专家咨询委员会(以下简称专家委)。专家委的主要职责是：配合有关部门开展电子商务发展重大问题研究，为八部委研究制定相关政策提供决策支持，为示范城市完善创建工作方案、实施相关工程提供咨询指导。

相关链接：<http://www.bcp.cn/articles/2/35796.html>

### 商务部电子商务司司长李晋奇解读《“十二五”电子商务发展指导意见》

为在“十二五”时期更好发挥电子商务的推动与引领作用，进一步加快商务领域发展方式转变和结构调整，构建搞活流通扩大消费长效机制，培育参与国际合作和竞争新优势，巩固扩大应对国际金融危机冲击成果，保持国内外贸易和国际经济合作平稳较快发展，提升对外开放水平，遵照党中央、国务院的决策部署，商务部组织起草了《“十二五”电子商务发展的指导意见》(以下简称“指导意见”)。在起草过程中，商务部广泛征求了各地商务主管部门、中介组织、专家学者与企业意见，并在商务部政府网站公开征求社会各界意见。在充分吸纳各方合理意见和建议基础上，经反复修改，数易其稿，于2011年10月18日正式发布。

指导意见全面总结我国电子商务发展现状，分析指出存在的主要问题，着重强调“十二五”时期促进电子商务发展的指导思想与基本原则，明确提出了“十二五”时期电子商务发展的主要目标、工作任务与保障措施。指导意见的主要内容包括：

#### 一、“十二五”时期我国电子商务发展的基本原则与主要目标

指导意见指出，在“十二五”时期做好电子商务各项工作的关键是坚持和把握好五项基本原则。

一是促进融合。指导意见支持我国传统流通企业充分整合利用线上和线下资源开展网上营销；并且鼓励网络零售平台企业创新商业模式，向所有零售形态全面开放平台，具备条件的还要发展好建设好物流基础设施，共同促进电子商务服务业融合发展。二是示范引导。指导意见强调要以创建国家电子商务示范城市、示范基地和示范企业为抓手，支持引导电子商务欠发达地区、欠发达行业和企业开展电子商务。三是产业带动。指导意见鼓励促进我国企业应用电子商务开拓国内外市场，扩大对外贸易，拉动国内消费。四是规范发展。指导意见鼓励构建完善符合我国实际的电子商务法规、标准和统计监测体系，促进电子商务规范有序快速发展。五是政策支持。指导意见支持各地制定科学合理、符合本地区发展实际的电子商务扶持政策，为电子商务健康快速发展创造良好环境。

指导意见提出到2015年我国电子商务发展的主要目标。目标设定有两个突

出特点：第一，希望通过设定总体目标，使社会各界对电子商务工作有一个更全面、更深刻的认识，树立和倡导科学的电子商务发展观；第二，力求从定性和定量两个角度设定目标，使目标更具有代表性。

## 二、“十二五”时期我国电子商务发展的工作任务与保障措施

指导意见明确提出了“十二五”时期做好电子商务发展工作的三项主要任务，力求做到长期战略和近期行动的协调发展，既包括了深化普及电子商务应用等紧迫问题，也涵盖了完善电子商务发展环境、支持电子商务服务业、鼓励电子商务技术创新与模式创新等基础性和长远性工作，主要包括：

一是完善电子商务发展环境。这项任务细化分解为完善电子商务政策支撑体系、建立电子商务法规标准体系、统计监测网络与统计监测体系、电子商务信用体系、完善电子商务物流配送体系、应用电子商务开展对外贸易、加强电子商务对外交流合作等七项具体任务。二是鼓励发展电子商务服务业。这项任务细化分解为鼓励培育电子商务服务企业、鼓励电子商务技术创新与模式创新、支持发展第三方电子商务服务平台等三项具体工作。三是深化普及电子商务应用。这项任务又细化分解为应用电子商务促进商品流通与扩大消费、发挥电子商务优势推动对外贸易与经济协调发展、利用电子商务服务“三农”、支持鼓励企业运用云计算和物联网等信息技术拓展电子商务应用等四项具体任务。

为保障规划目标的实现和主要任务的完成，我们提出了九项重点工程和四项具体措施。重点工程是落实主要任务的具体手段，也是政府投资或政府引导投资的重点领域。在这些重点工程中，我们既部署了以创建国家电子商务示范城市、示范基地与示范企业的重点示范工程，又安排了中小企业与中西部地区以及城市便利店电子商务等重点促进工程，还综合考虑了传统流通企业、农村流通、信用体系、肉菜酒类流通体系、人力资源开发以及国际交流合作等重点建设工程。

为实现规划的主要目标和任务，我们提出了四项保障措施，以期在加强组织领导、完善促进机制、开展宣教培训与发挥专家中介作用等方面寻求突破。

相关链接：<http://www.bcpcn.com/articles/49/35795.html>

## 【工作动态】

### 途牛旅游网等旅游行业网站获电商信用认证 诚信让服务更阳光

BCP 中国商务信用平台：近日，中国国际电子商务中心·信用认证委员会正式通过了途牛旅游网(www.tuniu.com)等旅游类电子商务网站的认证申请，根据《电子商务信用认证规则》相关规定，途牛旅游网等参与认证的网站认证结果为信用等级“良好”，并为其颁发电子商务信用认证证书，相关认证结果已在中国商务信用平台(www.bcpcn.com)进行公示。

#### 旅游类电子商务网站投诉频发行业乱象严重

互联网的飞速发展以及旅游业的特性，决定了旅游电子商务成为网络信息时代炙手可热的行业之一。旅游行业电子商务时代，“上门服务”已经司空见惯。但热情上门者，“送”来的未必都是真服务。近年来，为促进消费，旅游景区联合旅游类电子商务网站加大促销力度，采用旅游券、折扣出行等方式吸引到不少游客的青睐。其中，一些不法分子也打起了旅游行业电子商务网站的主意，曾红火一时的“旅游券”模式也变得声名狼藉。

除此之外，利用旅游电子商务网站在线预订机票已经成为很多游客的首选，每当伴随着长假出行订票高峰的来临，各种山寨网站、机票诈骗日益猖獗，据统计，今年五一假期因为订票遭遇欺诈案例同比增长 96.8%。网购安全成为消费者在线预订车票、景区门票时最关心的问题。

#### 电子商务中心推“电子商务信用认证服务”工程把控旅游电商发展

为了更进一步对旅游行业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，对旅游行业电子商务网站进行信用认证服务，严格把控旅游网站的真实性，并根据消费者投诉情况时时调整网站等级，为消费者提供及时的信用认证结果和消费预警。

针对旅游行业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旅游行业优秀企业信息；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。

#### 途牛旅游网等获电商信用认证为旅游行业电商企业树立标杆

途牛旅游网等获得电子商务信用认证等级“良好”，正体现了中国国际电子商务中心·信用认证委员会对途牛旅游网长期以来诚信经营、诚信为本的充分认可，同时也是对途牛旅游网“三大阳光服务”的肯定。三大阳光服务是途牛旅游

网给每位消费者的承诺：“阳光价格：所有价格均明码实价，实时更新；阳光行程：所有的自费项目均准确明示，不含强迫自费项目；阳光支持：当您在途牛旅游网预订旅游产品后，我们会为您提供专属客服，保证随时为您的旅途提供支持。”

通过电子商务信用认证后，途牛旅游网将积极主动抵制业内不诚信经营行为，为旅游者和景点景区之间提供优质的双向服务平台，在旅游类电子商务行业内树立良好的品牌形象和市场影响力。

相关链接：<http://www.bcpcn.com/articles/53/35773.html>

## 中国锻压协会诚邀国富泰开展 2012 年首批行业信用等级评价工作

为推进锻压生产行业信用体系建设，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。2012 年 5 月 10 日，中国锻压协会发布通知，要求会员企业本着自主自愿的原则，按照相关要求填报资料，积极参加行业信用等级评级工作。据悉，中国锻压协会已邀请北京国富泰企业征信有限公司作为第三方，对该行业企业进行信用等级评价。

信用评价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。中国锻压协会高度重视信用等级评价工作，首先经商务部和国资委主管部门审核，于 2011 年 9 月取得了在锻压生产行业内开展信用评价工作的许可（商信用函〔2011〕2 号），并在商务部信用工作办公室、国资委行业协会联系办公室指导下，成立了行业信用评价工作委员会和信用评价部，制订了《中国锻压协会开展锻压行业信用评价工作实施管理办法》为信用评价工作的开展做了认真、全面的准备。

据悉，中国锻压协会将会在协会网站（[www.chinaforge.org.cn](http://www.chinaforge.org.cn)）、商务部中国市场秩序网（[www.12312.gov.cn](http://www.12312.gov.cn)）、中国商务信用平台（[www.bcpcn.com](http://www.bcpcn.com)）及其它网站和刊物对初评结果进行公示，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，并提交《锻压生产行业企业信用等级评价报告》。评价结果将刊登在《锻造与冲压》以及由商务部和国资委主办的《中国商务年鉴》与《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；并在“诚信兴商宣传月”活动、广交会、展会、论坛等场合发放。

开展行业信用评价工作，对提高行业企业的诚信意识和风险防范能力，增强行业自律水平，规范行业竞争秩序，促进行业健康发展，可发挥积极的促进作用。参评企业应用信用评价结果，将对企业各项经营工作的顺利开展提供有利支持和帮助，有助于提高企业管理能力，提升企业社会形象。

相关链接：<http://www.bcpcn.com/articles/47/35793.html>

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

相关链接：<http://www.bcpcn.com/articles/2/35653.html>

## 2012 年中国轻工工艺品进出口商会力推信用等级评价 促诚信体系建设

2012 年 5 月 17 日，中国轻工工艺品进出口商会发布通知，要求相关会员企业应按照相关要求积极填报资料，参加行业信用等级评价工作。据悉，北京国富泰企业征信有限公司继 2008 首次与中国轻工工艺品进出口商会合作后，又一次为其提供第三方信用服务。

据悉，中国轻工工艺品进出口商会将会在商会官网（[www.cccla.org.cn](http://www.cccla.org.cn)）、中国市场秩序网（[www.12312.gov.cn](http://www.12312.gov.cn)）、中国商务信用平台（[www.bcpcn.com](http://www.bcpcn.com)）及其它网站和刊物对评价结果进行公示，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，并提交《轻工行业企业信用等级评价报告》。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，与《协调与服务》、《广交会轻工工艺品馆馆刊》、《中国轻工工艺行业年度报告》等行业期刊，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，并在“诚信兴商宣传月”活动、广交会、展会、论坛等场合发放；享受商务部和国务院国资委以及国家其他部委所规定的相关优惠政策与支持措施。

另悉，中国轻工工艺品进出口商会在工作通知中，明确了信用等级评价的组织机构、专家名单与申报、评价程序以及初复评费用，并愿意就评价的过程接受政府部门与社会的监督。

相关链接：<http://www.bcpcn.com/articles/47/35794.html>

## BCP 信用认证开启商务信用公信力

BCP 中国商务信用平台：诚信之所以成为全社会关注的问题，是因为其不仅涉及经济社会领域，还涉及每个人的行为准则和切身利益。

商务信用评级是当今中国经济中出现的新生事物，为何保证商务信用评级业健康发展呢？公信力是灵魂，其过程和结果必须客观、公正、合理，才能获得社会的认可和信赖。我们今天之所以要大谈商业信用评级的诚信问题，因为只有做到诚信，其在经济发展中的作用才有意义。作为商务部中国国际电子商务中心下属的企业信用管理综合服务提供商，国富泰企业征信有限公司、BCP 中国商务信用平台依托商务部的业务背景和 CIECC 强大的信息资源，始终致力于我国商务信用体系建设，着手打造中国信用体系中央数据库的浩大工程。

公信力是一种自觉的依法合规经营意识，公信力离不开职业操守，更离不开法规意识的推动。当前，我国评级业在制度设计、监督管理等方面尚处于起步阶段，存在不少漏洞，影响了评级业整体水平的提高。BCP 中国商务信用平台负责人表示，要做到认证结果的“公平、公正、公开”，一是要完善相关法律规范，推行公平竞争和“双评级”制度，有效约束评级业行为，树立评级信誉；二要加大评级业监督力度，打破信息封锁，提高评级业社会透明度，以监督来推动评级业信任度提高；三要规范评级标准，打破各自为政、同质竞争的局面；推动评级业发挥自身优势，形成核心竞争力，为社会提供客观公正的评级信息。

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。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。

目前已有 70 多家知名团购、电子商务网站在 BCP 进行了信用认证的工作，并能很好的履行诚信宣言中的承诺，为促进电子商务行业健康发展做出贡献。

相关链接：<http://www.bcp.cn/articles/122/35510.html>

## 【电商公告和预警】本期发布公告警示 20 条 网购奢侈品假货泛滥

自 2012 年 5 月 5 日至 2012 年 5 月 18 日，中国商务信用平台（BCP）共发布消费警示 20 条：

### 【警示】提醒：网购奢侈品假货泛滥

BCP 中国商务信用平台：网购奢侈品以价格低吸引了不少消费者关注。虽然网购奢侈品价格优势明显，但网络购物平台却存在大量假货，质量无保证、维权难度大困扰着网购消费者。

随着电子商务迅猛发展，越来越多的消费者倾向于选择网络购物。近年来，各种高价奢侈品开始在网上出售，消费者也热衷于在网店购买。虽然网店出售的奢侈品价格低，但其中却充斥着不少假货。网购奢侈品质量难保证、售后服务差严重影响了网络购物在消费者心中的信誉和形象。

#### 品牌未授权质量难保证

近一段时间以来，网络购物平台销售的奢侈品存在诸多假货。去年，知名品牌天梭表与当当网之间就授权问题对质，当时一度引起行业内的高度关注。世界奢侈品协会的报告显示，有 38 个国际奢侈品品牌近日向世界奢侈品协会证实，目前没有在中国地区授权任何互联网站销售其产品，其中包括爱马仕、香奈儿、路易威登、江诗丹顿等。这些品牌表示，对未授权互联网所销售的商品不提供验货和质保服务。

记者了解到，在京东商城、当当网、亚马逊中国、1 号店等购物网站上，施华洛世奇水晶饰品常年打折，比实体店便宜近四成。近日，施华洛世奇终于无法容忍，向网络购物平台发起反攻。施华洛世奇(上海)贸易有限公司发布声明：“在中国地区内，没有授权京东商城、卓越亚马逊销售施华洛世奇的产品。同时，也没有在中国地区内授权任何网站销售施华洛世奇的产品。”公司还对京东商城方面提出了口头警告。

此外，施华洛世奇相关负责人宣布，施华洛世奇的中国产品保修只面向拥有产品保修卡和销售小票，并且是在实体店购买的产品。这意味着，在网上购买的施华洛世奇产品无法在实体店获得保修服务。虽然施华洛世奇已经公开发表声明，但记者发现部分网络购物平台仍然在出售打折、低价的施华洛世奇商品。

据相关媒体报道，由于售价过低，奢侈品品牌并不乐意跟奢侈品网站直接合作，担心打乱国内原有的价格体系。于是，奢侈品网站的货源大多是找人海外代购，通过国外 Outlet 大卖场进行批发或者找国际买手进货等。而货品供应链过长、来路不明和货源的不稳定性，使消费者网购奢侈品存在较大风险，消费者将面临没有保修，甚至不能退货的风险。同时，这也给奢侈品电商的经营造成了很大困难。此前，专营奢侈品的电商网易尚品网、呼哈网关停，品聚网则宣布因资金链断裂无法继续运营。

一位不愿透露姓名的业内人士表示，现在奢侈品来源主要是商家合法授权和代理商两种。奢侈品品牌对价格要求特别严格，一般并不会授权国内电商经营，

电商网站销售的奢侈品几乎都来源于线下渠道，最常见的方式是买断制和买手制。由于未经授权，电商网站又要保证低价优势，因此其销售的奢侈品是否为正品就很难确定。

#### 网购维权难

网络购物平台出售的奢侈品不仅质量难以保证，商品售后服务也难达标准。记者了解到，除了直营店，网站销售只有在淘宝网上设有旗舰店，其他电商网站都没有授权。来自一些奢侈品品牌的声明显示，在未经授权的电商网站购买奢侈品，消费者可能享受不到品牌商提供的售后服务。中国产品的保修只面向拥有产品保修卡和销售小票，并且在实体店购买的产品，其他电商网站都没有经过授权，消费者购买后将享受不了售后服务及维修。

为了解奢侈品网店售后服务状况，记者登录淘宝网站一家出售奢侈品的网店了解到一些情况。据这家出售奢侈品的网店店主表示，网店出售的均为正品行货，绝无假货，当记者询问如购买后出现商品质量问题该如何处理时，商家却没有给出明确答复。

相关链接：<http://www.bcp.cn/articles/6/35779.html>

#### 【警示】家电网购陷阱多防骗妙招牢记于心

BCP 中国商务信用平台：对于喜欢在网上进行购物的用户来说，如何才能在不足不出户轻松购物的同时，还能不被不良奸商利用而蒙受损失呢？接下来笔者就为大家总结了网购中需要注意的一些要点，只要大家牢记于心，绝对可以在网络平台上轻松而且放心的购物。

#### 货比多家价格一目了然

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，对此笔者专为大家挑选了高中低三款主流热销产品，并通过对网购平台的价格查询为大家罗列一下各平台在价格方面都存在哪些玄机。我们选取了目前比较热销的产品，它们分辨是三星 46D7000LJ 智能 3D 电视，海信 LED46XT710G3D 智能 3D 电视以及 LG 47LW4500 液晶电视，通过对各个网购平台的产品价格调查发现，每个平台的产品价格还是有很大区别的，而将近 1100 元的价格差对于用户来说还是非常大的，因此笔者建议大家不要盲目的选择一个网购平台就马上购买，也许多比一下会有更多意想不到的收获。

#### 擦亮双眼认真把货验

别以为锁定了选购的目标和值得信赖的电器商您就可以踏实的等待产品的送货上门了，据笔者了解，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货检验，很容易购买到因配送损坏所造成的“残次品”。

除了要谨防购买到的产品成为“残次品”之外，用户还应该防止购买的产品被电器商“偷梁换柱”，经过数据调查显示，由于电器商的疏忽，很多时候用户

选购的产品并非原先在网上定制的产品，并且这些产品无一例外的都是比之前定制的产品价格低。之所以会出现这样的情况一般都是电器商库存不足，但又不想错过客户的单子，所以会选择以次充好，如果用户不是太较真的人，也许混混也就过去了，如果用户非要之前定制的产品，那再将实情告诉客户，为其办理退货。

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商家客服，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。

送货上门没商量？

由于提供了货到付款的选择，因此不少用户希望经过验货之后在进行货品的签收，但是有些网购平台恰恰在配送中给用户抛出难题，例如货品只负责送到楼下，需要用户签收之后自行搬到家中，这种“无理”的制度在一些小的网购平台屡见不鲜，所以用户在选购中尽量选择诚信度较高的网购平台，这样可以享受到非常到位的售货服务。

“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，虽然每款产品在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 眼镜售价则是在 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。

不能验货付款？

验货付款是网购过程中比较常见的一个流程，拆箱验货的主要目的就是检查货品在配送过程中是否有损坏，但是是一些小的网购平台并不支持拆箱验货这一流程，并且客户人员声称必须付钱之后才能打开，因为如果货品拆箱之后若没有质量问题，用户要是突然变卦，产品就不能在保证卖给其他用户了，对于这种说辞笔者建议大家还是小心谨慎为妙。

防骗技巧牢记于心

除了注意上面的选购细节外，笔者再给大家支支招，希望大家在掌握的同时能够避免受到不良奸商的欺骗。

第一，选择具备增值电信业务经营许可证的网购平台，同时为了避免假冒增值电信业务经营许可证的出现，用户还可以登录 [www.miibeian.gov.cn](http://www.miibeian.gov.cn) 进行查询验证，或登陆中国商务信用平台([www.bcp.cn](http://www.bcp.cn))查询是否通过 BCP 信用认证。

第二，无论商品的售单价如何，都要向商家索要正规发票，这样如果用户在购买商品的过程中出现问题，均可以通过发票凭证得到相关法律的保护。

第三，查看电器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。

最后，留意客服人员是否专业，一般来说，比较正规的网络商城客服人员都是经过培训的，而且他们每天与产品打交道，对产品自然也就非常熟悉了。如果他们对自己的产品都不熟悉，那至少说明两点：一这家网络商城不专业，二这家网络商城卖出去的产品很少。这样的话，就要小心假货的危险了。

作为全新的消费方式，网上购物凭借其方便快捷的操作模式受到了越来越多用户的关注，但是在消费的同时，用户也不应该忽略对一些细节的把控，只有将各种防骗技巧牢记于心，用户才能在混乱不堪的网购中全身而退。

相关链接：<http://www.bcp.cn/articles/6/35780.html>

### 【警示】网购维权困境：成电商产业链难题

**BCP 中国商务信用平台：**不过在快速增长的繁荣背后，那些阳光照耀不到的阴暗也跟着不断滋生。因网购导致的大量消费纠纷越来越多见诸报端和网络。据中国消费者协会透露，全国 21 个省市消协上报的 2011 年上半年网购消费投诉共有 5530 件。若按照投诉问题性质分类，质量投诉占 28.8%，营销合同投诉占 21.2%，虚假品质占 8%，假冒、安全、计量、人格尊严等也各占一定比例；按照投诉问题类别分类，团购类投诉占 4.9%，非团购类投诉占 95.1%；按照网络消费合同类投诉情况分，不履行合同的占 35%，实物与宣传不符 18%，单方变更合同 11%，不履行三包义务 10%，拖延处理或维修 10%，此外还有发票问题、合同欺诈、强制交易等等。

而根据中国互联网违法和不良信息举报中心发表的公告，仅 2010 年接到公众举报信息 39 万多件次，其中有关网络诈骗类举报占了近 1/4。

那么这些遭遇网络购物不良体验的消费者中，有多少人会维权？在一项共有 1069 人参与网络调查中，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。为什么会遭遇此困境？根据这份调查显示，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。

这份调查从侧面折射出网络维权之路的举步维艰。首先，按照我国现行法律，维权往往需要公证购买假货的过程。对于网购来说，举证不仅难，还相当昂贵，这是阻碍消费者维权第一步。接着，由于网络购物所涉及产品的价格大多不高，有的甚至只有几元、几十元。对消费者来讲，若采取诉讼程序解决纠纷，需要先行预付案件受理费及其他相关开支，如果纯粹从保护自身权益考虑，通过诉讼程序解决纠纷将得不偿失，赢了官司输了钱，对很多人来说就失去了实际的诉讼意义。

随着网购成为人们消费的主流，网络维权，这场似乎无法胜利的战斗，必将成为电子商务这个产业链不得不面对并着力解决的难题。

相关链接：<http://www.bcpcn.com/articles/6/35781.html>

### 【警示】“寿衣事件”引网友吐槽 盼告别无语网购

据《新闻晨报》报道，一个差评引发的寿衣事件日前在网上引起广泛讨论。说起网购当中遭遇的闹心事，无论是买家还是卖家都有一肚子苦水。经过总结，买家认为最让自己困扰的极品卖家通常会采用快递恶心物品，或者电话骚扰这两种手段。而最让卖家无语的和头疼的，则是碰上职业差评师和职业网络碰瓷。

职业差评师：在电商平台上，让众多卖家最为头疼的莫过于职业差评师。因为一个差评就意味着拉低了网店的信誉，而网店能够吸引顾客和展现给顾客的第一印象就是网店的信誉评价级别。就像没有人愿意在一个苍蝇满天飞的店里用餐，也没有顾客愿意在一个开满小黑花的网店里购物。职业差评师由此应运而生。他们购物后故意给差评，一旦卖家与其商量修改差评，他们就会提出利益要求。

也正因为职业差评师的存在，现在不少卖家已经自发整理出了辨认和对付职业差评师的种种攻略。首先如果一个人的评价纪录中中评和差评居多，并且送出的中差评分散于各个网店，那么很大可能此人就是职业差评师。应对职业差评师的手段主要有引蛇出洞法，让对方主动提出修改评价的条件，并留下聊天纪录作为申辩证据，同时向网站管理方进行投诉，等待仲裁。

职业网络碰瓷：除此之外，其他职业网络碰瓷也让卖家深恶痛绝。作为一个业余卖家，刘先生就曾经陷入职业碰瓷买家为他设下的陷阱，并为此破了点小财。

他告诉记者，自己会把一些闲置物品放在网上销售，因为店里没多少商品，因此常常十天半个月也没人光顾，他便也没日日趴在网店里看着。四月初清明节前后，他一连三四天没上网，等到再次登录网店时却发现放假之前有人在店里拍了一张价值 300 元的交通卡，因为自己迟迟没有发货，对方已经申请了退款。认定这是自己的责任，刘先生爽快地联系了对方致歉并退款。

他本以为这事儿就算结了。没想到过了半个月，又在工作日的最后一天，对方向网站方面投诉他没有在 72 小时内按时发货，要求赔偿货品标价的 10%。还是跟之前一样，刘先生在周末又没有上网，等到工作日回到电脑跟前看到投诉时，已经过了网站给的解释期限。没来得及申辩，刘先生就不得不赔偿对方 30 元。尽管钱损失得不多，但刘先生很郁闷，因为感觉被人陷害，根据对方的行径，他怀疑对方是职业网购碰瓷。

事实也证明了刘先生的猜测，因为没过多长时间，对方就因为违规操作被网站封了账号。不过，刘先生损失的 30 元钱却没办法追回。

报复包裹：正像武汉买家被卖家快递了一份寿衣一样，近些年来类似的卖家报复性包裹事件层出不穷。寄大便的、寄带血卫生巾、寄冥币的……总之不恶心到对方，决不罢休。尽管这样的卖家最终都会受到网站方面的惩罚，但这样匿名的报复性包裹还是会让买家感到心惊。

午夜凶铃：卖家常用的另一招就是电话骚扰。市民王小姐就曾因评价问题而遭到卖家的疯狂报复。当时她在网上买了一件上衣，样品展示和商品介绍里都介

绍这是一款渐变色的上衣，然而当她拿到衣服时却发现衣服几乎看不出渐变，于是她给商品打了中评，并留下“实物与展示图片不符合”的评价。之后，卖家便打电话给她，要求她修改评价。王小姐觉得自己的评价并没有诋毁对方，只是实事求是地发表意见而已，所以不同意修改。由此，噩梦开始了，卖家连续十天之久，每天凌晨一两点打她的手机，一旦她接起电话就立即挂断。这样的行为严重影响了她的正常作息。

#### 调和冲突，沟通制度双推进

针对买卖双方的抱怨和苦恼，中国电子商务研究中心分析师莫岱青认为，在买卖双方均不存恶意的情况下，调和双方矛盾最重要的方式还是沟通。如果双方能够心平气和地进行有效对话，那么很大程度上有利于矛盾的化解。

当然，像职业网络碰瓷这样的行径却并非沟通能够解决的，他们一定程度上利用了电商平台的制度漏洞来谋利。对此，莫岱青分析称，再严谨的制度和条例，都难以避免出现漏洞。有人利用漏洞在所难免。在电商发展的过程中，为了得到一个更公平干净的交易平台，电商自身也需不断规范和完善各项规则。

相关链接：<http://www.bcpcn.com/articles/6/35717.html>

#### 【警示】网上销售药品一定要看清资质

BCP 中国商务信用平台：近日，国家食药监局在监督检查中发现，益肝解毒茶网等十个网站伪造或假冒开办单位，发布虚假药品信息，使用绝对化、承诺性的语言，对产品功效进行虚假宣传，严重危害公众用药安全。区食药监局提醒：消费者通过互联网购买药品，一定要查验药店的资质，看他们是否取得了《互联网药品交易服务机构资格证书》(网站首页显著位置必须标明互联网药品交易服务机构资格证书编号)，如果没有资质，千万别购买。

#### 假药网站多数虚假宣传

据悉，近年来，国家食药监局查处了一批非法售药网站，这些网站宣传和销售的“药品”，通常声称可以治愈某些慢性疾病、疑难杂症或性病等。区食药监局工作人员表示，非法网站利用慢性病患者病急乱投医的心理，找出一些所谓的权威专家、患者等现身说法，大肆宣扬“药品”功效，摧毁消费者的心理防线而使其购买网站药品。网站以电话订购或在线订购的方式，让消费者或向指定的银行账号、邮政信箱汇款，或通过货到付款的方式，向消费者销售药品。

#### 网络购药难维权

区食药监局工作人员表示，因为是网购邮寄过来的药品，违法行为发生地与消费者所在地都很远，当消费者发现药品为假药向当地食品药品监管部门举报后，当地监管部门又不具备相应的管辖权力，还要通过上一级监管部门向违法行为发生地发协查函，要求当地部门进行查处。

由于监管体制的原因，目前对网络购药的查处非常困难，区食药监局工作人员提醒消费者，不要盲目相信网上各种虚假宣传，如确需网购药品，应当通过国家食药监局公布的、具有合法经营资格的网上药店进行购买；另外，各种医疗机

构都不得在网上售药，凡打着各种医疗机构的幌子进行售药的都是非法行为。

### 买到假药应收集证据

据区食药监局工作人员介绍，不少消费者网络购药的原因，是病急乱投医，长年受疾病困扰，抱着试试看的心情进行购买；再有违法网站药品经营者肆意夸大宣传疗效，以声称可以治愈某些慢性疾病、疑难杂症或性病等迷惑消费者，并假借权威专家、患者等现身说法，使消费者陷入圈套，掏钱买药。部分消费者针对一些有难言之隐的疾病，碍于面子或某些原因，不愿到正规医院接受治疗，对于网站这种保密性的经营方式情有独钟，所以选择从网上选购药品。

近年来，关于网络销售假药的投诉愈来愈多，很多患者遭受了经济上的损失和精神上的伤害，但由于网络售药查处的特殊性，致使很多案件无法了结。提醒公众还是要增强自我防范意识，切忌病急乱投医，盲目相信神医妙药。市民在花大钱购买这些假药，无形中就成为了这些以谋取暴利为本的不法分子的幕后推手，助长了他们害人行为的嚣张气焰。

消费者一旦购买了假劣药品，最主要的一点就是要收集相关证据，及时向当地食品药品监管部门进行举报。网购药品时要提前保留好相关的书证、物证、交易资料、影像资料，当侵权行为发生时，以便拿起法律的武器捍卫自己的切身利益。

相关链接：<http://www.bcpcn.com/articles/6/35715.html>

## 【最近两周投诉情况】

### 一、投诉概况

2011年5月5日至2012年5月18日，BCP投诉中心共受理投诉239起，其中：已认证网站60起，解决率达90.00%；未认证网站179起，解决率达66.87%。

### 二、投诉现状分析

1. 由（图1）中可以看出，2011年5月5日至2012年5月18日，已认证网站投诉达60起，与前两周投诉量有所上升。但各认证网站均能积极配合投诉中心处理并解决网友投诉。

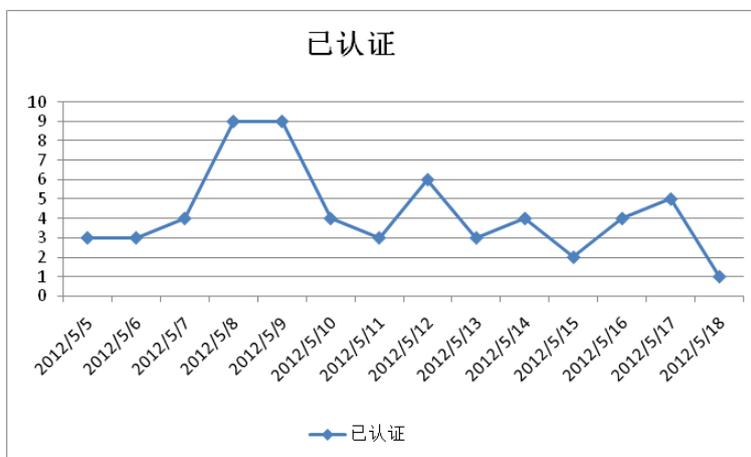


图 1

2. 2011年5月5日至2012年5月18日，未认证网站投诉量达179起，与前两周相比，投诉呈上升趋势（见图2）。

经过长期努力，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“网易印象派”、“新世界百货网上商城”、“天秀团”、等网站积极配合平台处理消费者投诉。

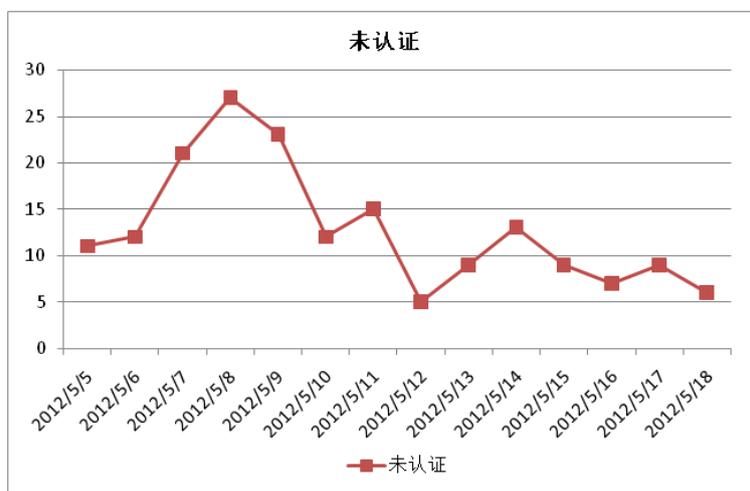


图 2

### 三、近期典型投诉案例

近期，BCP 信用投诉中心收到几起因“批发服装”产生的投诉。

2012年5月4日，山东的苗女士在某网站批发服装，银行汇出货款588元后，等待卖家发货。两天后卖家打来电话却说“要准备好2000元的保证金才给发货，否则将货物退回”。苗女士觉得事有蹊跷，后来投诉中心进行投诉。

河北的王先生也遇到了类似事件。2012年的4月王先生在某平价服装批发网购买了4900元的服装，卖家承诺3日内发货，但至今也没收到货物。王先生多次联系网站未果，目前网站已经关闭。

#### BCP 信用投诉中心提示：

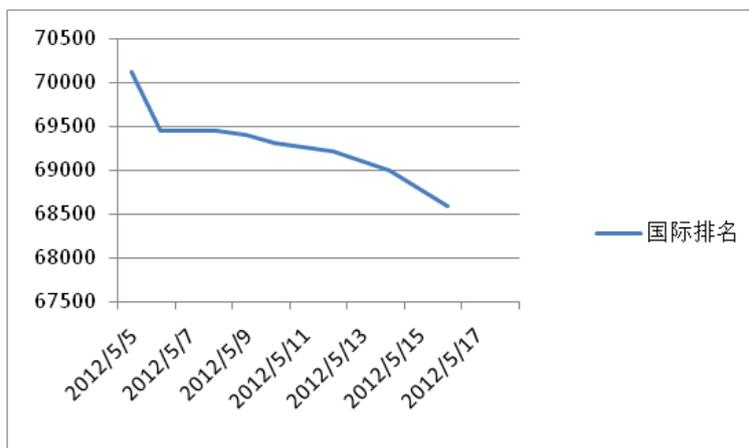
在网购前，尽可能选择经BCP信用认证中心认证过的网站。如在未经过BCP信用认证中心认证过的团购网站、网店购物时，应严格核查网站的经营许可证、工商执照等必需信息，切忌在“三无”网站进行购物。如购物涉及到押金、保证金等额外费用时，更应谨慎购买。

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。

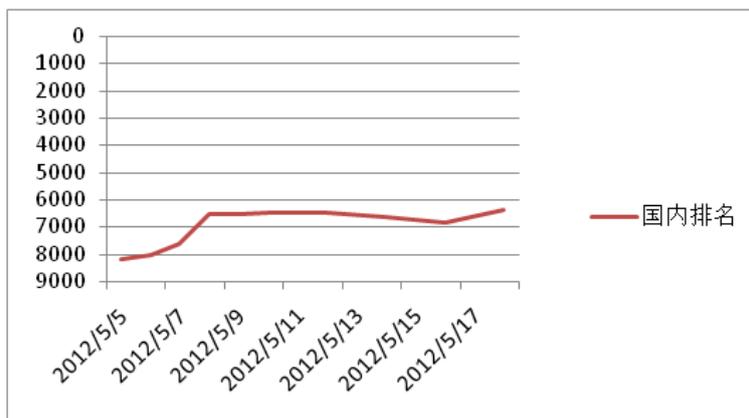
更多内容请登录中国商务信用平台 [www.bcpcn.com](http://www.bcpcn.com)。

**BCP 网站统计汇总 平台本期国内最好排名是 6361**

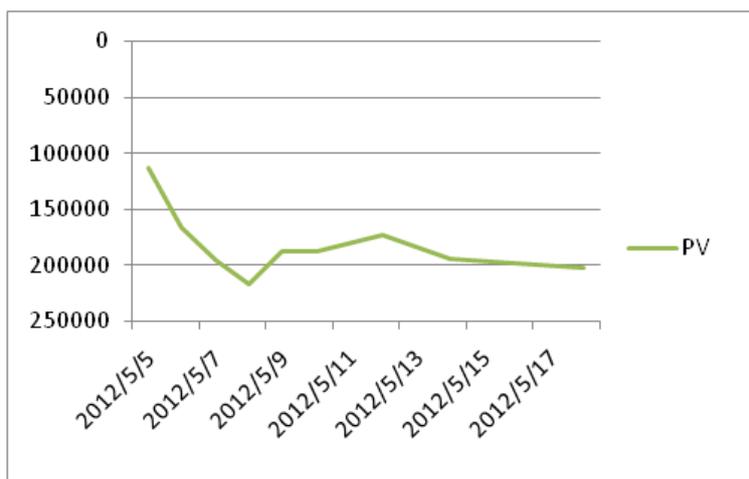
一、国际排名：中国商务信用平台（www.bcpcn.com）在 2012 年 5 月 5 日至 2012 年 5 月 18 日最好国际排名是 68585。



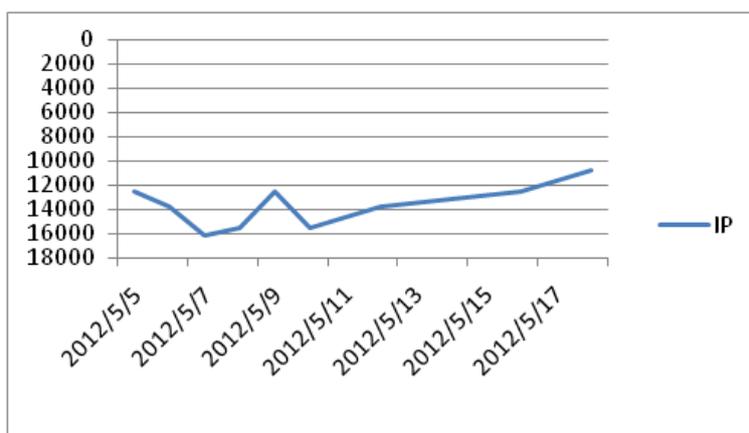
二、国内排名：平台本期国内最好排名是 6361。



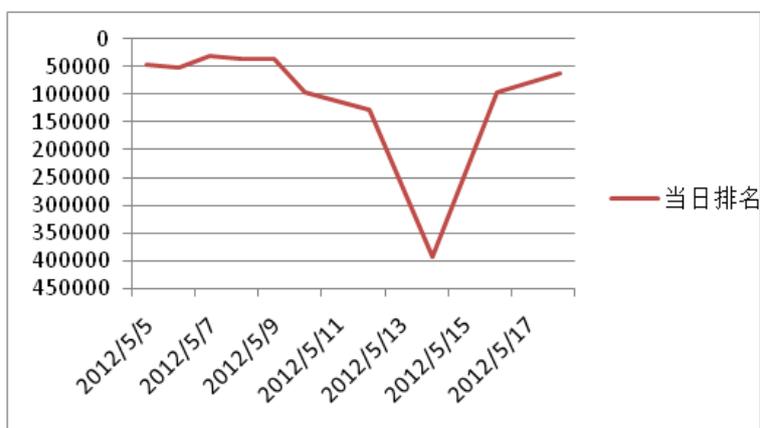
三、日均 PV 浏览量：平台本期日均浏览量呈平稳上升态势，最高 PV 为 216000。



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 16200。



五、当日排名：平台本期排名起伏波动较大，最好排名为 30459 名。



### 本期 44 家企业（网站）集中报名参与评级认证工作

据统计本期（2012 年 5 月 7 日至 5 月 20 日），北京久久神龙消防器材有限公司、航都（厦门）国际货运代理有限公司、重庆欧派信息科技有限责任公司、莱芜泰丰食品有限公司、上海三毛进出口有限公司、乡村基(重庆)投资有限公司、西安乐乐门业有限责任公司、陕西恒基智能化科技有限公司、扬州蓝图消防装备有限公司、群升集团有限公司等 33 家企业由中国烹饪协会、中国纺织品进出口协会以及中国消防协会向中国富泰评级递交申请，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，苍山县万福康蔬菜食品有限公司、福清春聚贸易有限公司、美哲教育、西安华冠知识产权咨询有限公司、广州市美丽匙化妆品商行、南岸林菲贸易行、桐乡市驰兰服饰有限公司、成都胜火网络科技有限公司、遵义市丹彩文化传播有限公司、西安德彩电子科技有限公司、上海锐时快递有限公司、蜂巢网等 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 信用投诉中心电子商务领域信用建设发展的推进器

BCP 中国商务信用平台：网购成为了年轻人的主要消费方式，但是商家往往很难让消费者满意，而引起消费者不满意的因素的根源就是在商家的信用。现在的网购商家的信用问题主要是因为商品的质量和送货的速度，但因为商品的价格低廉所以质量有时候不能有保障，而物流业也已经成为了网购行业的瓶颈，所以很多商家对消费者的投诉都进行了消极的处理。

BCP 中国商务信用投诉中心是专业受理消费者网络购物投诉的投诉中心，是商务部直属事业单位，是商务部发布《关于“十二五”期间加强商务领域信用建设的指导意见》之后主要推动商务信用的主要力量。

从近日 BCP 中国商务信用平台的投诉数据来看，网购行业的消费信用投诉正在逐渐减少，商家的信用意识正在逐渐增强，同时也表明了正是 BCP 中国商务信用平台大力推展商务信用使得商家信用正在逐渐回升。但只要消费者投诉就意味着电子商务领域的信用就存在着漏洞，近日，BCP 信用投诉中心受理了消费者龙先生的投诉。龙先生讲到，近日从嘉肯蒙(中国)男装定制网站购买了一套西服，货到后发现商品的尺码有问题并缺少东西，随后与该网站客服联系，但网站的客服服务很差，并推卸责任，不予理睬。

在接到龙先生投诉后 BCP 信用投诉中心的工作人员对消费者的信息进行了核实，并与嘉肯蒙(中国)男装定制的工作人员对情况进行了了解，同时引导该网站的客服人员正确处理龙先生的投诉。经过 BCP 信用投诉中心工作人员的协调，嘉肯蒙(中国)男装定制网站妥善的处理了龙先生的西装投诉事件，并且龙先生表示非常感谢 BCP 信用投诉中心为维护消费者权益打造了一个这么优秀的平台。

BCP 信用投诉中心在建立至今受理消费者投诉上万条，处理成功率近 100%，不仅让消费者维护了自己的合法权益，并且很好的引导商家走上了电子商务信用的高速铁路。BCP 信用投诉中心的出现，不仅让商家找到了正确的方向，同时符合《关于“十二五”期间加强商务领域信用建设的指导意见》的发展方向，是电子商务领域的一把利剑，同时也为电子商务领域信用建设增砖添瓦。

相关链接：<http://www.bcp.cn/articles/261/35783.html>

## 多方呼吁医药行业开展诚信体系建设

去年年底，国务院常务会议讨论通过了《国家药品安全规划（2011—2015年）》。其中“开展医药企业信用等级评价，对严重违规、失信者，将行业禁入”备受各方关注。只有让不良企业付出高昂代价，才能让全体药企不敢掉以轻心，始终坚持“安全第一”。

“小病拖，大病扛，重病等着见阎王”，是老百姓当中非常普遍的现象。小病拖成大病，大病“扛”成不治之症的，同样也是普遍现象。据我国卫生部门统计，群众有病时，有 48.9%的人应就诊而不去就诊，有 29.6%的人应住院而不住院。其实，近五成的群众应就诊而不去就诊，“看病难”并不是主要原因，主要原因是“看病贵”。

毋庸讳言，我国的药品安全现在还处于风险高发期。这些年来，药品的“虚高”也一直备受诟病：一些中成药添加了西药成分，却被吹嘘成“百分百纯中药，毫无毒副作用”；一些药品动辄戴上“最新成果”、“专家推荐”的帽子，哄骗消费者掏腰包，而“鱼腥草”事件、“欣弗”事件、“刺五加”事件，一次次刺痛着公众的神经，背后暴露的是生产、销售、监管环节中的违规失责。

与其他行业生产企业相比，药品生产、销售企业的特殊性在于，即使“偶”有一次违规操作、失信失范的行为，伤害的却是难以挽回的健康与生命。也因此，“安全第一”是这个行业的不二法则；而用“行业禁入”这样的措施来警示企业，正是降低安全风险的必要之举。所以，让更多药企习惯于讲信用、把好关，单单靠道德自律恐怕不行，必须建立一个标准化的行业信用评价体系，用制度的力量来惩恶扬善，形成讲规则讲信用的医药市场环境；单单靠禁令的震慑恐怕也还不够，更必须谨防“高举轻放”，只有实查真禁，让不良企业付出高昂代价，才能让全体药企不敢掉以轻心。

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。行业信用评价工作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。药企的规范、诚信，关系到行业风气，更与老百姓的生命健康紧密相关。开展医药行业信用等级评价工作，促进医药企业诚信经营，杜绝“天价药”，保障易患利益的有效途径，也是推进我国诚信体系建设的重要抓手。

国富泰信用评级中心作为商务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，并为诚信企业开通融资、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/2/35797.html>

## 【信用百科】

### BCP 支招：四大技巧降低网购风险

如何确保网购的安全性呢？对此，BCP 信用投诉中心向消费者传授了网购应该掌握的几种技巧。

第一选择信誉好的网上商店。购买商品时，付款人与收款人的资料都要填写准确，以免收发货环节出现错误；用银行卡付款时，最好卡里不要有太多的金额，防止被不诚信的卖家划拨过多的款项；遇上欺诈或其他受侵犯的事情可在网上找网络警察处理。

第二多看多问多查。仔细看商品图片，分辨是商业照片还是店主自己拍的实物，同时注意图片上的水印和店铺名，因为很多店家都在盗用其他人制作的图片。通过旺旺询问产品相关问题，通过卖家了解产品特征、性能，了解卖家的服务态度。查看店主的信用记录。看其他买家对此款或相关产品的评价；如果有中差评，还要进一步查看店主对该评价的解释。另外，也可以用旺旺来咨询已买过该商品的人，还可以要求店主视频看货。不要过分迷信卖家的“钻石皇冠”信用，规模很大有很多客服的要分外小心，坚决使用支付宝交易，不要买态度恶劣的卖家的东西。

第三通过搜索引擎查找商品。通过购物搜索引擎可以比较产品的价格、卖家支付方式、送货方式、信誉服务态度评论，也可查看卖家所在地。

第四到实体店进行实物体验。进行试穿、试用体验之后，如果感觉商品不错，再到网上下单购买。这种线下体验、网上支付的模式，可使消费者花最少的钱就能买到自己满意的商品。

相关链接：<http://www.bcp.cn/articles/82/35511.html>

### 风险雷达舆情监测系统是什么？应用在哪些方面？

风险雷达舆情监测系统覆盖全球 95%的中文社区（包括新闻门户、论坛、博客、贴吧等），不留死角地全网监测舆情信息；利用互联网信息采集技术，可以精确采集、定向采集，不漏掉任何一个重要舆情；了解隐患，挖掘分析未来趋势；并实现专题跟踪和自动预警；从而帮助政府和企业把握网民的舆论动态。

本系统能为舆情研究人员提供分析研究舆情的平台；第一时间了解“与我相关”的重大事件；准确地收集“我最需要”的舆情信息；透过内容的情感分析，自动分析评价信息的正负面；追溯网上重点内容的传播途径，分析传播趋势；对网上有害信息进行自动预警。

## 【信用联盟】

本期评价应用联盟共计 **6593** 成员，新增 **44** 个。联盟成员：北京久久神龙消防器材有限公司、航都（厦门）国际货运代理有限公司、重庆欧派信息科技有限公司、莱芜泰丰食品有限公司、上海三毛进出口有限公司、乡村基(重庆)投资有限公司、西安乐乐门业有限责任公司、陕西恒基智能化科技有限公司、苍山县万福康蔬菜食品有限公司、福清春聚贸易有限公司、美哲教育、西安华冠知识产权咨询有限公司、南岸林菲贸易行、桐乡市驰兰服饰有限公司等。

**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：010-67876100 4006-400-312

传真：010-87519008

E-mail: [service@bcpcn.com](mailto:service@bcpcn.com)

编委：

刘松江 刘鹏程 殷殷

联系方式：010-67876100-8058

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)