

《网络交易管理办法》将实施

网购新规给微博营销戴上紧箍咒

微博有偿营销难界定

由于微博营销拥有传播迅速、用户黏性高及趣味性等特点,凭借“大V”发出的软广告正在社交平台上迅速蔓延,与此同时,良莠不齐的营销信息也干扰了用户的正常判断。此次《办法》针对营销信息的性质,规定通过博客、微博等网络社交媒体提供宣传推广服务、评论商品或服务并因此取得酬劳的,应当如实披露其性质,避免消费者产生误解。

对该项规定,B2C电商平台产生了多种看法。乐蜂网相关负责人认为,增加活动透明度,对微博大号来说,是提高诚信的契机。弊端则是有一部分大号可能因此降低关注度,活动可能会因为所推广的服务、商品因不足以吸引消费者难以达到预期的传播目的。

当当网相关负责人向北京商报记者表示,从平台的角度来说,当当网无法控制商家的营销行为。平台能够做到的是严格要求平台商家对商品描述的客

为适应新消法,《网络交易管理办法》(以下简称《办法》)细化了对消费者权益的各项保护措施。记者日前在对各大B2C电商平台进行采访时发现,电商企业对《办法》中部分条例存在争议,有B2C电商企业及专家直言,《办法》中部分规定存在界定困难或是处罚过轻的情况,恐将存在落实困难的问题。

观真实性,以此来保证消费者在当当网购物的可信性。

凡客诚品副总裁许晓辉则认为,虽然该规定使信息更加透明化,但落实到实际层面或许较为困难。一方面执法机关很难界定微博营销是否收取过酬劳,另一方面,该规定推出后,有可能会使软广告变得更具有隐蔽性,使得软广告的真实性更难进行分辨。

平台区分落实度高

《办法》第二十九条提到的“平台细分”,其中“第三方交易平台经营者在平台上开展商品或服务自营业务的,应当以显著方式对自营部分和平台内其他经营者经营部分进行区分和标记,避免消费者产生误解”。

记者在京东主页发现,该平台在具体的商品页面上,关于“服务”的介

绍中,会写明由京东或是第三方发货并提供售后服务,且第三方经营者的商品页面的右侧,会注明该经营者包括名称、综合评分、所在地、联系电话等信息;而亚马逊也会在配送信息处显示由亚马逊直接发货或者是由第三方发货;乐蜂网在官网右侧会有自有品牌的滚动栏;当当网则是第三方店铺会在页面右侧显示店铺名称。

许晓辉认为,明确区分自营商品与联营商品保护了消费者的知情权,同时大型B2C电商平台为增强服务体验,其本身也希望加大自营商品和联营商品的区分度。记者对多家大型B2C电商平台进行采访后了解到,各电商对此也是抱支持态度。

用户或难保证权益

此外,《办法》还对7天退换货政策、平台不得

删除差评、企业对用户信息使用方法、不得恶意攻击竞争对手等行为做出规定。记者发现,对违反规定的企业,《办法》中最高处罚也仅为3万元。

中国电子商务研究中心特约研究员、浙江泽大律师事务所付勇勇律师认为,《办法》对违反条例的企业处罚力度不够。例如,对竞争对手的网站或网页进行非法技术攻击,造成竞争对手无法正常经营,根据《办法》第四章第五十四条规定,罚款金额为1万-3万元。考虑到有些网站巨大的交易量,《办法》规定的处罚力度恐怕难以起到作用。

中国电子商务研究中心特约研究员、北京惠诚律师事务所赵占领律师向北京商报记者直言,目前《规定》相对此前有很多改动,但部分条例如微博有偿营销并没有详细的惩罚规定,而对“不宜退货”的商品类型也缺少判断的标准,因此部分条例更多是号召意义,真正落实下来或将遭遇一定困难。

北京商报记者 耿嘉俊/文
宋媛媛/制图



· 资讯 ·

电商好客服月投票达40万张
今起启动专家评审环节

去年12月,北京电子商务协会主办,易观国际承办的“2013电商好客服”大型评选活动开幕。据好客服官方网站www.haokefu.org显示,截至本月14日,在为期一个月的企业团体赛网络投票过程中,收到来自网民的投票近40万张。在本次网络投票中,京东集团、小米网、当当网、拉手网、凡客诚品、窝窝商城、爱慕在线、乐蜂网、酒仙网、大麦网位居前列。今日,电商好客服将启动专家评审。

根据活动组委会介绍,本次“电商好客服最佳团队奖”和“电商好客服特色服务奖”将根据网民投票结果、行业和企业专家评审、第三方机构的研究数据和神秘体验者体验四部分结果综合汇总后评选而出。通过这种赛制使得比赛不但体现了公平、公开和公正的原则,也使得赛制本身的结果跌宕起伏。除了网民投票已经截止外,第三方研究数据、神秘体验者体验和专家评审正在按部就班地进行中。

2月10日“2013电商好客服岗位能手”网民投票活动上线后,得到网民的积极支持。截至本月18日,网民投票总数已经达到65万张。随着“电商好客服”官方微博配合推广活动的进行,投票人数每天都在成倍增长。本次个人评选活动将采用网民投票、专家评审和现场PK环节最后决出“2013电商好客服岗位能手”。

组委会表示,近年来电子商务大发展,电商间的竞争愈发激烈。在全球经济一体化大发展的背景下,电商企业的客户服务质量将成为企业生死存亡的重要指标。本次活动可使经营业绩出色、服务质量优秀、深受网友信任的优秀电商客户服务企业及优秀客服标兵脱颖而出,树立企业卓越服务的优秀典范、服务标杆和行业劳动模范,提升电商服务能力,推动电商行业服务水平和质量整体提升。北京商报综合报道

读图

全球十大创新零售公司名单出炉

眼镜电商Warby Parker最具创新力

全球十大最具创新力零售商一览

排名	企业	上榜理由
1	Warby Parker	独特的品牌形象
2	亚马逊	两天内到货的免费送货服务让对手望尘莫及
3	Legaspi	为迎合拉丁裔的文化习俗重建商场
4	J.Crew	成为美国服饰的标志性品牌
5	沃尔玛	部署移动互联网手段
6	eBay	模式迅速扩张,已成零售商最好的合作伙伴
7	巴宝莉	传统时尚优势与创新信息化服务兼而有之
8	Zady	流程完全透明化成零售新潮流
9	Farfetch	为浏览全球高端名品创立一站式服务
10	梅西百货	使全渠道概念主流化

备注:《Fast Company》是在美国与《财富》、《商业周刊》齐名的最具影响力的商业杂志之一。《Fast Company》每年会在全球范围内寻找具有创造性商业理念、增长速度快、具备一定社会公益性的企业(或个人)通过资深专业记者的投票评选出50名年度企业或个人,称为“Fast 50”。

美国商业杂志《Fast Company》近日公布了全球十大最具创新力零售商名单,它们分别是眼镜电商Warby Parker,亚马逊、Legaspi公司、服饰品牌J.Crew、沃尔玛、eBay、巴宝莉、在线零售平台Zady、时尚电商Farfetch和梅西百货。

在这份榜单中,Warby Parker排名榜首令人咋舌。Fast Company表示,Warby Parker不仅是一家公司,更代表着一种门类。Warby Parker取名于美国知名小说《在路上》中Zagger Parker和Warby Pepper,这使得这家眼镜电商的背景颇具上世纪60年代美国“垮掉的一代”的独特气质。更难得的是,这家店如今已在美国开设多个实体店,员工数量也上升至300人。当前在美国创业的多家企业都喜欢将自己标榜为某某界的Warby Parker,这使Warby Parker这一品牌得以在诸多老牌企业面前脱颖而出。

值得注意的是,排名第四位的J.Crew曾一度因受美国第一夫人米歇尔的青睐而成为“国服”的代名词,现在它已成为能够代表美国精神的全球中高档品牌之一。据了解,J.Crew早已走出国门开展全球化扩张

之路,在英国、中国香港、日本与澳大利亚早有分店。

2013年8月才上线的Zady是这份榜单中的黑马。Zady是一家专门为注重工艺与原创性的用户提供在线服务的购物平台,在这里无论产品

的名气大或小,用户都将查阅到从货品制作到成型的各类信息,这种事无巨细的背景资料披露被Fast Company认为是非常重要的创新能力。

北京商报记者 卢亦杉/编译
宋媛媛/制表