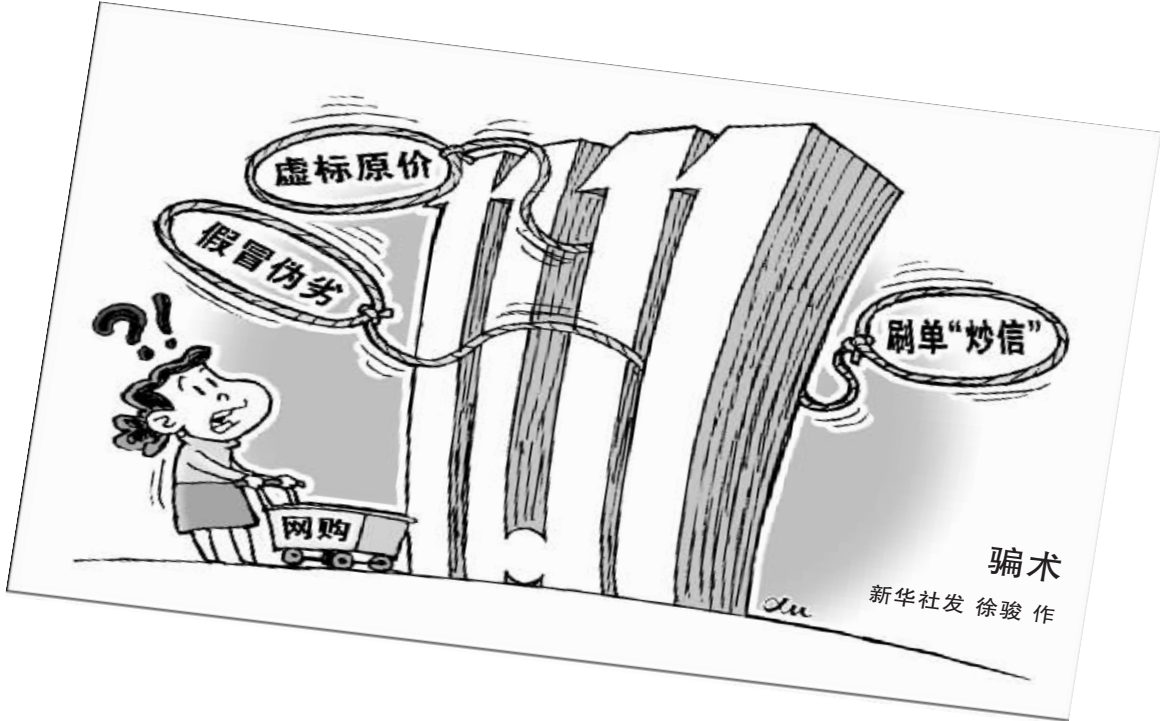


“旧疾”或缓“新病”露头

今年“双十一”要警惕哪些新骗术



1 网购举报量 连续 5 个月同比增 1200 %

网络的虚拟性为一些商家的不法行径提供了“温床”。一些网店通过售假、虚标原价、刷单“炒信”、虚假促销、误导宣传等行为，诱骗消费者上当。而每年“双十一”前后都是网购成交量暴涨的时期，针对一些违法违规行为的举报量也会成倍增加。

假冒伪劣

从国家信息中心、百度、中诚信等有关机构对去年“双十一”期间电商诚信情况进行的监测看，在媒体和网民曝光的失信案例中，涉嫌售假类占比高达 44.82%，同比上升 18.2%，售假已成为危害电商诚信的“头号毒瘤”。

虚标原价

日前，北京市发改委官网通报了北京国美在线 30 多个商品存在虚构原价、虚假促销、诱骗消费者等问题，并开出 20 万元的罚单。例如某款洗衣机的页面标示“原价 2098 元，活动价 1598 元”，而该商品在促销前的原价仅为 1198 元，反而比活动促销价还低。

刷单“炒信”

家住杭州的王女士自诩为“网购达人”，但就在上个月，她在一家信用等级为“皇冠级”的网店选购了一件“爆款”服饰，收到后却发现是以次充好的差货。“信用等级评价原本是要帮助消费者甄别店家，现在却成了一些不法商家吸引顾客的伎俩。”王女士说。

记者采访发现，今年以来，假冒伪劣、虚假打折、“炒信”等网络消费骗局有增无减。国家发改委 12358 价格监管平台公布的最新数据显示，截至今年 9 月底，网络购物举报量连续 5 个月同比增长超 1200%，其中，6 月、7 月增幅更是高达 2447%、2622%。

业内人士分析，六七月份举报量剧增的背后，正是各大电商平台年中大促时间，“双十一”恐怕更“难逃”举报量大增的局面。

浙江大学公共政策研究院执行院长金雪军认为，网购中的违法违规行为，不仅损害了消费者的权益，破坏了网购的生态环境，还会对正品、高品质的商品产生“排斥”效应，造成劣币驱逐良币。

2 网购环境有所改善 但新“病”又露头

近年来，国家对“双十一”等商家重要促销活动进行规范，包括价格、退换货、成交量等，同时修订后的消费者权益保护法、《网络交易管理办法》等对电商促销均有了法律法规制约。

除了监管，企业自律也逐步跟进。数据显示，2015 年 9 月到 2016 年 8 月之间，阿里巴巴旗下平台配合政府相关部门调查，约有 675 个假货生产点、仓储点和销售点被关闭，同时，阿里还主动关闭了 18 万多家各类不合规的淘宝店铺。

“随着对网购环境的加大整治，刷单现象已不像前两年那么明目张胆，我以前曾帮别人写过好评刷过单，但现在检查越来越严，钻空子概率低了，店被封了也不划算。”一位互联网业内人士透露。

经过整治和自律，网购环境改善了不少。但是，被采访的网购者认为，一些不良行为依然存在，只是换了一个“马甲”。中国电子商务研究中心的一份调查也佐证了消费者的说法。这份调查显示，目前网购环境中又出现六种新“病毒”要警惕：

其一，还是“刷单”，但更有针对性，大有“兵来将挡，水来

土掩”之势。一位网购消费者对记者说，自己对某个网店销售的某商品作了差评，但没想到一个多小时后就被淹没在了“水军”的好评中。

其二，价格标得很低，但当消费者拍下时，就变成了需满足“附加”条件才能享受低价。

其三，当附赠品出现质量等问题，要求售后维修或退换货时，商家不予理睬。

其四，网购骗术不断升级，“假客服”通过私人手机号码或短信形式告知消费者订单异常，致使消费者上当。

其五，朋友圈晒订单、晒转账截图，其实，转账记录、聊天记录、买家好评，都是有软件自动生成，以假代真。

其六，钓鱼网站制作的“有毒”二维码，只要网购消费者扫一下，卡里的钱就会轻轻松松被刷走。

“虚假交易、刷信用等情况是网购消费中独有的。”北京市汇佳律师事务所律师邱宝昌指出，这给监管部门治理带来了很大的困难，因为案情基本都是跨地域的，需要各地监管部门联合打击。

3 电商大国要做“增量”更要“提质” 治理网购乱象需多方联动

历经十多年的高速发展，我国网络零售市场规模连续三年位居世界第一。专家认为，作为电商大国，在做大“增量”的同时，还要不断“提质”。治理网购乱象需政府、企业、消费者共同努力。

商务部新闻发言人沈丹阳日前表示，针对往年“双十一”中存在的规范问题，今年将会同国家发展改革委、工商总局等部门加强对网络交易平台的监管，严厉打击违法行为。

针对网络购物中的“炒信”痼疾，国家发改委财政金融司副司长李聚合表示，将建立并定期共享“炒信”黑名单和联合惩戒子系统。对“炒信”主体将限制新设立账户，屏蔽或删除现有账户，扣除信用积分，限制提供互联网金融服务，限制严重失信寄递物流企业入驻电商平台，限制网络广告推广等。

10 月 25 日，阿里巴巴、腾讯、京东、58 同城、滴滴出行、百度糯米、奇虎 360、顺丰速运等 8 家企业签署《反“炒信”信息共享协议》。根据协议，各企业将加强内部信用管理，记录

“炒信”行为信息。在国家发改委、人民银行、中央网信办等有关部门指导下，企业将在全国信用信息共享平台定期共享信用信息，并应用到各类场景中。

法律专家认为，消费者也要行动起来，不能因商品“小”“少”而不为，发现虚假宣传、假冒伪劣等，应积极投诉。中国社科院法学所助理研究员周辉建议，在类似“双十一”这样的促销节点，消费者需特别注意网购过程中的流程和细则。如果遇到网购商品或服务质量问题，可通过协商、寻求工商部门或其他第三方维权机构帮助，遇到网购欺诈的应及时举报维权。

邱宝昌认为，针对商家在网络上进行虚假宣传、以假充真、欺诈消费者等行为，市场监管部门除依据消费者权益保护法、反不正当竞争法、广告法等法律进行监管外，还要依据网络广告管理的相关规定进行规范。

(新华社电)