

针对电商平台利用不合理的交易规则,对平台内经营者实施不公平交易行为的问题,草案二审稿增加规定,电商平台经营者修改平台服务协议应当公开征求意见,并提前公示修改内容。此外,相比草案一审稿,草案二审稿在保护消费者权益、强化平台经营者知识产权保

护责任、电子商务平台配合监管等方面增加了规定。

电子商务法草案二审：平台修改交易规则应公开征求意见



■ 彭新

近日,记者获悉,继 2016 年 12 月提请全国人大常委会初审后,电子商务法草案于 10 月 31 日提请全国人大常委会二审。

销售自产农副产品的网店可不工商登记

对于个人开网店要不要工商登记?电子商务法草案一审稿规定:电子商务经营主体应当依法办理工商登记。但是,依法无需取得许可的以个人技能提供劳务、家庭手工业、农产品自产自销以及依照法律不需要进行工商登记的除外。具体办法由国务院规定。不过,在分组审议时,出现两种意见。一种意见认为,上述免于工商登记的范围过窄,不利于电子商务发展。

另一种意见认为,草案与今年 8 月国务院发布施行的无证无照经营查处办法的规定总体一致,目前,工商登记、税务登记已合并,实行一照一码,工商登记是税收征管的基础,工商登记应当线上线下统一。

全国人大法律委员会经研究,建议将草案一审稿的规定修改为:电子商务经营者应当依

法办理工商登记。但是,销售自产农副产品、销售家庭手工业产品、个人利用自己的技能从事依法无须取得许可的便民劳务活动以及依照法律、行政法规不需要进行工商登记的除外。

平台应向工商税务部门报送平台经营者身份信息

草案二审稿规定,电子商务平台应当对申请进入平台的经营者的身份、行政许可等信息进行审查、登记。

一些常委会委员和地方、部门提出,应当进一步要求电子商务平台配合监管,向工商行政管理等部门提供经营者信息,并为经营者办理工商登记提供便利。

全国人大法律委员会经研究,建议增加一款规定:电子商务平台经营者应当按照规定向工商行政管理部门、税务部门报送平台经营者的身份信息和经营信息。电子商务平台经营者应当配合工商行政管理部门,为应当办理工商登记的经营者办理工商登记提供便利。

竞价排名的商品，应显著标明“广告”

相比草案二审稿,草案三审稿还增加多条、多款规定,保护消费者权益。如增加规定:电子商务经营者不得以虚假宣传、虚构交易、编造用户评价等方式侵害消费者的知情权。

在快递物流方面,草案规定,电子商务经营者应当按照承诺或者与消费者约定的方式、时限向消费者交付商品或者服务,并承担商品运输中的风险和责任。但是,消费者与电子商务经营者约定另行选择快递物流服务提供者的除外。

此外,草案还规定,电子商务经营者应当根据商品或者服务的价格、销量、信用高低等多种方式向消费者显示搜索结果;对于竞价排名的商品或者服务,应当显著标明“广告”。对未标明“广告”的,草案在法律责任一章规定,依照广告法的规定处罚。

平台修改交易规则应在主页显著位置公开征求意见

针对电商平台利用不合理的服务协议和交易规则,对平台内经营者实施不公平交易行为的问题,草案一审稿规定,电子商务平台经营者应当在其主页显著位置持续公开平台服务协议和交易规则的有关信息,并保证经

“双 11”环保新理念:物流业应为“绿色化”做出表率

■ 陈更生

“双 11”购物潮将至,包装物的使用必将又是天量数字。如何节约资源和生态保护,成为对电商平台的大考。不少电商平台通过探索减量化包装、加大纸箱回收力度循环使用、共享快递盒等方式,控制纸箱的使用,促进快递“绿色化”,拥抱“双 11”的到来。应该为这些电商平台点赞,希望更多的物流企业乃至上下游产业链,为“绿色化”做出表率。

据报道,由于我国已停止进口包括废纸在内的部分废弃物,加上国内许多中小厂商停产,造纸原材料紧缺,纸箱产量减少,造成原材料成本的增加,包装货物必不可少的纸箱近期已出现紧缺和涨价的现象,一些纸箱供应商甚至已对部分型号纸箱进行限购。根据快递企业、供应商企业提供的数据显示,各式包装物在快递企业营收成本中的占比约在 12%~15%。但辩证地看,这也在客观上推动



了电商节约资源和包装物的循环利用。

与其说电商纸箱循环使用是技术问题,其实从根子上讲是观念问题。比如,很多人会认为一个小纸箱不值几个钱。可是,比如,一个瓦楞纸制成的快递纸箱,售价最低仅 0.2 元,而在电商平台百亿交易量的加持下,汇集起来则不是小数目。天量的纸箱成本不仅使快递行业不堪重负,也给资源和环境造成了破坏。这笔账越及早算清楚,对环境对行业

发展也就越有利。

据中国快递协会预测,2017 年“双 11”期间,全行业快递处理量预计超过 10 亿件。令人欣慰的是,面对电商快递业的天赐促销良机,不少电商平台已将关注焦点转移到推动包装物循环利用上来。苏宁物流将推出 20 万个更加轻便、容易携带的共享快递盒,买家取出商品后快递方将对快递盒回收;京东物流始终在探索尝试减量化包装、循环包装以及

部分可替代纸箱的包装等,这些措施即有利于企业降本增效,也为“绿色化”做出了自身的贡献。

从全局和长远来看,绿色和环保是国民经济各领域发展的大势所趋,而电商和快递行业更是责无旁贷。当然,探索和践行纸箱循环使用也并非物流行业一厢情愿的事儿,需要相关各方共同努力和配合。消费者不要嫌费事,应配合快递员取走包装物;快递员不要嫌费事,要认真对待每件快递件包装物的回收;快递企业应努力消化由此造成的成本上升;相关企业应切实解决好定制类产品的物流包装等。这一系列问题解决不好,纸箱循环使用也就难以大面积推广。“双 11”一些企业为“绿色化”做出表率固然可圈可点,而更重要的是,“绿色化”是全社会持续健康发展的必由之路,电商纸箱循环使用等“绿色化”措施,并非只是“双 11”就万事大吉了,必须成为常态。

“双 11”前北京出台“12 不准”严格管控

“双 11”将至,北京市发改委出台了《北京市快递业价格行为规则(试行)》,对当地快递行业的价格调整明确提出了“12 不准”,对价格欺诈、串通涨价和价格垄断说“不”。《规则》自 10 月 25 日起实施,试行两年。据悉,这是国内第一个针对快递行业价格调整的行为规则。

快递业“12 不准”《规则》要求,快递业经营企业不得有下列 12 种行为:

- (一)未在经营场所醒目位置公示服务项目和服务价格等内容。
- (二)在标价之外加价出售商品,收取未予标明的费用。
- (三)对同一商品或者服务;在同一经营场所使用两种不同标价方式;以低价招徕顾客并以高价进行结算的。
- (四)开展价格促销活动时,相关促销内容、促销商品价格附加条件及其他相关限制条件不标示或者含糊标示的。
- (五)开展价格促销活动时,使用虚假的



或者欺骗性、误导性的语言、文字、图片、计量单位等标价方式,虚构原价、虚构降价原因、虚假优惠折扣,诱导消费者消费的。

(六)捏造、散布涨价信息,哄抬价格,推动商品价格过高上涨的。

(七)相互串通,操纵市场价格,损害其他

经营企业或者消费者合法权益的。

(八)捏造、散布涨价信息,哄抬价格,推动商品价格过高上涨的。

(九)具有竞争关系的快递业经营企业达成、实施价格垄断协议。

(十)具有市场支配地位的经营企业滥用

京东物流医药云仓 落户西安

自今年 5 月京东三大总部正式落户西安后,京东布局西北动作频频。10 月 27 日,京东物流牵手陕西怡康医药,在解决医药供应链方面展开合作,共同打造的“医药云仓”在西安落地,这也是京东布局西北的首个“医药云仓”。

据了解,京东物流于 2017 年 8 月开始推出京东医药云仓项目,旨在通过多年积累的物流经验,为合作方提供整套系统化的医药供应链解决方案,方案涵盖了仓储、运输、配送等各个环节。

京东物流相关负责人表示,京东医药云仓作为开放性的平台,在仓储物流方面会选择符合 GSP(《医药经营质量管理规范》)认证的具备现代医药物流资质的公司作为合作对象,发挥双方优势资源,整合体系化的运输与配送能力,既能提供符合 GSP 认证要求的商品验收、入库、存储、养护、出库等服务,又能构建强大的、符合资质的医药物流配送网络,覆盖运输车辆、运输司机、干线配送、终端配送等各服务环节,贯穿医药产业链上下游,各环节强化联动并深度融合,共建一个一体化的医药物流生态。“京东物流希望以开放的心态和行业内的伙伴们强强联手,实现互利共赢。”

据悉,京东物流选择与怡康医药合作,不仅是因为怡康是西北医药零售连锁龙头企业,更是因为其始终坚持科学管理、多元经营、持续增长的发展战略,这样的态度与合作姿态给了京东物流很大的信心。截至目前,怡康医药的连锁门店近 1000 家,业务覆盖了医药零售批发、医药电商、医药物流三大业务板块,药品配送覆盖了全省约 107 个县,注册会员 400 万人。

“怡康多年来都是自有车辆给零售门店配货,不仅补货时间需要 2-3 天一次,物流成本较高,且在监管和效率方面都不够灵活。”怡康医药相关工作人员表示,“在与京东合作之后,基本可以做到零售门店补货一天两送,后端供应链效率的提升,可以促进了前端门店销售,还大大降低了物流成本,提高了效率。” (刘军)

甘肃全面部署 促进物流降本增效

甘肃省交通运输厅日前出台《推进供给侧结构性改革促进物流业降本增效实施意见》(简称《意见》),从降成本、补短板、强服务方面布置具体任务,进一步促进物流降本增效。

根据《意见》,甘肃将推进“一中心四枢纽五节点”物流发展格局,重点支持兰州、天水、武威等节点城市公路港建设,布局和完善一批具有多式联运功能、支撑区域和产业经济发展的综合物流枢纽,加强公路、铁路、航空运输方式的衔接,强化集疏运服务功能,提升交通运输组织效率和网络化服务水平。

《意见》提出补短板,提高道路运输行业服务水平。在推广应用智能化物流装备技术方面,甘肃将在兰州国际港务区等示范企业推动货运标准化电子货单等技术标准的推广应用,逐步实现危货运输电子运单管理,发展厢式化、轻量化、专业化的公路货运车辆,今年年内完成 100%的不合规车辆运输车更新淘汰。在完善城市物流配送体系方面,重点建设城市分拨中心、共同配送中心和末端配送点三级物流服务体系。在健全农村物流配送网络方面,推进交通与邮政、供销部门农村物流合作共享,依托县公路货运站建设(改造)县域物流中心,加强与商贸市场、农资中心、邮政集散中心等衔接与融合等。

强化服务方面,甘肃将下放机动车综合性能检测站经营审批事项,压缩货运物流企业及车辆入户许可时限,简化办事流程,推行网上办理,强化事中事后监管;开展物流领域收费专项检查,年内取消道路运输经营许可证、车辆营运证、道路运输从业人员资格证工本费收费,取消外廓尺寸超限车辆行驶公路补偿费。 (牛强)

德邦快递成为 CBA 联赛官方赞助商

近日,德邦快递与中国男子篮球职业联赛签署合作协议,正式成为 CBA 联赛的官方赞助商。德邦快递将为 CBA 联赛的所有赛事活动提供一揽子快递解决方案以及贴心的赛事服务。

CBA 联赛是一项专业的顶级赛事,场上的优秀球员能够准确把握时间,精确完成传递和投篮,这契合了德邦快递“准时”这一产品优势,并充分诠释德邦快递专业、信赖、值得托付的形象,能够有效带动德邦快递品牌与消费者进行互动。

2017-2018 年 CBA 新赛季的一些焦点赛事上,德邦快递小哥还会现身 CBA 篮球场,奉献精彩的开球仪式,增加与观众的情感互动。就 CBA 联赛而言,双方品牌的强强联合,德邦快递将为中国篮球赢得更多关注,用自己的方式助力中国篮球发展,支持中国体育事业。

2013 年底,德邦快递正式面世,并针对客户不同需求,推出了 3.60 大件、电商件、商务件等快递产品。经过三年多的发展,以其卓越的客户体验正获得市场普遍积极的反馈,德邦快递业务收入增速实现倍数级复合增长,远超快递市场的整体增速。虽成立时间较短,但德邦快递在收派准时、末端服务质量等多个方面展现出明显优势。根据中国消费者协会 6 月份发布的最新报告《快递服务体验式调查报告》显示,德邦快递在 10 家快递公司中的综合排名位列第二。

此次携手 CBA 联赛这一专业顶级体育赛事,让更多消费者关注到快递,为中国快递行业争取更多积极的舆论关注,同时也能为德邦快递赢得更广泛的支持。 (陈媛)

支配地位,排除、限制价格竞争。

(十一)为了排挤竞争对手或者独占市场,以低于成本的价格倾销,扰乱正常的生产经营秩序,损害国家利益或者其他经营企业的合法权益。

(十二)其他违反价格法律、法规和规章的违法行为。

新规明确了对于快递行业价格违法的处罚责任问题。针对快递业价格违法行为的行政处罚,原则上由价格违法行为发生地的区级价格主管部门来负责管辖,而对于价格违法行为发生地难以确定的,将由快递业经营企业住所地的区级价格主管部门负责管辖;快递业价格垄断行为,将由市级价格主管部门负责管辖。遇到快递价格违法问题,消费者则可通过价格举报电话 12358 来维权。北京市发改委价监局相关负责人表示,违反本规则相关要求的,价格主管部门依据相关法律法规规章进行处理。 (刘芸)