

重庆：“电子执照”提供保障 网店信用不再是“摆设”

□ 李文娟

目前,我国大多数电子商务平台都采用信用等级评价机制来对网店诚信进行约束。但是,随着我国网民和网购交易额不断加大,现有的评价机制已不能为消费者安全购物提供有效保障。其一是因为网店数量的快速增加,导致消费者面对的信息量过大,从而让顾客失去了对商品的判断标准;其二是现有的信用等级评价机制成为不良网店“作弊”的工具,随意篡改评价信息或不断炒作信用,使得网店信用等级成了毫无价值的摆设。

重庆渝中区工商局日前透露,今年内该局辖区内的 1000 多家电子商务企业,将免费领取“工商行政管理电子图标”。这意味着网购市场的管理将走向规范化,对网站业主的约束将会加大,当前网店信用缺失困局将得到缓解。现实和经验告诉人们,只有消费者的合法权益得到保障,网购市场才能得到健康、有序地发展,企业才能不断地发展、壮大。

重庆“电子执照”给消费者吃定心丸

当网商群体越来越壮大的时候,由于信用缺失,在网络贸易中受损的情况也越来越多。在鱼龙混杂的电子商务市

场中,相关部门为引导和帮助电子商务经营者主动公开其真实合法的市场主体资格信息,促进电子商务信用体系建设就显得尤为重要。

近日,随着 3·15 的临近,重庆渝中区工商局决定在年内对辖区内的 1000 多个电子商务经营者免费发放“工商行政管理电子图标”。据报道,这个图标上将记录网店的成立时间、法人等资料的基本情况,这些信息将为在相关网店消费的个人提供后续保障,即一旦购买的商品有问题,消费者可以根据这些信息进行索赔或投诉。此外,该局还建立了电子商务经营主体信息数据库,对不诚信经营在网上黑店将纳入黑名单,通过市工商局和市政府官方公众网站定期向市民发布,以此向消费者预警。同时,“工商行政管理电子图标”实行“经营主体主动申请,工商部门审核发放”的原则和方式进行,全程免费,为业主办理提供了更多的方便。

在网店信用评级制度一度被卖家“绑架”,甚至被当成特殊“商品”进行“买

卖”的时候,渝中区工商局的做法或许可以给大家更多的借鉴。其实该局的此举的目的非常明确,用渝中区工商局纪检组长陈启玲的话来说,发放“电子执照”是为了保障消费者的合法权益,让消费者在网上购物后索赔更方便。

“电子执照”将缓解网店信用缺失困局

其实渝中区工商局并不是第一个想到要吃这个“螃蟹”的人,因为早在之前就有些地方计划发放“电子执照”来



开网店不仅需要创业手册,还需要营业执照。

看好我国商业地产 外资投资今年将加力

密集的政策调控令我国住宅市场今年的走势显得比较微妙,但在商业地产投资方面,不少外资发展商已明确表示今年会加大投资。

如在大连、杭州、苏州等地投资工业园区项目的新加坡腾飞集团已在进行战略调整,新任 CEO 吴来顺日前表示,园区定位正由传统商务空间向综合社区转型。另外,今年还会拓展房地产基金业务,不论是对商务园区项目还是商务办公楼宇,都会加快投资进度。同时,继续成立更多的境外房地产基金来投资中国



进一步规范电子商务的管理。去年年底,深圳市就提出要对电子商务试行发放电子名称卡、电子执照和域名(或 IP 地址)工商备案制度,提高电子商务经营主体身份的可识别性。

来自中国互联网络信息中心的数据显示,截至 2009 年底,我国共拥有网民 3.84 亿,去年全年国内网络购物市场交易规模达到 2500 亿元。在极大的网购市场以成倍的速率增长的同时,由此而产生的网店的信用问题、网购纠纷也层也不穷。同时,日新成熟的消费群体对网购的安全性、品牌、服务也都提出了更高的要求。然而,与网络购物的庞大规模不相适应的是,目前,针对网店管理、保障网购消费者的权益等方面,我国的法律法规仍是空白。

据了解,我国各大网络购物平台采取的保障消费者权益措施仍带有强烈的自愿、自律色彩。我国国内几大电子商务巨头如淘宝、拍拍、当当网等,大多实行实名认证,并建立起一套相对可行、完善的诚信评价机制,但这种机制没有任何监督,几乎处于没有约束的“真空”之下,因此很多不良商家利用这一点进行制假售假、或者自行更改评价等级,极大地损害了消费者的利益,大大地降低了网购的安全性。

给网店发放“电子执照”,对网络市场进行约束,在短期内可能会产生一些负面影响,如经营成本提高、交易量下降等。但是从长远来说,“电子执照”将

有利于提高网店的身份的可识别性,从而加强在线交易的安全性。

保障合法权益才是网购发展动因

易观国际 Enfodesk 产业数据库近期发布的监测数据显示,2009 年第四季度,中国 B2C 网上零售市场规模达 792 亿元,同比增长高达 181%,网购用户规模也将突破 1 亿。

这些数据表明中国电子商务已经进入了快速发展阶段。在网络购物规模不断扩大的同时,政府相关的配套法规、监管措施也应当适时地跟进,这样才能保障 1 亿网购用户的权益。这就要求政府部门要不断完善政策,借鉴国外的先进经验和措施,创新监管方式方法,促进网购市场的竞争更加有序,逐步实现对网购市场的规范管理。

而作为网店业主,需要不断加强自律、诚信经营,为消费者建立良好的网购环境,打消消费者对网购安全性的疑虑,才能实现网上经营的“细水长流”,才能做强做大。

消费者则需要不断加强学习,通过靠法律维护自身利益。总之,规范网购市场是提高消费者对网店的认可度和信赖度,实现网购市场良性、健康、循环发展的重要举措。



北京商家傍政策掘金淡季销售

春节消费集中释放后,商业销售将出现周期性的淡季。面对商品价格上涨可能引起的消费紧缩等现实问题,京城商家跳出往年促销策略,傍着国家和地方政策做文章,通过有效供给挖掘淡季销售。

尽管宏观形势使消费面临后劲不足问题,但京城商家已为打好今年这场

硬仗做好了准备。

苏宁电器集团华北地区管理总部副总经理潘敏在接受记者采访时介绍,去年住房销售带来的家装需求会给家电企业带来至少半年的销售市场。

苏宁会借助家电下乡提高最高限价的政策,做好农村市场,今年北京苏宁将直接负责北京周边承德、张家口等地区

的市场开发,并在北京市场开乡镇店。

蓝色港湾相关负责人表示,为配合北京打造国际商贸中心的战略性决策,蓝色港湾的时尚品牌发布会、灯光节等商业文化活动增多,近几个月的场地档期已基本安排满了。

商务部相关人士此前表示,预计今年消费市场将以平稳回升为主,全年社

会消费品零售总额可达 146 万亿元,同比增长 16% 左右。人民大学发布的相关数据甚至将今年社会消费品零售额增幅的预期值定为 18%。

但是,在降价促销带来行业利润下滑、商品同质化严重的现实情况下,如何保持销售业绩良性增长是商家亟须解决的问题。

中国人民大学商学院教授黄国雄认为,商家如果停留在一般性经营和现有商品的经营职能上,只能保持现有商品的销售增幅。如果要保持社会消费品零售额达到 18% 左右的增长速度,商家最大的问题是提供有效供给,开拓新的市场。针对新的消费形势,采取新的经营措施。(吴文治)

国研中心预计:今年物价涨幅先高后低

□ 刘 慧

2009 年我国宏观经济的一个明显特点是:当信贷、货币供应量和固定资产投资纷纷创造出近 10 年甚至是近 30 年新高的情况下,物价却在低位运行。2010 年,物价涨幅会有哪些变化? 记者就此采访了国务院发展研究中心金融研究所证券研究室主任范建军。

记者:2009 年为何在货币、信贷和固定资产投资高速增长的同时,各类物价指数仍能维持在低位运行?

范建军:究其原因,主要是因为金融危机爆发之前,政府为控制物价实施了一系列紧缩政策,其结果是大量投资品产能过剩。金融危机爆发后,出口部门也出现了产能过剩问题。总之,来自投资品部门和出口部门的过剩产能能有效缓解了之后货币供给(名义需求)对实体经济的巨大冲击。

同时,资产市场价格上涨分流了相当规模的货币供应,股票市场和房地产市场在 2009 年同时出现“量价齐升”,有效分流了商品市场的货币供应压力。另外,黄金、债券、商品期货等资产市场价格上涨也都不同程度地起到分流实体经济流动性压力的作用。国际大宗商品价格的下跌也“吸纳”了大量国内通胀的压力。

记者:2010 年的物价指数与 2009



年相比有哪些变化?

范建军:进入 2010 年之后,上述情况都已发生改变。

首先,产能利用率正稳步上升。根据国家统计局的数据,2009 年四季度产能利用率已上升到 81.5%,比 2009 年三季度上升 16 个百分点。2009 年 22.5 万亿新增固定资产投资所形成的新生产能只能减缓产能利用率上升的速度,却不能改变它上升的方向。随着出口的好转,金融危机时期转向国内市场的一部分产能可能重新转向国外,这也会在

某种程度上提高国内产能利用率水平。一旦产能利用率上升到 85% 左右的正常状态,价格上涨速度将会明显加快。

其次,2010 资产市场对货币供应的吸纳能力将明显减缓。受保障性住房供应量增加和二套房调控政策的影响,2010 年商品房交易量和价格上涨潜力不大。2010 年上证指数在 3000 点左右继续上涨 80% 的概率不大。

最后,目前 CRB 指数已经恢复到接近 2007 年的水平,虽然上半年受美元升值和世界经济复苏缓慢影响上涨压

力不大,但其对国内通胀的“吸纳”作用已经不如 2009 年那样明显,而且它很可能随着世界经济的复苏于下半年恢复上涨,因此,通过国际贸易手段增加国内总供给的通胀化解渠道已不再有效。

简而言之,上述三个能有效缓解名义需求冲击(即货币冲击)的因素在 2010 年将变得不再那么“有效”。而目前实体经济仍处在货币洪峰的冲击之下,因此,2010 年各类物价指数必将有一个明显的上涨过程。但是,也没有必要将这个物价上涨过程看得过于可怕,因为只要调控得当,随着时间的推移,货币洪峰迟早会过去。

从最近的数据看,这轮货币冲击波已有逐渐减弱的迹象:信贷增速已经连续 3 个月下降,今后只要保持“适度”调控张力,全年逐月下降态势不会改变;广义货币 M2 增速也已经连续 2 个月出现较大幅度下降,目前逐月下降趋势也已基本确立;狭义货币 M1 增速虽在今年 1 月出现较大反弹,但已成强弩之末,2、3 月增速将趋于平稳,3 月之后会持续走低。根据历史经验,CPI 峰值大约滞后 M1 峰值 6 个月左右,因此,CPI 月同比很可能在今年 9 月达到峰值后掉头向下,全年物价涨幅有一个先走高,后走低的变化过程。

记者: 目前政策调控的核心策略是

什么?

范建军:应“引导”货币供应量(全社会名义总需求)由高向低“平滑过渡”,调控力度既不能过大也不能过小。

具体策略包括三个方面:一是加大银行间市场流动性对冲力度,尽快改变银行间市场流动性“超宽松”状态,即通过收紧商业银行的“超额存款准备金率”间接达到调控信贷增速的目的。二是减少基础货币的净发行量(外汇占款增量),一方面可降低央行直接向实体经济发行货币的规模,另一方面也可降低商业银行派生贷款的能力。最有效的办法是使人民币缓慢升值。三是慎用“窗口指导”,即使使用,也应保持充分政策弹性。针对信贷的调控应“适度”,既保持充分的调控张力,又要留有一定政策弹性空间。银行信贷是“双刃剑”:放得“过松”将使名义总需求的增长超过实际总供给的增长,“过紧”又会压低实际总供给能力(即 GDP 实际增速),同样不利于调控目标的实现。

总之,只要对此轮物价上涨的发生机制心中有数,无论是作为政策制定者还是市场参与者,都没有必要惧怕这样一轮物价上涨过程。目前,管理层需要做的是施展调控“艺术”,将当前的货币冲击波平滑导入一个适宜的增长轨道。