

电商还须有些假货洁癖

■ 舒锐 法律工作者

近期频频被点名曝光的淘宝网与身为网络交易监管部门的国家工商总局“杠”上了。昨天淘宝官方转发了一条题为“一个80后淘宝网运营小二心声”的长微博,质疑23日工商总局发布的2014年下半年网络交易商品定向监测结果,指出工商采样、抽检程序等存在问题。根据这次监测,从各购物网站的监测结果来看,淘宝网正品率最低,仅为37.25%。(新京报1月28日)

在现行消费者权益保护法上,淘宝等电商平台只需要承担“有限”法律责任。当消费者因网购权益受损时,电商只在两种情况下

须直接承担赔偿责任,“网络交易平台提供者不能提供销售者或者服务者的真实名称、地址和有效联系方式的,消费者也可以向网络交易平台提供者要求赔偿”;“网络交易平台提供者明知或者应知销售者或者服务者利用其平台侵害消费者合法权益,未采取必要措施的,依法与该销售者或者服务者承担连带责任。”这在某种程度上为电商平台规避责任留下了缺口,平台往往可以以“并不明知”为自己开脱。然而,任何企业要长远发展都不能将自己的责任仅定位于法律所规定的底线责任,还须主动承担起道义责任、社会责任。实际上,电商平台和传统集市无异,电商就犹如集市中的小商小贩,杜绝商

贩卖假货,不仅是工商局等执法部门的职责,更是集市管理者不可推卸的义务。

诚然,严格说来,正如淘宝所质疑的,工商总局的抽样确实存在样本过小的观感,并且非正品不代表都是假货。可是,从现有数据看来,51件抽样商品中却有10件假货,如此不堪数据难道就很光彩吗?事实上,每一件假货的背后,都存在一份可能被侵犯的权利;每一件假货的售出,都意味着消费者对“集市”的信任度正在降低。

法律本对假货零容忍,电商平台更须对假货有着洁癖。从这个意义上,淘宝去争辩自己的“集市”中没有那么多假货,抽样有问题,真的没有多大意义。只要有一件假货存

在,只要这场抽样考试没有达到满分,就说明“集市”管理存在问题。也正如,国家工商总局网监司副司长杨洪丰所称,“我们的目的是要发现违法线索,进行查处,维护消费者的合法权益,维护经营秩序”。

可见,淘宝与其和总局叫板,去玩那些数字游戏,倒不如和自己较劲、和电商较真,严查本次调查所涉的卖假商家,否则,恐将承担连带责任,同时,还应好好打扫自己的“集市”,看看是否还有别的卖假者。只有实现零假货,才有任性的资格。

还须指出,淘宝方质疑“根据国家工商行政管理总局令第61号《流通领域商品质量抽查检验办法》第17条的规定,抽样检验应当保

证被抽样人的复检申诉权利。”可是,该办法并未明确规定工商局在复检前不能将现有结论,哪怕是暂时结果,对外公布,相反,执法者本须对执法的每个环节都向公众公开。

当然,如果真如淘宝所述,工商局并未及时将抽检结果通知被抽样卖家,并且没有通知他们有申请复检的权利,这就确实存在一定的程序不当,这也将意味着,这份结论因剥夺了被执法者申诉权并未在法律上完全生效。工商局还须严格履行完剩下的程序,如果这些被抽查的商家确实觉得冤枉的话,也可以在法定期限内提出复检。如果没有那份卖得都是正品的自信,我想还是不要再自取其辱了。

“淘宝的勇气”是这个时代的稀缺品

■ 王传涛 评论员

1月27日,淘宝官方转发了一条名为“一个80后淘宝网运营小二心声”的微博,对工商总局公布的2014年下半年网购商品的抽查结果提出质疑。文中喊话国家工商总局网络监管司刘红亮司长“您违规了,别吹黑哨!”28日,国家工商行政管理总局在其官方网站上发布《关于对阿里巴巴集团进行行政指导工作情况的白皮书》。也是在这一天,淘宝决定向工商总局正式投诉网监司司长刘红亮。(1月28日综合《新京报》、人民网相关报道)

必须要承认,笔者在淘宝买到过假货。而且,是一个大件。同时,笔者也在淘宝买到过次品。而且,通过网上民意调查也能看得出,在淘宝买到假货的网友并不在少数。某门户网站作的“你在淘宝买到过假货吗?”调查结果显示,超过69%的人认为“经常在淘宝买到假货,不是什么新鲜事”,超过23%的人“在淘宝买小物品难免有假货”,只有4%的人认为淘宝上的商品“都是正品”。

但是,这不妨碍我支持淘宝拿起维权武

器勇于向相关部门监管人员进行投诉的做法。理由至少有以下四个:一,淘宝有假货,不代表政府权力干预的程序就完全正当;二,淘宝是一个平台,区别于实体店,实体店固然必须要确保商品质量,也就是必须要确保“正品”,但淘宝似乎不一样,因为淘宝有时只像一个场地租赁户;三,淘宝不生产假货次品,真正生产假货次品的作坊并不受制于淘宝,政府监管都阻挡不了“山寨货”横行,淘宝自然也难以担此重任;四,淘宝有门槛较高的商铺——天猫,在天猫开店需要十几万的保证金,如果商家因为买假货,而被取消资格,十几万就会没收,也就是说,阿里集团在杜绝假货方面,也有了一些自己的思路和努力。

当然了,作为工商部门,尽最大可能行使好自己手中的权力杜绝假货次品,是必须要做的事。这不仅仅是公众对一个政府监管部门的期待,也是政府监管的应有之义。可是,笔者认为,淘宝也好,其他电商也罢,出现假货不是一天两天的事,也并不是只针对淘宝发布一个“白皮书”、把板子完全打在淘宝上就可以解决了的问题。

政府机关是裁判,这个哨必须要吹。发

现假货次品之后,发出自己的态度与声音也很有必要。可是,这个哨怎么吹还要让运动员们心服口服。对此,淘宝一方谴责相关部门“吹黑哨”并要提出投诉的做法,也恰恰表明了淘宝高层的一种维权态度。或许,淘宝的投诉不一定能够成功,但这种面对公共权力来势汹汹却仍然不卑不亢进行维权的态度,恰恰是当下最需要的一种市场思维。要知道,长期以来,企业面临权力或正当或不正当的监管时,总是表现出逆来顺受的态度,无论权力是不是有理,都基本选择服从。这种情况要得到改变,只有企业据理力争,像有官员说出的“分分钟搞垮一个工厂”的悲剧才不会发生。

“淘宝的勇气”代表了这个时代里稀缺的市场精神和权利意识,无论最终是输是赢,都应值得鼓励。1月27日,李克强总理在中南海听取教科文卫体和群众代表对《政府工作报告》意见建议时说,“政府不要总给市场发号施令”。除此之外,李克强总理还在多个场合公开表示,“要把政府爱管闲事的手挡回去”。也正因为如此,在政府权力干预市场行为时,企业有必要进行一些有理有据的还击。

为取消 GDP 增长目标的上海点赞

■ 传涛 职员

据路透社1月26日报道,上海市市长杨雄25日作政府工作报告时,建议2015年经济社会发展目标是“经济平稳增长,结构继续优化,质量效益进一步提高,全市一般公共预算收入与经济保持同步增长”,这与往年相比,并未提及具体的GDP增速目标。杨雄表示,当前政府职能转变仍未到位,依法行政的意识和能力有待增强。(1月26日《参考消息》)

在地方“两会”上作政府工作报道,不提及具体的GDP增速目标,上海此举可谓是“前无古人”。较之于前段时间某中部大省省会城市市委书记发表的“地方经济发展仅3%令人惭愧”和“省会城市不应该有这样的成绩单,不能小发展,必须大发展;不能慢发展,必须快发展;不能常规发展,必须创新发展”等言论,更可谓大相径庭,更让人感觉恍如隔世。

上海是直辖市、是国家中心城市,也是我国经济最繁荣的国际大都市,首次在政府工作报告中不提及GDP发展目标,笔者认为这是一件具有标志性意义的大事。不仅仅是对中央经济工作会议表述的经济发展步入“新常态”的积极适应,也是对经济工作会

议所讲的“合理确定经济社会发展主要预期目标,保持区间调控弹性”方针的贯彻执行,更是彻底抛弃唯GDP政绩论的一个好的开始。对此,笔者希望更多的地方政府也能学习效仿这一做法。

早在2013年12月,中央组织部就印发了《关于改进地方党政领导班子和领导干部政绩考核工作的通知》,明确不再以GDP论英雄。通知规定,今后对地方党政领导班子和领导干部的各类考核考察,不能仅仅把地区生产总值及增长率作为政绩评价的主要指标,不能搞地区生产总值及增长率排名,不能单纯依此衡量发展成效,地方各级党委政府不能简单地依此评定下一级领导班子和领导干部的政绩和考核等次,对限制开发区域和生态脆弱的国家扶贫开发工作重点县取消地区生产总值考核。上海政府工作报告不提具体的GDP增速目标,也完全符合中央精神。

上海淡化GDP考核,早在年前就有很明显的迹象。据报道,在上海各地的2015年工作安排中,都明确删除了基层政府招商引资的任务。这基本意味着,上海市政府不再考核区政府、区政府也不再考核街道办的招商引资任务了。对此,无论是基层政府工作人员,还是老百姓,都举双手赞成。许多公务员长出了一口气,招商引资带来的巨大工作

压力被完全释放掉,让人如释重负;百姓则认为,基层政府不去招商引资,能够为百姓办更多的实事。

不提GDP发展目标,并不意味着对经济发展速度完全不关心。而是将之前的“过度关心”还原到了一种很正常的状态——政府要做的是促进职能转型,是深化改革促进发展,是为企业和社会做好服务工作,进一步释放经济发展的活力。可以预期的是,虽然没有了明确的经济发展目标,但上海因深化改革、积极促进政府职能转型等工作先于其他地方,或是比其他地方更受重视,经济发展并不一定就低于全国平均速度,甚至还可能因为自贸区的设立、减少行政干预等实实在在的改革,促进经济发展。

李克强总理在达沃斯论坛上讲到,中国经济不会硬着陆。这体现了经济发展步入“新常态”下的一种自信。事实上,在市场经济体制下,政府这只“有形的手”做得越少的时候,才越符合经济发展规律,十八大和十八届三中全会所讲的市场规律在经济发展中起决定性作用才有可能得到更好的体现。从这个角度讲,上海不提GDP增长目标,也是一种自信的体现。但愿,能有更多的地方政府学习上海这一勇敢的做法。只有这样,唯GDP论的政绩观才有可能被完全抛弃。

戏画闲言

政府莫向市场发号施令



■ 吴之如 文并画

《新京报》报道,国务院总理李克强在中南海主持召开的座谈会上说,“政府要自己做该做的事,如果连权力结构都没弄清楚,就给市场‘发号施令’,代企业规划,这是政府‘不该做的工作’,很多甚至可能根本就是讲话空话。”

李总理这席话,意思十分明了,是提醒政府公仆们注意:经济发展有它自身的规律,政府不要自以为在一切领域都是万能的,请不要随意向市场发号施令。

政府要有所为,有所不为,整个社会才会既秩序井然、有条不紊,又生机勃勃、充满活力,从而避免“一抓就死,一放就乱”的尴尬。假如在当前的市场经济时代,政府部门仍然

抱定计划经济时期某些僵硬的条条框框来抓经济,管企业,或许会觉得管起来非常过瘾,又相当省力,但是,实际的社会效果却会是既给经济领域的结构调整和深化改革增加了阻力,又使得经济发展被绑上了道道绳索而面临萎缩甚至窒息的被动局面。这样的教训,其实几十年前的“大跃进”、“大炼钢铁”运动留给人们的记忆就已经极为深刻了。

因此,政府相关部门若不顾客观规律,无视科学发展观,仅凭主观意志而非要给市场发号施令,则往往会收“成事不足败事有余”的实效。这便恰似强令大象钻进鸡笼般荒唐可笑,其结局又如何美妙得起来。有道是:

莫向市场发号令,公仆还须自知明;经济未可违规律,科学发展求振兴。

用竞合取代互掐

■ 蒋坛军 资深管理顾问

1月25日,财经作家吴晓波发表了《去日本买只马桶盖》,该文也提及日本制造电饭煲之好,而中国制造(例如美的)电饭煲逊色。

岂料,借着吴晓波之文,名为“竞品先生”的人发布了如下微博:“中国最大的电饭煲厂家的,好的电饭煲内胆至今生产不出来,都依靠日本进口。朋友圈传的是美的老板何享健及美的总经理们用的电饭煲都是去日本买,不用自己的品牌……求证。”

1月27日,吴晓波又发布《我为美的说句话》一文试图灭火,说明了美的电饭煲具备他之前未曾了解的诸多优点与实力;并严厉批评了“竞品先生”——“无论如何,这样的扭曲性文案和暗黑传播方式,实在让人不齿。”从该文中不难看到吴晓波的悔意,但愿该文能产生灭火之效。

然而,“竞品先生”逮住机会就把对手踹一脚的做法,于我心有戚戚焉。而且,逮住机会就把对手踹一脚,经常会引起反击(美的电饭煲会否如此,尚不得而知),继而相互攻

击就开始了。而竞争对手之间的互相攻击,早已数不胜数。例如:2010年伊利与蒙牛的“网络水军”对掐、奇虎360与腾讯的“3Q大战”、三一重工与中联重科多年互斗,等等。

我国《反不正当竞争法》第十四条已规定,“不得捏造、散布虚伪事实,损害竞争对手的商业信誉、商品声誉。”从数不胜数的诋毁对手、对手互掐案例中可见,很多企业并不把神圣法律当回事。但不把法律当回事,就难免会在法律面前吃苦头,越来越多的判例已证实了这一点。例如:对持续了四年的“3Q大战”,最高人民法院于2014年4月作出二审判决:奇虎360构成不正当竞争,判令其赔偿腾讯500万元。

从更深层次观之,数不胜数的诋毁对手、对手互掐案,足见诸多企业尚停留在传统竞争的认知层次上,总狭隘地认为:企业之间的竞争,是一个零和博弈,所以必须要“抢别人的路去走,搞得别人没路走”。竞争当然永远不可避免,但除了竞争之外,还有“竞合”(合作竞争理论,见布兰登博格、奈勒波夫合著《竞合战略》一书)。

基于竞争对手之间的优势互补、规模效

应、成本下降等因素,“竞合”有效克服了过分强调竞争之弊(例如两败俱伤、没有底线的价格大战等)。——中国移动、中国联通、中国电信为竞争对手,但任何单一通讯公司去铺设宜万铁路沿线的通讯基础设施,事前成本核算显示,均会亏损。幸好他们采用了“竞合战略”,然后产生了较好的收益:从宜万铁路开始至今3年,通过共建共享,中国移动湖北公司节省近18亿元;中国联通湖北公司节省8亿元左右;中国电信湖北公司节省近8亿元;三者相加约34亿元。究三家公司在该项目上均可扭亏为盈的原因,简单地说,就是“原来需要3座铁塔架设各自天线,现在只要1座铁塔;原来要3个机房,现在只要1个机房”。

竞合,不是一个看起来很美空头理念。诸多案例已证明:企业竞争可以是非零和博弈(己方所得并不与对手所失会相等)。故而,采用竞合取代“逮住机会就把对手踹一脚”,既可远离法律惩罚之苦,也能降低竞争所需的资源消耗,更可借合作共同把蛋糕做大(而不是大家都只盯着一块固定大小的蛋糕)。