

电商“作假”何时了

■本报记者 孙喜保

近日，中国电子商务研究中心为本报记者提供的一份报告显示，在2014年“双11”到来之际，电商可能会出现六大陷阱：价格藏水分，先提价后打折；假货货源陈货，鱼目混珠；商品“超卖”，特价“缺货”；订单“失效退款”，虚假客服来电套取信息；二维码诈骗，骗你没商量；品牌商品，专柜验货不靠谱。

数据造假已成潜规则

“双11”，本来被定义为消费者网上购物的狂欢节，但因为各种“假”充斥电商，消费者在享受购物的同时，多少有些不放心。比如不久前天猫销售锤子手机的预订数据被发现人为乘以3，事件被网友曝出后，天猫很快承认造假，并向锤子致歉。事后，阿里巴巴处理了包括天猫总裁在内的四名高管层人员，并承认预约数据经过人工改动。造假无疑是为追求业绩而产生的系统性造假行为。有分析人士就提出质疑：这种行为在阿里巴巴内部到底有多普遍，对阿里巴巴交易数据的影响有多大，目前无从得知。

实际上，搜索阿里巴巴交易数据造假的信息，网上并不少见。历史上最严重的造假事件发生于2011年。当时，阿里巴巴国际B2B平台供应商联合电商平台发布欺诈信息骗取货款，电商平台百余人牵涉其中。最终查实2009年、2010年两年间分别有1219家（占比1.1%）和1107家（占比0.8%）的“中国供应商”客户涉嫌欺诈。阿里巴巴的首席执行官卫哲及首席运营官李旭晖引咎辞职。这被认为是阿里巴巴历史上最为耻辱的一件丑闻之一。

当然，数据造假者不止阿里巴巴，在整个电商平台领域，最常见也最引发关注的造假一直是店家交易造假，即所谓刷单。有业内人士称，尤其在“双11”这些特殊的时期，电商平台对于刷单的要求就会放松。

近些年，电商交易额数据也引起许多质疑。比如近几年的“双11”，交易额增长速度让人几乎不敢相信，2013年“双11”期间几大电商交易额之大令人吃惊：支付宝全天成交金额为350亿元（“双11”当日）；京东交易额累计为100亿元（“双11”前后12天）；苏宁云商前三天订单总量近600万单（11月8~11日）；腾讯电商全天交易额为9亿元战绩（含虚拟商品）（“双11”当天）。

这些数据的真假值得商榷。也难怪当当

网CEO李国庆曾直斥电商的这种造假行为，“数据造假已经成为了电商的普遍现象。”

有分析人士指出，从电商平台自身的角度来讲，各电商平台都想要提高自己的销量和订单量。因此数据造假的现象还会继续存在。而数据造假的根源是为了利益，同时也是电商平台上诸如商家恶意竞争的结果。要真正杜绝电商数据造假，可以从两个方面入手：一是要监督好各个电商平台，防止他们监守自盗，二是要求电商平台大力整治刷销量、好评等现象。但这两个方面必须有相关部门介入，否则很难奏效。

假货盛行乃行业“毒瘤”

除了数据造假，假货盛行已经成为影响国内电商健康发展的一大“毒瘤”。

中国电子商务研究中心为本报记者提供的分析报告中就指出，“假货货源陈货，鱼目混珠”将是今年“双11”的一大陷阱：“很多商品看似低价，实则存在猫腻，商家以次充好，尤其是一些数码产品、日用品、鞋服、箱包等产品。低价商品中，不乏假货、水货。”

不久前，有关国内几家电商平台售卖同款假货行为，再次引起消费者警觉。第三方供应商祥鹏恒业通过聚美优品等多个电商平台销售假冒名牌服装和手表。同时被拖下水的还有京东、亚马逊、一号店等。这起假货风波让第三方电商平台的假货顽疾，再次被呈现在大众面前。

电商平台上的假货，多以奢侈品和国际大品牌产品为主。有分析人士认为，国际性的大品牌公司一般不喜欢对电商平台授权买卖自己的产品，因为电商通常把价格拉到非常低，这对于大品牌的线下专柜销售极为不利。上游货源困难，但奢侈品消费又利润丰厚，第三方厂商很容易就走向售卖假货的道路。

第三方电商平台的纵容，也被认为间接导致了电商平台上的假货泛滥。

目前国内的电商平台主要有两种模式：以淘宝为代表的纯第三方平台模式，自己不参与销售，只为商家提供平台。另外一种是以京东商城为代表的自营加第三方平台的模式。

在互联网行业人士看来，一般情况下，自营模式管理严格，责任清晰，出现假货的几率较小。而第三方平台则比较容易纵容假货泛滥，因为这样既可以带来销量和收益，又能有效撇清自己。

假货的流行自然与政府部门的监管不



东方IC供图

当和处罚不严有着直接的关系，中国对于制假售假的打击力度显然不够。而在美国，根据联邦法律规定，贩卖假货是犯罪行为，初犯者将面临最高10年的监禁，并被罚款200万美元；再犯者则将面临20年的监禁，并被处以500万美元的罚款。而中国现在的监管比较弱。

因此有法律界人士建议，首先，要加大对造假者的惩罚，一旦某个产品被抽购定义为假货，就会遭受毁灭性的打击。其次，加强

严打电商虚假广告促销

实际上，工商部门和部分电商平台也在为行业打假做出努力。

不久前，北京电子商务协会发布公告称，以京东为代表的十几家电子商务公司签署了一项公约，承诺加强网络商品质量的管理。京东称，将向北京市工商局递交涉嫌出售仿冒

与电商平台的合作，共同打击假货。此外，对于知假买假的人，也要适度警告和惩罚。

消除垃圾短信提上日程

■本报记者 孙喜保

近日，工信部起草了《通信短信息服务管理规定（征求意见稿）》（下称意见稿），面向社会公开征求意见，目的为了规范通信短信息服务行为，维护短信息服务用户的合法权益。

来自奇虎360公司的数据显示，2014年上半年，360手机卫士共为全国用户拦截各类垃圾短信385.6亿条，用户举报各类垃圾短信1.20亿条，其中，二季度拦截各类垃圾短信17.8亿条，平均每天拦截垃圾短信1.94亿条。二季度用户举报各类垃圾短信5824万条，平均每天举报垃圾短信64万条。其中垃圾短信中广告推销类短信占比高达77.6%。而在所有广告短信中，普通的群发广告推销类短信占到49.1%，地产广告占到14.6%，商家促销占到13.8%，金融占9.3%。进入今年三季度，一些涉嫌诈骗的短信更是有了大幅提升，严重影响了消费者的生活质量，甚至导致

据权责令限期改正，予以警告，可以并处1万元以下3万元以下罚款，向社会公告。

垃圾信息近年来已经成为影响消费者通信服务质量的一大“公害”。

随着年底来临，不少消费者通过各种渠道反映，商业推广、发票销售、诈骗短信等垃圾信息有增多趋势，让人不胜其扰。

针对这一现象，工信部此次所起草的意见稿，对于垃圾信息的治理有了更细致的规定，包括7章共39条。

意见稿对一些常见的信息滋扰消费行为有了明确限制。比如，任何组织或者个人不得将采用人工收集、在线自动收集、数字任意组合等手段获得的他人的电话号码用于出售、共享和交换，或者向通过上述方式获得的电话号码发送短信；任何组织和个人未经接收者同意或者请求，不得向其发送商业性短信；接收者同意后又明确表示拒绝接收短信的，应当停止向其发送；基础电信业务经营者发现短信息服务提供者或者短信息内容提供者违反本规定发送商业性短信的，应当采取必要的措施停止为其提供相关的电信资源。

意见稿还为消费者如何应对垃圾信息提出了应对办法。例如，规定短信息服务提供者应当建立投诉处理机制，公布有效的联系方式，接受与短信息服务有关的投诉；工业和信息化部委托中国互联网协会12321网络不良与垃圾信息举报受理中心（以下简称举报受理中心）受理短信息服务举报；用户认为其受到商业性短信息侵扰的，可以向短信息服务提供者投诉或者向举报受理中心举报。

而且规定举报受理中心受理用户举报后，应当在5个工作日内转送短信息服务提供者处理；发现存在违法行为的，应当及时报告国家有关部门处理；短信息服务提供者收到用户投诉或者举报受理中心转办的举报，经核实后应当及时采取有效手段，并在15个工作日内向投诉用户或举报受理中心反馈处置结果。

处罚措施成为意见稿的一个亮点。比如，违反相关规定的基础电信业务经营者和短信息服务提供者，由电信管理机构依法

不少消费者上当受骗。

也正是在这种背景下，作为主管部门工信部出台了该意见稿。

但有业内人士对于意见稿的出台和落

实并不乐观，他们认为，意见稿的一些细节还需要进一步完善。比如规定说“商家发广告短信要先征得用户同意”，如何征求意见本身就是难题。另外如何界定短信的性质也比困难，什么信息算是商业短信？这需要更加细致的规定。更为重要的是，有关监管的规定非常乏力。虽然意见稿规定：“电信管理机构应当将短信息服务提供者违反本规定的行文入社会信用档案并予以公布。必要时，电信管理机构可以对短信息服务提供者的负责人进行监管谈话。”但是如果对方采取各种手段不配合，意见稿没有相应的处罚措施。

治理垃圾短信须重罚

■金明鱼

工信部终于对垃圾短信出台了专门性的规定，在为这种立法进步感到欣喜的同时，也有一种隐忧，消费者可以大声喊出“拒绝垃圾短信”的诉求，有关部门可以对违规者处以1万到3万元的罚款，可这种所谓的“诉求”和“罚款”，还是有点儿气无力。

首先千万别低估了垃圾短信背后的巨大利润诱惑。有“业内人士”透露，如果按照一条短信挣4分来计算，几个小时发送100万条的利润就是4万元！

也别低估了垃圾短信制造者较低的从业门槛，一个小公司，利用廉价的电信公司卡，一天就能发送数百万条垃圾信息。每个短信群发器则只需要500元~3000元即可。有统计显示，网上存在大批兜售短信群发平台或相关软件的企业，其拥有的数据库从10万个用户号码到几百万不等。

一方面是接踵而至的经济罚款，另一方面是数量惊人的不当利益，让许多不法分子不怕铤而走险。因此如果垃圾短信不能从源头上得到遏制，打击效果就会大打折扣。违法

分子的违规成本非常低，他们就不会放弃这种黑色利润。

所以，治理垃圾短信，更要从重从严，而仅仅处以1万到3万元的罚款显然不够，这种打击没有威慑力。如果处以重罚，比如发一条违法短信，就让涉事者倾家荡产，有关电信公司也被罚得企业倒闭，违反法律的敬畏感、通信安全敬畏感，就能得到巨大提升。

实践证明，这也是一条行之有效的国际做法。比如英国资格制定相应的法律条款进行垃圾短信和电子邮件的管理和处罚，也积极研究新技术阻止电子“垃圾”的影响。在英国，乱发短信广告，不仅手机号将被封杀，而且还将向其个人或公司发出高达50万英镑的巨额罚单。新加坡国会去年出台个人信息保护法案，违法发送垃圾信息的机构或个人可能会被重罚100万新元（约合514万元人民币），违法发送一条垃圾短信，可能面临最高1万新元（约合人民币5.14万元）罚款。这都值得我们借鉴。

治理垃圾短信，最终还要靠完善且严格的法律。

部门处理，发送号码列入拦截平台黑名单；其他的已转三家基础电信企业处置。

工信部还提醒消费者，不法分子利用信息通信工具实施诈骗手段不断翻新，广大用户要提高安全防范意识，当收到欠费、中奖、信用卡消费、汇钱救急等信息时，应尽量向相关部门和所涉及亲属朋友多方求证，不要轻易转账汇款。如发现可疑情况，应尽早向公安机关报案。

另外，在三季度，工信部组织对40家手机应用商店的5万款手机应用软件进行技术检测，发现不良软件67款，涉及违规收集用户个人信息、恶意“吸费”，软件自动向外发送短信、强行捆绑推广其他无关应用软件等问题；对三家基础电信企业和310家增值电信企业545项业务进行抽查，结果显示，被抽查业务和服务整体情况良好，个别增值业务存在收费前无二次确认、未提供服务却收费等问题。

拓展营销思路提前完成年收入指标

本报讯 太原车务段坚持稳大户、找大户、抓“两高一远”的营销工作思路，着力培育新市场，在实现运输增量的同时，运输经营效益得到了明显提高。截至10月28日18时，提前64天完成全年运输收入35.937亿元任务的指标。

该段拓展网格化营销思路，与辖区438家注册客户建立“一对一”服务关系，对其他未选择在铁路发运过的企业，建立定期走访摸排制度，全力争取货源。针对发运品类单一、去向集中在北、济、南、鲁、苏、浙等局域内，联手企业、品牌发出了一系列宣言，誓言共同打击假货。

在本次“双11”来临前，工商部门也在对电商平台上出现的虚假宣传等“作假”行为进行严厉打击。

10月31日，国家工商总局召集阿里巴巴、京东等10家电商，要求梳理以往促销中出现的问题，采取措施防范。

10月31日，国家工商总局召集阿里巴巴、京东等10家电商，要求梳理以往促销中出现的问题，采取措施防范。