

淘宝官微点名叫板工商总局

称其对网售商品抽检程序失当

27日,淘宝官微发表了一位80后淘宝小二写的一封公开信,质疑工商总局上周五发布的《2014年下半年网络交易商品定向监测结果》存在程序失当、抽样不科学等问题,不过其于27日晚又删除了这封公开信。而工商总局在27日的红盾网剑专项行动情况发布会上,对定向监测结果做了进一步解释,同时发布了涉及阿里的6起典型案例。

□起因 抽检显示淘宝正品率低

1月23日,国家工商总局网络监管司发布2014年下半年网络交易商品定向监测结果,此次监测共完成92个批次的样品采样,其中有54个批次的样品为正品,正品率为58.7%。据介绍,此次监测抽查了淘宝网、京东商城、天猫等平台,以电子产品、服装、化妆品等为重点监测种类。从各购物网站的监测结果来看,淘宝网样本数量最多,为51个,但正品率最低,仅为37.25%。

而在三大知名B2C平台中,京东商城、天猫、1号店的样本数量分别为20个、7个和10个,正品率分别为90%、85.71%和80%。其中,京东商城和1号店的非正品均来自非自营商家。

聚美优品的3个样本均为正品;中关村电子商城的1个样本为非正品。工商总局有关负责人表示,为营造公平竞争的网络市场环境,今后工商部门将把网络交易商品抽样监测作为常态化工作,依法查处网络商标侵权和销售假冒伪劣商品等违法经营行为。

□发展 外界对抽检结果质疑多

工商总局23日公布抽检报告后,网上对其质疑颇多,主要集中于抽检样本较少,不能科学地反映网售商品的情况。比如中关村电子商城只被抽取了1个商品,被认定为非正品,报告就显示该电商平台的正品率为零。

不过与网上意见相反的是,各大被抽检电商却在其后的4天之内保持了集体沉默,没有对工商总局的报告给出任何回应。业内人士认为这可能是报告发布之后紧接着一个周末,电商企业未准备好相关的回应,而且此次抽检被认定为非正品的网售商品多出自第三方开放平台,电商企业也需要时间去调查了解情况。不过令人意外的是,4天之后淘宝微博以一位80后淘宝小二的名义发公开信点名工商总局司长,质疑其抽检程序失当。

□高潮 淘宝小二公开点名质疑

在27日淘宝小二的公开信当中,主要罗列了四点质疑,分别是抽检程序违规失当、抽检样本数量较少、“非正品”定义不准确以及前后两次抽检结果相差巨大。

淘宝小二在公开信中指出,根据工商总局有关规定,抽检应当保证被抽样人的复检申诉权利,但国家工商总局网络监管司存在违规。此前,工商总局网络监管司还曾发布2014年双十一网购抽检结果。但是,不管是双十一抽检,还是此后在2015年1月公布的抽检,许多卖家并没有收到抽检结果通知,也没有被告知当事人有申请复检的权利,就直接向社会公开,显然程序失当。

而对于抽检样本数量,淘宝小二指出,此次工商总局网络监管司共抽查了92批次商品,某电商只抽查了1件得出了正品率为0的结论,另一家电商抽查了3件得出了正品率为100%的结论。而在淘宝网上一共抽查了51件商品,得出淘宝网37%正品率,“可是淘宝日均在线商品总量超过10亿件,何况淘宝是拥有数百位商家经营的大平台,居然是和自营的B2C商家放在同一纬度比较,如果不是疏忽,那么必定是故意。”

此外,淘宝小二对工商总局报告当中非正品的定义也提出了质疑。淘宝小二认为,报告中非授权渠道就等于非正品,这样的新“罪名”是很有创造性的,因为不是所有的商品都拥有从出厂到销售最后一环的完整授权体系的,所以非授权不等于非正品。“而更让人不可理解的是,工商总局网络监管司在一个月前刚刚发布过一个全国网络商品抽检结果。2014年12月11日,网监司发布对2014年双十一网购进行的抽检,在207批次的样品中,大部分为合格真品,发现的假冒商品占总样品的3.6%;而本次监测的结果是,非正品率高达41.3%。同一个部门发布,差别却多达十倍以上。”

不过,27日晚间这条微博已经被删除了。



□推进 总局称没有不公平问题

27日晚,国家工商总局正式就淘宝叫板一事做出回应,称网络交易商品定向监测是评估市场风险、警示违法经营的重要工作方式,今后仍将一如既往地依法加强网络市场监管,严厉打击违法违规经营。

就在27日,国家工商总局还公布了2014红盾网剑专项行动情况,同时对定向监测情况作了解释。有意思的是,当天通报的10起网上销售违规典型案例中,又有6起涉及阿里巴巴旗下网站。

工商总局网络交易监管司副司长杨洪丰表示,此次的10大典型案例中,淘宝网涉及的确实最多,这与淘宝网市场份额大有关,并不存在针对谁的问题。杨洪丰还对淘宝的工作进行肯定,称这10起违法案例就是淘宝发现并提交给工商部门调查的。

对于此前的定向监测结果,杨洪丰表示,定向监测的目的“就是为了找问题”,有可能这次监测的是其中几类,有可能某个网站抽检得多,这都是正常的。工商总局此次委托中消协进行定向监测,会提出相应要求,比如要求监测比较受社会关注、问题比较大的种类,而且会要求公平、保密等。杨洪丰坦言,至于抽多少数量,抽哪几家,会有一个方案,但由于经费问题,不可能都抽到,因此可能的门类多一些,有的门类少一些。

谈到外界对网购正品率不足六成的质疑,杨洪丰表示,监测的数字结果只针对样品,并不反映整个网购市场的质量,只是一个抽检评定结果。而对所谓的正品率问题,杨洪丰表示,这只是一个归类问题,非正品并不是指假冒伪劣,二者并不能等同,也不是一个概念。

针对当事商家没有收到抽检信息的问题,杨洪丰表示这属于正常。他说,工商总局监测发现问题,会要求当地工商部门进一步调查处理,不会直接通知商家。之所以对社会公开,目的是为了维护市场秩序,给违法经营者以震慑,给广大经营者、消费者一个警示作用。

□观点 淘宝小二说法有槽点

中央财经大学中国互联网经济研究院副院长欧阳日辉表示,网络经济犯罪隐蔽性强、易逃避监管、查处难度大,打击网络售假需要监管部门、电子商务平台、网店、网络消费者同心协力,不能互相推诿避重就轻。电子商务平台的完善,可以在全国范围内监控和跟踪假货流通的过程,为监管部门在生产和流通环节追溯假货提供便利。

而中国人民大学法学院教授杨立新指出,平台打假数据的潜在价值也有待开发,如售卖假货者与个人征信系统连接,能够在流通领域有效威慑而走险者。相关管理部门应当顺应趋势,探索利用互联网大数据的信息优势,创新打假手段、提高打假效率,在全国范围内、在生产流通的各个环节对假货保持高压态势,消灭假货,保护消费者权益,为经济发展创造良好的发展环境。

有不愿具名的业内人士针对淘宝小二的公开信指出,其实在这封质疑工商总局的公开信中也不乏槽点。比如其中提到一句“何况淘宝是拥有数百位商家经营的大平台,居然是和自营的B2C商家放在同一纬度比较,如果不是疏忽,那么必定是故意。”这等于变相承认了像淘宝这样的C2C平台的正品率就要低于B2C平台。除此之外,这封公开信在语气上也太过于“嚣张”,其中指责工商总局网络监管司的这份报告“一棍子打掉了‘大众创业、万众创新’,一棍子打掉中国消费新趋势,一棍子打掉广大商家对公平执法的信心”,这样的言语显然是在扣大帽子。

(据新华社电)

工商总局23日公布的 定向监测结果

	京东	淘宝网	天猫	1号店	ZOL 商城	聚美 优品	合计
手机	1(1)	4(0)	1(1)		1(0)		
儿童玩具	6(6)	9(3)		3(3)			
润滑油	7(7)	8(4)	4(3)	3(3)			
服装	2(2)	7(4)	2(2)	4(2)			
化妆品	4(2)	8(5)				3(3)	
化肥农资		15(3)					
采购量	20	51	7	10	1	3	92
正品量	18	19	6	8	0	3	54
正品率%	90	37.25	85.71	80	0	100	58.7

>>>链接<<<

总局再公布10大案例6起涉及阿里

- 1.某淘宝网销售侵犯注册商标专用权,在淘宝店销售的服装上违规使用CC&DD标识。
- 2.某非医疗机构利用微博和网站,将非医疗机构的振元堂养生美容管理中心宣传为具有中医医疗资质的机构。
- 3.某网络技术公司以虚构交易为他人淘宝网提升商业信誉。
- 4.某百货公司在天猫“双11”促销活动期间,采取“刷单”的形式进行虚构交易行为。
- 5.某淘宝网销售侵犯注册商标专用权,销售标注有PRADA(普拉达)、CHANEL(香奈儿)、Zegna(杰尼亚)、ZegnaSport(杰尼亚)、BURBERRY(博柏利)字样的服装、围巾等商品。
- 6.某袜业公司网上侵犯注册商

- 标专用权,擅自将其生产的标有未经授权商标的童袜通过其位于阿里巴巴网站上互联网交易平台进行销售。
- 7.某个体诊所未在其网站首页公开营业执照登载的信息或营业执照的电子链接标识。
- 8.某金店经营者通过微信发布“黄金228元1克”、“黄金全城最低价228元”的广告,实际销售价格与宣传内容不符。
- 9.某房地产经纪公司明知所发布的项目正在建设之中,不存在二手房的情况下,仍然将房源信息在搜房网二手房栏目下发布。
- 10.某网店经营者销售侵犯注册商标专用权,名下两家淘宝网销售标有“ZARA”商标等内容的商品。