有一说二

淘宝“大战”工商总局别成一场闹剧

淘宝与国家工商总局自1月27日开始的“口水仗”再次升级，就国家工商总局发布2014年下半年网络交易商品定向监测结果一事，淘宝网官方微博于1月28日下午3时左右发布声明，决定向国家工商总局正式投诉其网络监管司司长刘红亮“在监管过程中的程序失当、情绪执法的行为”。

■■ 徐立凡

监管方需要适应网络交易的发展态势，既担起监管职责又不对市场自发秩序形成干扰，网络交易平台则需开放监管数据，而不是以宏大的企业社会责任为盾牌，阻挠监管进入网络领域。

国家工商总局近期公布的2014年下半年网络交易商品定向监测结果，最终演变成了淘宝与工商总局之间的一场“大战”。

这份对淘宝网、天猫、1号店、中关村电子商城、聚美优品等网站的正品监测结果显示，淘宝的正品率最低，只有37.25%。1月27日，淘宝官微转发“运营小二”的微博，直指工商总局网监司司长刘红亮“吹黑哨”。工商总局发言人迅速回应称：“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”。1月28日上午，国家工商总局发布了去年7月关于对阿里巴巴集团进行行政指导工作情况的《白皮书》，披露阿里系网络交易平台存在主体准入把关不严、销售行为管理混乱等5大突出问题，并提出相关工作要求。同一天，淘宝网发出声明，称“刘红亮司长在监管过程中的程序失当、情绪执法的行为”，淘宝决定向工商总局正式投诉。

这场“大战”的脉络看似复杂，其实很清楚：在工商总局方面，认为定向监测是正常监管，而且对阿里系已经留有余地；在淘宝方面，则尽量回避与工商总局这一监管主体发生组织层面的对立，而将矛头只对准刘红亮个人。

这不是良性的监管与被监管关系。从保护消费者利益的角度出发，如果阿里系网络交易平台确实存在《白皮书》中所指的那些问题，应该更早告知消费者，而不是在双方出现对峙时拿出来作为支持自己监管正当性的证明；而淘宝网也不必避重就轻把棒子指向具体个人，刘红亮所为是职务行为，如果淘宝有异议，可以走行政复议等渠道维护企业利益。孱弱的市场监管和糟糕的企业公关，把一件本来正常的事变成了闹剧，而多数消费者在这场喧嚣中只能是无所适从。

即使仅从纠偏角度说，淘宝和工商总局，都有必要进一步厘清是非曲直。工商总局应该检视定向监测中是否存在抽样漏洞，导致监测数据失真，同时对监测者是否存在倾向性给出正式结论；淘宝网也不必以第一电商自恃，而应该检视一下“非正品”中是否掺杂有假冒伪劣商品，并以更积极的态度配合正常监管。毕竟，淘宝的平台模式和激烈的竞争环境，给假冒伪劣藏身其间提供了充足空间，这也为消费者的日常经验所证明。即使工商总局的监管有“辫子”抓，也不代表淘宝网的经营不能被指摘。

实际上，淘宝网与工商总局之间并非没有共同目标。阿里系决策者一直以假冒伪劣商品为最大隐忧，去年阿里系还首次公布了自身打假的相关数据。如果企业监管与行政监管能够更好融合，那么本可汇聚成更强大的打假势头，并探索出一条可持续的打假模式。

这需要以两方面的融合为前提。行政监管方需要适应网络交易的发展态势，既担起监管职责又不对市场的自发秩序形成干扰，网络交易平台则需要开放监管数据，而不是以宏大的企业社会责任为盾牌，阻挠监管进入网络领域。

因此，对淘宝和工商总局来说，弄清是非曲直涉及两方面：一是弄清网络交易商品定向监测这一个案的是与非，二是通过这一个案，努力总结出一些能让监管者与被监管者互洽的网络交易平台监管经验。如此，二者之争才最有利于双方，也有利于消费者。

微言

@伊鸣爷：没有淘宝，很多中心企业可以更好生存，会有更多的人就业。淘宝实际就是中小企业和个人创业者的榨汁机。

@lesstercom：淘宝不是一家店，是一个集贸市场，他只收摊位费，卖什么、怎么卖都是商家自行决定的。说淘宝售假，是冤枉的。

@无语wuyu000：淘宝提供的虽然只是一个平台，那发现是假货有纠纷是不是淘宝在处理？有多少个假货商家被发现后，淘宝又怎么公开处理？别总拿只是平台来说话，天猫商家都是交钱了的。看看天猫客服有几个公正的！什么七天无理由，有些拆包了的就不能退！

@天空之城里小轩窗：中国权贵资本的现实。其实，那个司长没错，甚至他说的一年要查几千件也是合理的。而白皮书指出的问题也是确实存在。淘宝若按白皮书去做也能做到更好。但现实呢？官官相卫也罢了，官商勾结也必然的。

@洁冰儿：淘宝假货为什么多，因为你们需要不是吗。没有需求哪来供应。你们下单时候难道没有为了因为比实体店便宜几十块沾沾自喜吗？又要便宜又要真货，你是不是傻？买得起的就买，买不起就去淘宝，这很正常。

@阿森纳Asenal：实体店八百的耐克鞋你在淘宝花300买的，最后你赖淘宝说你买到假货了。这只能证明你是贪小便宜了。

莫让“口水仗”妨碍网购打假

■■ 庹新岗

在首轮过招后，工商总局又披露了对阿里的指导白皮书，直指淘宝存有五大问题。接着，淘宝表态配合打假，但要投诉有关方面监管过程失当……一方握有大数据，一方拥有执法权，本该优势互补、合力打假，却为何互指不足？

如今，网购到假货已经不是新闻。而关于打假，我们也不能说有关方面完全不作为。之前，工商总局就通过不定期公布抽检结果和典型案例，来提醒消费者。而淘宝则在去年前9个月就已经处理下架了9000多万件涉嫌假冒伪劣的商品，其中超过90%是淘宝主动发现处置。所以，这次双方互指并不涉及打假这一共同目标，只是在具体操作上产生了分歧。

从目前来看，争论双方都使用了“情绪化”字眼，但又保持了一定的克制。犹如习惯了疯玩的牛犊，网购市场并不愿意像前辈一样被穿上牛鼻子牵着走，于是有些“尥蹶子”，但仍表示会配合打假；工商部门在监管上虽有所创新，当下却仍只能沿用过去的手段，而仅凭各自为政式的监管和零散抽检，确实很难全面监管庞大的网络商品市场。

淘宝最终选择通过投诉主张自身权利，在法律程序和调查走完之前，很难判定谁是谁非。其实，从去年新消法实施，到最近《侵害消费者权益行为处罚办法》公布，以及即将上线的全国电子商务第三方网络交易平台监管系统，我国网购监管体系已经在逐渐升级，现在，正处于新旧体系交接的阶段。在这个过程中，市场主体想要获得一定的话语权，与政府行政部门关于具体规则的博弈不可避免。此次争论可以说是博弈的体现，而将台面下的博弈放到台面上来，从某种意义上来说，也算是一件好事。正如淘宝所言，此前它因打假引起风波，因打击信用炒作被围攻。那么，这次光明正大的争论恰恰可以帮助其捅破窗户纸，改善打假的氛围。

意大利学者诺贝托·博比奥曾说，社会中的各部分不会为了达成一个共同目标而自动协调配合，形成观点自由碰撞与交流的市场才是健康的。这句话对于争论双方同样适用。监管部门要继续在依法行政的框架下，及时正面回应网购平台的质疑；而网购平台则不能像鞭炮一样，一点就着，让争议不止。理性争辩，真理才会愈辩愈明。当基本原则和规则大致明晰后，通过社会共同治理，更新打假软硬件配套，才能填上网购的那些坑。

先行赔付比淘宝打假队更有用

■■ 毛建国

最新消息，淘宝网宣布，即时成立由300人组成的“打假特战营”。

现实中的假货问题，远比浮在面上的投诉还要复杂和严重得多。如果这次对决，仅以淘宝成立“打假队”收尾，那也就真的成了一场“口水仗”，失去了应有的意义。早就有报道，淘宝组建有一支专业打假队伍，通称“安全部”，是个超级大部门，内有员工2000余人。也就是说，“打假队”早就存在了。过去没有用，现在就有用了？

有必要思考，假货问题到底是如何产生的。这需要回到电商的经营模式上来。目前电商模式在大的方向上可以分为两种，一是平台式，即只提供平台，收取适当的保证金，但不干涉商户的经营。二是内容式，即自己参与经营，既有自营产品，也提供开放式平台，但进入平台需要受到更多的限制，有着相对完善的管理制度。这两种模式体现在阿里身上，前者是淘宝，后者是天猫。

平台式不应该是粗放式，可现在一些电商的平台模式，则走向了粗放式经营。具体表现为，电商把主要精力放在平台打造和推广上，而对“具体经营放任不管，售后服务基本不管，服务纠纷似管非管”。对电商来讲，只要建成一个平台，有人入驻，也就相当于开启“吸金模式”，不需要太多付出，不承担太多责任。对售假者来说，即便被举报查实，按淘宝规定也不过扣掉“千元保证金”，相对于售假获利，违法成本几乎忽略不计。即便受到了封店处理，大不了换个名字重新注册。

粗放式经营之下，出现假货很正常，不出现假货才不正常。这种模式，肯定没有前途。过去很多城市出现的“小商品市场”，由于所售商品具有价格优势，一段时间挤得正规商场“没日子过”；可由于良莠不齐，最终在很多城市败走麦城，逐渐被专卖店模式取代。阿里是以提供平台起家的，开始经营可能有些粗放，后期阿里认识到潜藏的问题，推出了天猫商城。但这块市场巨大，一下子转身很难；而且这块利润很大，未必舍得转身。

平台模式更具有大众创业、万众创新的意义，有存在的理由和意义。但平台模式不是粗放模式，也应该是精细模式。

网购可以走平台的路，也可以走内容的路，但不管走哪条路，都不能采取粗放式经营。而当平台模式碰上粗放经营，更是决定了问题重重。因此，网购假货可能是一种模式问题，这种粗放式经营，是一种落后的发展模式。虽然“假货不是淘宝造成的”，但平台肯定是有责任的。如果这次“叫板”，能够推动模式转型升级，则更具有根本意义。