

电商平台先行赔付 湖南茶叶电商率先试水



图不对版、以次充好、缺斤少两,不知何时,电商在改变人们生活的同时也成为新的“藏垢场”。

全国打击侵权假冒工作领导小组发布的2014年1-9月的工作报告中显示,在我国电子商务商品销售中,产品质量有问题的不合格率达到了26%。在上海市工商局日前公布的一份电商抽检结果中,不合格率高达38.2%,天猫、1号店、京东等知名电商几乎无一幸免,均有多款产品出现在不合格“榜单”上。

电商平台的这种突出问题也引起了各方广泛关注,日前,在全国两会上,有代表提案力推电商平台首问负责,当出现商品质量问题时,电商平台必须先行赔付,事后再去追溯商户的责任。

3月11日,记者在采访中获悉,事实上,这一举措在我省的部分茶叶电商平台已经率先实施,湖南首家专业茶叶电商平台大茶网董事长刘健告诉记者,对于电商平台,服务就是生命,大茶网从一创办就坚持先行赔付政策,消费者发现质量问题,无条件退货赔偿。

■记者 肖祖华



【全国】

电商平台沦为假次品集散地

年初,朋友圈晒出的支付宝账单着实令人震惊,动辄数万甚至十万元以上。网购已经悄悄改变了人们的购物习惯。

但是,人们日益增长的网购行为却成为不法商家有机可乘的机会,网店良莠不齐,公众爱恨交加。即使是所谓的官网、旗舰店,也“相当不保险”;线上次品率远高于实体店;安全性指标频繁曝出超标……在网购规模不断扩大的背后,种种质量和假货问题使网店不断处于社会舆论的风口浪尖,一些电商平台甚至被称为“次品集散地”和“假货避风港”。

【声音】

两会代表力推电商平台首问负责制

1月底,淘宝与国家工商总局之间的一场论战引爆了电商平台商品质量问题的这颗炸弹。

日前,国家工商行政管理总局局长张茅在十二届全国人大三次会议记者会上表示,“现在生产假冒伪劣产品企业违法付出成本过低,要使企业支付不起甚至无法经营,处处受到限制,甚至罚得企业倾家荡产。”并表示,网络交易不是法外之地,正在推进电子商务立法。

对于电商平台本身,也正在采取措



11日,上海市工商局对知名电商平台246个批次包类、服装、小家电的抽检结果显示,94个批次不合格,不合格率为38.2%。其中,天猫、1号店、京东等知名电商几乎无一幸免,均有多款产品出现在不合格“榜单”上。

全国打击侵权假冒工作领导小组发布的2014年1-9月的工作报告中显示,在我国电子商务商品销售中,产品质量有问题的不合格率达到了26%。而在湖南本省,近年来的网购投诉率也居高不下,湖南省工商局发布的数据显示,近三年来,网购投诉每年都为市民消费投诉的十大热点之一。

施积极应对。在此次的全国两会上,苏宁控股集团董事长张近东提案,呼吁在行业内推行“电商平台首问负责”机制,直指网购屏蔽假冒伪劣商品。张近东在提案中提出,当出现商品质量问题时,电商平台必须先行赔付,事后再去追溯商户的责任。而且电商平台应当保全交易数据证据,不能以平台模式不参与商品销售而推卸责任。对于售假贩私行为的约束与控制,张近东委员认为平台企业要建立起前置约束机制,在过程中杜绝假冒露出。

【湖南】

湖南茶叶电商已率先试水

在经过近几年的发展,湖南电商平台迅速崛起,在拒绝假货,规范经营方面又做得如何呢?3月11日,记者在采访中获悉,事实上,在我省的部分电商平台电商平台首问负责制,早已率先试水实行先行赔付政策。

湖南首家专业茶叶电商平台大茶网董事长刘健在接受三湘都市报记者采访时表示,对于电商平台,大茶网从一创办就坚持先行赔付政策,大茶网的销售模式本身就是O2O模式,消费者可以在网上下单,到实体店进行体验,在实体店提货,所以不存在图不对版的情况,消费者在网上下单的,如果觉得产品与宣传有出入需要



【动态】

电商已成湘茶重要拼图

湖南省是产茶大省,尤其是近几年来,湘茶在全国强势崛起。湖南省政府提出要打造千亿产业,电商成为湘茶版图的重要拼图。

2013年,湖南省政府以“湘政发[2013]26号文件”下发了《关于全面推进茶叶产业提质升级的意见》,其中明确指出要大力发展电子商务、直销、网购等新型流通业态和建立茶叶提取物工程技术研发平台。文件指出了湖南茶产业的短板,为广大茶企指明了发展方向。一批优秀的茶企瞄准机会,开始大力发展电子商务。

经过一年多时间的发展,我省茶叶电商发展迅速。2013年底,我省首家专业茶叶电商大茶网成立,采取O2O模式,一上线便广受关注,2014年,是大茶网上线运

退货,网站接受7天内无条件退货,消费者如果发现所购产品存在质量问题或者假冒行为,网站一直坚持双倍赔偿。

刘健表示,对于电商平台而言,服务就是生命,用户体验是最为重要的,如果消费者的消费体验受阻,平台将不复存在。在两会上,全国人大代表、湖南本土电商步步高董事长王填建议规范电子商务平台,杜绝假货。他建议,亟待出台的《电子商务法》在加强电子商务管理方面加大力度,让电商平台承担更多的责任,以保证这个平台的转型升级,真正繁荣并壮大我国的电子商务市场。

【质量】

形成从茶园到售后完整质量保障线

要实现湘茶千亿产业的目标,质量将是发展的前提。事实上,我省茶产业发展正在形成一条从茶园到售后完整质量保障线。

在茶园建设方面,目前,我省茶园面积已经超过200万亩,全省正在推广示范茶园建设,从土基到选苗、从施肥到采摘,都有着严格规范的管理,在贡茶碣滩茶产区沅陵,该县副县长伍崇岳告诉记者,碣滩茶茶园目前正在大面积推广有机茶园,县质监局专门出台了相关种植标准,五年以内茶叶严禁采摘,全程严禁使用农药。

在生产环节,严格按照出口标准,推行有机认证,对生产企业进行严格评估把关,对于一些生产技术落后、厂房设备不达标的企业进行淘汰,实行质量标准、加工工艺、包装规格、产品价格、对外宣传五统一。刘健表示,从源头把关,能保证湘茶最优质的品质,从销售和售后服务上把关,能

【质量】

形成从茶园到售后完整质量保障线

更拉近消费者与湘茶的距离,能圈住消费者,建立从茶园到售后完整质量保障线也是湘茶发展的必然要求。

成功模式借鉴

上线一年,销售额达4.7亿元,大茶网成为茶叶电商领域的明星,他们的成功模式值得借鉴。

原产地直供直销

“原产地、品牌茶”是大茶网打造消费者信任度的重要策略之一。据刘健介绍,大茶网采用的销售模式是原产地厂家直销模式,其通过与各大原产地茶企合作,共同开发茶叶品牌,并且联合当地茶农建立了茶叶种植管理规范,统一茶叶采摘标准和生产标准。刘健表示,大茶网对上游企业有严格筛选,设置严格的准入门槛,所有入驻大茶网企业必须自有茶园200亩以上,要证

【新政】

《侵害消费者权益行为处罚办法》3月15日起实施 网购“七日无理由退货”,故意拖延不退要罚

3月15日,国家工商总局公布的《侵害消费者权益行为处罚办法》(简称《处罚办法》)将开始施行。它将给电商平台发展带来哪些影响呢?

网购“七日无理由退货”是新《消法》的一大亮点,《处罚办法》规定了经营者有下列情形之一并超过十五日的,视为故意拖延和无理拒绝:(一)对于适用无理由退货商品,自收到消费者退货要求之日起未办理退货手续;(二)未经消费者确认,以自行规定该商品不适用无理由退货为由拒绝退货;(三)以消费者已拆封、查验影响商品完好为由拒绝退货;(四)自收到退回商品之日起无正当理由未退还消费者支付的商品价款等。对于经营者故意拖延或者无理拒绝的行为,由工商部门依照《消法》第五十六条

予以处罚。

“已拆封”不能成为电商拒绝退货的理由

“退货”是在网络消费过程中时常会碰到的情况,在新出台的《处罚办法》中,对于存在质量问题的产品来说,商品已拆封不能成为电商拒绝退货的理由。

按照新《处罚办法》规定,经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品,应当依照法律规定承担无理由退货义务,不得故意拖延或者无理拒绝。经营者对于适用无理由退货的商品,自收到消费者退货要求之日起未办理退货手续;未经消费者确认,以自行规定该商品不适用无理由退货为由拒绝退货;以消费者已拆封、查验影响商品完好为由拒绝退货;自收到退回

商品之日起无正当理由未退还消费者支付的商品价款等,有以上情形之一并超过15日的,均被视为故意拖延或者无理拒绝,违者可处以50万元以下的罚款。

“刷好评”被禁用 “大甩卖”要慎用

互联网经济日渐繁荣,网购已成为时下流行的消费模式之一,新《处罚办法》针对网购存在的问题进行了约束。

“刷好评”能让一家新起步的网店达到“先发制人”的效果。“互拍”,指在购物网站中,买、卖双方以抬高信用为目的,或双方在无实际成交的情况下做出“满意”、“好评”评价的行为。在网购中,很多新卖家要

依靠信用炒作来提升信用度,但也增加了网络购物的风险。针对这一现象,新《处罚办法》第六条中明确提到,经营者向消费者提供的有关商品或者服务的信息,应当真实、全面、准确,不得有某些虚假或者引人误解的宣传行为。办法中列出的9条具体违规做法中,第4条就是“采用虚构交易、虚标成交量、虚假评论或者雇佣他人等方式进行欺骗性销售诱导”,而这也就是网络中流行的“刷好评”。与此同时,以虚假的“清仓价”、“甩卖价”、“最低价”、“优惠价”或者其他欺骗性价格标示销售商品或者服务的行为,也被列入“黑名单”,消费者如遇到此类虚假宣传情况可向工商部门投诉。

“货真价实”的超低价优惠

“假打折”现象是电商平台广受诟病的一大因素,近年来,超低折扣是电商商家的常见促销手段,不过,很多商家的低折扣是建立在暗地里虚高商品原价的基础上,这些欺瞒的手段令消费者感到很不满。因而,电商的销售额在增加,“美誉度”却在不断下滑。

大茶网采用厂家直供直销模式,茶叶从厂家直达消费者手中,省去了中间的流通成本,将节约的成本让利于消费者,因而,相比于经过经销商层层加价的茶叶,嗨茶网的优惠价格几乎低至出厂价。此外,大茶网也通过创新活动形式,不断为用户提供新鲜的参与体验。团购、限时抢购、积分兑换等方式,一系列的活动策略在用户中间保持着很强的参与性,使用户的粘性不断增强,在消费者中的信任度和美誉度正在不断提升。