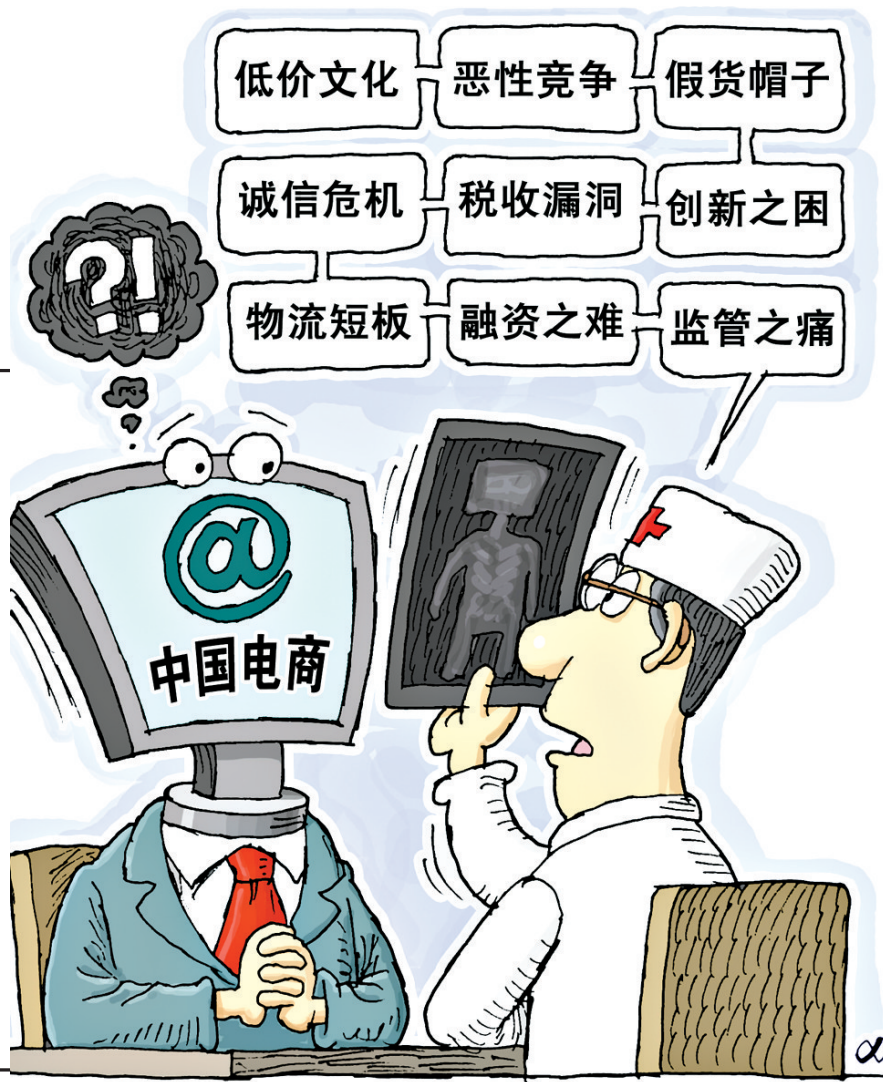


# 低价文化 恶性竞争 充斥假货 诚信危机 …… 九大痛点 困扰中国电商



近日,国家工商总局公布网络交易商品定向监测结果,淘宝小二公开质疑……此事使得长期存在的“电商痛点”再次被公众热议。

中国接触互联网21年来,电商化成为经济社会发展的重要特征和长期趋势。电子商务表面繁华的背后存在哪些隐忧?中国经济电商之路怎样才能走得又稳又快?长期存在的痛点还要“痛”到何时?

## 痛点一

### 低价文化

打开“淘个团购宝”App,99元的袜子、手套、零食、化妆品,199元的毛绒衫、大衣乃至床单比比皆是……

然而,在浙江省临安市昌化镇白牛村——全国四大淘宝村之一,村民们多年靠电商在全国卖炒货走上致富路,如今却日益发愁。

“低价竞争太激烈了,一些店主压价太厉害,过去卖炒山核桃还有利润,如今为了抢市场,大家把价格都压到成本价了!”村民、网店店主潘小忠向记者感慨,“这么做下去,是作死的节奏!”

让业内人士忧虑的是,电商本来是高科技产业的代表,但“唯低价是举”将行业门槛降得很低,电商对相邻产业的正面带动效应“大打折扣”。

## 痛点二

### 恶性竞争

广州沃弗信息科技有限公司总经理陈延告诉记者:“电商都很注重网上口碑,但针对网络特点,电商业竟然产生‘差评党’,专门负责给竞争对手差评。更恶劣的是,有竞争对手专门雇人买了产品就‘七天内无理由退货’,电商的出库成本和销售成本大大增加。”

一位电商透露,自己花钱在淘宝买了“直通车”的链接,原本希望消费者能快速浏览光顾货品,结果一些竞争对手专门找人点击,每点击一次就要付给淘宝2元,并没有形成购买量,这让他不堪重负。“现在我做了电商死,不做也死,我们在平台上就像骑在马上不得不跑。”他无奈道。

北京市工商局相关负责人表示,恶性不正当竞争是破坏互联网经济的恶性毒瘤,如果不能及时规整,就容易助长“劣币驱逐良币”,从而危害公平、诚信的竞争秩序,严重破坏整个市场经济赖以存在的商业环境。

## 痛点三

### 假货帽子

淘宝网曾多次声明,其不直接销售任何商品。然而,来自北京的消费者刘畅说:“如果我在商场买到假货,我可以找商场。在淘宝上买到假货,我不找淘宝找谁?”

国家工商总局表示,淘宝网假烟、假酒、高仿手机、假名牌包、假证等大量存在,对平台内商品信息的审查、日常监测、违规处置不到位,处理消费者维权诉求和监管部门的执法协查时门槛偏高、效率低下。

## 痛点四

### 创新之困

经过多年发展,我国电商结合本土需求,形成了独特业务模式创新的电商企业,但技术创新仍然薄弱。

“过去,电商业门槛比较低,电商化主要在消费品领域,解决人民群众的生活需求,现在向教育、医疗等垂直服务领域深度延伸。在这些领域,无论是技术还是商业模式都面临很大挑战,更远的创新已经势在必行。”中国教育在线总编辑陈志文指出。

## 痛点五

### 诚信危机

售卖假货,降低了消费者的信任。一旦出现信任滑坡,影响的不是一两家网店,而是整个电商业。

“诚信是个大问题,不能仅仅依靠有关部门的授权书就相信第三方。”聚美优品CEO陈欧说。

国家工商总局表示,尽管多次就不诚信问题约谈电商企业,但损害消费者权益的行为仍屡屡出现。“双十一”期间,淘宝网等平台出现多种违规促销,诱导消费者盲目消费。还有一些电商平台虚构网络交易额现象严重,一些卖家还通过“空买空卖”刷高交易数量提高信用。

## 痛点六

### 税收漏洞

电商的税收问题饱受社会质疑。购物数量小,卖方数量大而分散、非注册经营,交易主要靠电子支付等,电商商家有了“摆地摊”的机会,由于电商征税制度的缺失,“不开发票、不上税”现象随之衍生,不少人质疑这是对传统商贸的不公平,破坏了市场管理秩序。

记者走访后发现,京东、苏宁易购等自营B2C电商都是按照国家规定纳税的;但是有些电商平台是C2C卖家,目前相当一部分不交税。

在浙江义乌,一位淘宝店主向记者坦言,淘宝上大量店主不交税。如果征税,那肯定就死了。

“我们合理纳税,一些电商不开发票却是常态,我们不怕市场竞争,就怕输在游戏规则上。”苏宁云商集团股份有限公司副董事长孙为民说。

## 痛点七

### 物流短板

每年“双十一”是场消费盛宴,对我国支撑电商的社会物流系统和基础提出了严峻考验。国家邮政局提前部署十几家快递公司做好应对,大家都意识到,如果物流没有跟上,就是场灾难。

与国外发达国家相比,我国电商的社会物流系统远不成熟,供应链、配送、第三方物流的信息化和标准化水平仍然有待提高,国内快递行业鱼龙混杂,行业标准和服务质量良莠不齐。

“目前中国电商发展的最大瓶颈在物流,需要政府、企业去共同改进。”艾瑞咨询高级分析师王亭亭说。

在外界看来,苏宁易购、京东等至今未实现盈利。记者调研中发现,恰恰是电商们意识到物流短板,构建强大、高效的物流体系,导致企业利润受到影响。

## 痛点八

### 融资之难

2014年,聚美优品、京东、阿里巴巴接连在美国上市,掀起中国电商在全球市场的上市潮……在国内很多电商发展初期受到国外资本的青睐。这些现象发人深思:为何中国分享不了本土创新型企业发展红利?

“国内资本市场尚不能支撑互联网企业的发展。”达晨创投基金TMT行业投资部副总经理何士祥告诉记者,证监会要求上市企业必须达到盈利的一定标准,而电商初期都很难达到。

## 痛点九

### 监管之痛

记者了解到,目前涉及电子商务管理的有商务部、工信部、公安部、网信办、质检总局、工商总局、人民银行、银监会、交通运输部、海关、农业部、国家邮政局等约20个部门。走访多个部门后发现,各部门关于全国电子商务的数据统计都很少,更不用说权威部门数据进行共享。

淘宝平台上究竟有多少电商商户?“双十一”期间571亿元销售额是真是假?退货率有多少?几乎没有一个部门说得清楚。

“政府部门还没有形成互联网经济的管理结构。”北京市工商局有关负责人指出,在网络市场的虚拟性、广域性、一体性与行政管理的现实性、地域性、分立性之间存在矛盾和不适应。

## 痛定思痛 消除痛点

价格战硝烟四起、口水仗不断、虚假宣传泛滥……违背市场秩序、侵害消费者权益的行为,必须进行监管。而目前规范电商的《消费者权益保护法》和《网络交易管理办法》的实施细则和行政处罚方式不够明确,面对复杂多变的网络违法行为,监管及立法的滞后影响了电子商务朝更健康的方向发展,电商革命绝非一片坦途。

针对电子商务领域的瓶颈问题,有关部门纷纷行动:

——电商立法呼之欲出。记者从多方获悉,电子商务法正在加紧起草中,将着力解决电子商务领域存在的诸多问题;

——跨境电商制度不断完善。商务部等出台《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策的意见》等一系列文件,打造电子商务规范体系,财政部等明确跨境电商零售出口税收优惠政策等;

——工商总局提出,今年将重点建设“第三方网络交易平台监管系统”,对电商进行跨区域监管,将问题电商列入黑名单和灰名单,让监督在阳光下进行,包括监管者、经营者、消费者等全社会共同参与平台治理;

——证监会正研究在创业板设立专门层次,支持尚未盈利的互联网企业、科技创新企业上市,进一步拓展创业板对创新经济、新兴产业的覆盖面……

痛定思痛,消除痛点,中国电子商务才能真正获得健康持续发展,为产业转型、经济发展注入动力。

(据新华社)