

“炒信”将上黑名单

# 电商“刷单”利益链 能否斩断

近日，阿里巴巴、京东等8家电商企业共同签订了“反炒信”协议，在国家发改委等部门指导下，“炒信”行为将被纳入“黑名单”严惩。“双十一”将至，新规之下，“刷单”客身影何在？商家是否还会继续“刷单”？“刷单”利益链条能否被斩断？记者进行了采访调查。

【产业链】利益巨大  
【刷单】报酬可观

【小商家】生存压力大  
【刷单】成【潜规则】

【惩处】电商不能单打独斗  
【刷单】

【延伸阅读】

记者在一热门搜索网站上输入“电商刷单”，各种名字的app刷单软件、刷单网站便跃然而出，既有给刷单客的，也有提供给商家的。业内人士表示，花样百出的广告背后，隐藏着巨大的利益“链条”；而“刷单”足不出户、简单易学且报酬可观，也吸引了大批“刷单”客。

21岁王孟（化名）是北京某高校一名大四学生，曾是一名“刷单”客。

“我是偶然在某APP上看到招‘刷单员’的信息，为了赚些零花钱，就打了电话过去询问；接电话的‘小娜’（网名）说，只要交99

元入职费就能开始刷单，通过支付宝我把钱转了过去”，王孟告诉记者，为通过审核，还需要填写一份《新会员审核登记表》，外加一张手持身份证件的照片。

王孟介绍，“小娜”把他拉到了某语音平台的“刷单”频道。频道上有各种各样的网店刷单信息，“刷单”成员有千余人，按照不同的分工，设有十几个子频道，分工明确，责任到人。有经验的“刷单员”交498元后，可以被培养当“主持人”。“主持人”为频道拉到10个“刷单员”的话，可以退回交的钱。

“我第一次从‘刷单’频道接的‘活儿’，是一个报酬4元的单子；

我不得不放弃。”

小林说：“每天‘刷单’大约就100单吧，营业额3万元左右，电商平台固定收取总营业额的5%，加上‘刷单’的快递、‘刷单’客和线下人力维护成本，平均每单大约18至20元，每天‘刷单’成本2000元左右。”

小林还介绍，“刷单”买家等級不同，基础价钱也不一样，两三颗星的买家5元一单，四五颗星的买家7元一单，一颗“钻石”的9元左右……以此类推，“现在价钱可能又水涨船高了。”

为何不用电商平台官方的广告投放呢？小林表示，因为电商平台的投放广告收费高，对入驻

‘刷单’的每一步都需要截图发给‘主持人’，‘主持人’确认后才能进行下一步工作”，王孟说，“我按照流程先去专业的查号网站，确认自己账号是安全的；然后登录购物网站搜索商品，浏览商品一分钟，收藏商品，与卖家假聊，提交订单；‘主持人’远程操控支付，最后给十五字好评和五星评分，这样就成功的完成一次刷单了。佣金一般在第二天支付给我们。”

记者在王孟提供的专业查号网站的广告上见到，至今仍有出售购物网站账号的链接。王孟说，如果拥有多个账号一起“刷单”，赚钱真的相当可观。

的小商家来说性价比不高，“我认识一家同行，每天花费近万元在平台投放广告，效果还是和‘刷单’差不多。我自己也试过在平台投放广告，效果不怎么理想。”

业内人士表示，“刷单”已成电商行业“潜规则”，甚至某些大公司也经不起市场冲击，选择刷单“自保”。今年上半年，一家新三板上市公司主动承认“刷单”，并公布相关数据及虚假收入明细：“刷单”26.34万笔，费用支出175.47万元，产生的虚假收入累计超过3000万元。其负责人对外表示，“刷单”是出于市场防御目的，为了维持公司的高位排名。

“反‘炒信’不能是电商单打独斗，需政府、企业联合发力；这一机制通过制度、技术措施保护商户的商业机密和个人隐私，鼓励广大市场主体对‘炒信’行为进行举报。”国家发改委有关负责人说。

“合同法、消费者权益保护法、互联网交易管理办法等，都是惩处‘刷单’行为的法律依据，相关执法部门和电商平台应加强合作，加大对违法行为的惩处，维护正常的市场秩序和消费者权益。”陈军说。（据新华社新媒体专电）

害了电商经济的健康发展。

“打击一批，又新生一批。”王孟说：“现在的‘刷单’从QQ群等，逐渐向刷单高级软件转变，方式越来越隐蔽、收费也越来越高，而所有成本最终都转嫁到商家和消费者身上”。

有业内人士认为，如果各大电商平台不改变现在的竞价排名规则，“刷单”现象难以改变。点击量、成交量、成交关联金额和广告费用等，都影响电商排名，而“刷单”恰恰能提升这些关键信息。

国家发改委有关负责人表示，“炒信”就是利用网络虚拟交易炒作信用，目前已呈现职业化、专业化等特点，是电子商务领域的一大毒瘤。加强对“炒信”行为的监管，有利于促进电商健康发展和社会信用体系建设。

四川大学法学院教授陈军说，“刷单”属于多方违法行为，涉事商家、“刷单”客及物流公司，均违反了电商平台的相关规定，对正常的消费者进行了信息欺诈，侵犯了正常商家公平参与竞争的权利，严重危



电商、快递业备战“双11”

H观察

## 增速“腰斩”实体店“复兴” 电商将何去何从？

随着我国互联网尤其是移动互联网的发展，电商发展也一路高歌猛进，网上消费成为拉动消费的主力军。然而近年来，网络消费增长却显示放缓趋势，与三年前相比几乎“腰斩”。未来，在消费升级不断加速、实体店“复兴”的背景下，电商又将何去何从？

业内人士分析认为，网购规模基数大，售卖方式单一，消费者对品质、服务等要求越来越高，均是导致网购增速放缓的原因。

网购人群逐渐饱和

一年一度的“双11”网购狂欢临近。根据中国快递协会、菜鸟网络的预测，今年“双11”期间整个快递行业处理的快件量将超过10亿件。

今年是“双11”的第8个年头，去年，仅天猫、淘宝在11月11日当天就创下了

912亿元成交额  
4.67亿件物流订单

业内预计，今年“双11”的各项数据将会再度被大幅刷新，比如快递全行业业务量或将达到10.5亿件，比去年同期增长35%↑

据估计，今年“双11”期间全行业将有268万一线人员投入到服务当中，较去年增长超过50%↑  
干线车辆增长59%↑  
航空运力增长40%左右↑

## 网购增速三年“腰斩”

国家统计局数据显示，今年前三季度我国网上零售额34651亿元，增速为26.1%

2014年的49.7%  
这三年电商增速“一路下滑”  
2015年的33.3%

国内两大电商巨头的成交额也表现出增速放缓的势头  
阿里巴巴集团财报显示  
2014年全年平台成交总额2.3万亿元人民币  
同比增长47%↑  
2016年财年（2015年4月1日至2016年3月31日）  
平台成交额同比增长27%↑

京东集团2014年全年交易总额达到2602亿元人民币，同比增长107%↑

2015全年交易总额达到4627亿元人民币，同比增长78%↑

2015年增速比2014年低29个百分点

靠打价格战方式将难以持续

尽管如此，网上销售在整个社会消费品零售总额中的占比仍没有销售渠道可以比肩。专家认为，在未来的很长时间，电商消费仍将继续成为消费增长的亮点。

但是，无论什么原因，电商增速逐年下降是不争的事实。专家认为，电商未来靠打价格战的方式将难以持续，需要加快转型，还要努力解决自身“老问题”。

“随着消费升级的加速，消费者也不再仅图价格便宜，而是追求更好的购物体验，包括品质保障、个性化产品、物流配送和售后服务是否到位等。”中国连锁经营协会副秘书长彭建真说，电商也要加快供给侧结构性改革。

纯电商时代很快将结束

顺应消费变化，各大电商已纷纷“出招”。从过去的电商联手线下实体店，加快物流配送和支付便利，到如今电商平台联合制造企业，运用大数据进行C2B反向定制，甚至私人定制。

今年“双11”期间，淘宝将推出VR高科技来帮助用户360度全景浸入式购物体验；京东将引入无人机设备，提高物流速度。

网易考拉海购公关经理王峰说，对于供给侧竞争的焦点，不只立足于卖产品，顾客的体验、口碑和服务更加重要。在销售环节不断推出促销活动，同时还要不断修炼内功，对供应链、仓储等进行布局。

另外，对一直是消费者心头之痛的网购假货的整治，赵萍说，监管部门要适应新的流通业态，建立线上举报和投诉渠道，完善24小时投诉机制，另一方面也要鼓励企业在保证商业秘密的前提下，将自己的大数据实现与监管部门的共享。

而阿里巴巴董事局主席马云看到的却是，纯电商时代很快将结束。这是日前他在杭州市人民政府和阿里巴巴集团主办的云栖大会上表述的，并认为很快将出现线上、线下、现代物流结合在一起的新零售。

（据新华社北京电）

# 网购当心陷入新传销

今年9月，石家庄市警方依法查处一个依托“心未来互联平台”网站进行传销的犯罪团伙，抓获以犯罪嫌疑人杨某、景某夫妇为首的团伙成员36人，传讯参与传销人员258名。

据犯罪嫌疑人杨某交待，于2015年6月建成“心未来互联平台”，同时先后注册成立了石家庄邻里邻居企业管理服务有限公司等十多家公司参与犯罪活动，他担任多家公司的股东和法人代表。警方核查发现，这些公司绝大部分系空壳公司，平台经营模式中没有任何盈利点，其会员消费100%报销和上层会员提成

返利，均来源于新加入会员缴纳的购物款及对供应商延迟结算的货款。

会员要想在“心未来互联平台”购物，必须由老会员介绍加入成为普通会员，如果想要购物百分百报销，需在网站上进行实名认证且设置二级密码，推荐人审核通过后则成为合格会员，获得一次500至1000的E币红包奖励。

会员想要获得E币在平台购物、报销，必须大量发展会员、拉人头。想购买价值更高的产品，获得更大的利益，必须晋更高的级别。合格会员晋升为入门级至少需发展5名新会员，晋升一星会员至少要发展30人，晋升二星会员至少要发展155人，晋升三星会员至少要发展780人……

“正是被购物百分百报销的诱惑吸引，老会员才会拼命介绍新人加入。会员只买东西不看

（据新华社新媒体专电）



据新华社电  
制图王凤龙