网上买买买 安全第一条

一年一度的“双11”电商大促、“双12”购物节销售火爆，拉近供需对接，凸显市场强大活力。在网络消费快速发展的同时，产品虚假宣传、泄露用户隐私等问题也随之而来。针对这些新问题如何实现有效监管？未来还需采取哪些措施减少消费者烦恼、进一步释放网络消费潜力？

中国互联网络信息中心数据显示，截至2019年6月，我国网络购物用户规模达6.39亿，较2018年底增长2871万，占网民整体的74.8%。据2018年国民经济和社会发展统计公报，全年网上零售额90065亿元，比上年增长23.9%。网络消费发展至今，出现了哪些新现象？针对网购中的新问题，监管跟上了吗？

“退货早已寄出，但退款迟迟不到账。”杨先生在某网店购入一台显示器，收货后发现功能达不到预期，便提交退货处理。在完成退货3天后，杨先生还没收到退款，便咨询电商平台客服，得知平台已将1930元退回网店。

杨先生联系网店要求退款，但是网店一直以各种理由推托。杨先生无奈之下向“电子商务消费纠纷调解平台”投诉，终于拿到了退款。

杨先生的经历并不是个案。2018年，全国市场监管部门共受理网络购物投诉168.20万件，同比增长126.2%。电子商务研究中心发布的《2018年度中国电子商务用户体验与投诉监测报告》显示，退款、退换货等问题是全国网络消费投诉的热点。特别是在6月、11月、12月，受电商平台“6·18”“双11”“双12”营销活动影响，消费者退款难、退换货难等投诉明显增多。

根据商务大数据监测主要电子商务平台的数据，今年11月1日至11日，全国网络零售额超过8700亿元人民币，同比增长26.7%。与此同时，今年“双11”期间，中国消费者协会共收集相关消费维权类信息790多万条，主要涉及产品质量问题、预售、退货霸王条款、价格套路和促销陷阱、信息骚扰等方面。

“社群电商、小程序、网红直播销售等呈现快速增长趋势，发生消费纠纷的概率相对较高，各种电商平台的规范化管理还有待进一步提升。”中国国际电子商务中心研究院院长李鸣涛认为，新业态、新模式给网络消费维权工作带来新挑战。特别是今年，直播带货在“双11”全面爆发，成为各大电商重点营销板块。但同时，网红带货“翻车”，引发了对直播虚假宣传、质量问题、售后服务跟不上、数据造假等问题的质疑。

2019年1月1日正式实施的电子商务法设立了“电子商务争议解决”专章，正在制定的《消费者权益保护法实施条例》拟对网络购物无理由退货制度进行细化。中国社会科学评价研究院院长荆林波表示：“未来应制定电子商务法的实施细则，进一步提高操作性。同时，还要发挥中消协等社会组织的作用，加强网络交易服务商的治理等。”

68.3%

广告问题在网购消费投诉占比

“看标题以为是科普文章，点进去就开始推销产品。”北京消费者仇女士看到某文章讲如何消除腿部水肿，购买了其推荐的瘦腿袜，“说是外国工厂加工的医学级产品，398元一双，买回来和普通高弹袜没啥区别。向平台投诉这个公众号虚假宣传，也没有回应。”

当前，互联网上一些虚假广告花样百出：部分虚假广告借助微信公众号进行宣传，利用朋友圈熟人传播的可信度扩大受众；在视频平台的直播中加入口播；在论坛、贴吧等平台上推荐攻略；在点评类手机应用上发布评价等等。

中国人民大学法学院教授刘俊海认为，这些虚假广告介于信息和广告间的模糊地带，一方面逃避事先审查义务，另一方面还可以在一定程度上摆脱执法部门监管。这些主体分散、隐蔽性强的虚假广告，对监管部门的治理能力提出了挑战。

据国家市场监管总局统计，2018年，网购消费投诉问题主要集中在：虚假广告、假冒伪劣、质量不合格、经营者拒不履行合同约定等。其中，广告问题最为严重，达112.96万件，占网购投诉量的68.3%，同比增长389.7%。

火爆的网络直播促销也带来了虚假宣传问题。中国消费者协会对今年11月1日至15日期间“双11”相关消费维权情况进行了网络大数据舆情分析。其间共收集促销宣传负面信息13.79万条，主要涉及直播带货欺骗消费者、商家宣传与实际不符、欺诈、有价无货等问题。专家表示，根据广告法相关规定，直播叫卖，说到底是一种变相的广告代言，要遵守广告法的规范。

针对网购消费投诉的热点问题，国家市场监管总局与相关部门联合开展了网剑行动，2018年全系统共网上检查网站（网店）241万个次，查处网络违法案件4.5万件。同时，电商平台也在探索用数字技术提升协查案件响应效率。2018年，阿里巴巴累计推送超5万元起刑点的涉假线索1634条，协助抓捕涉案犯罪嫌疑人1953名。执法机关、品牌方、平台、消费者紧密联动，形成“打假共治系统”。

58.75%

遭遇侵犯个人信息行为的网民占比

网络购物便利了个人生活，与此同时，网购平台与商家滥用个人信息授权和隐私数据的问题呈增加趋势。

据不久前发布的《2019网民网络安全感满意度调查活动总报告》，近一年来，有58.75%的网民在日常生活中遇到过侵犯个人信息的行为，其中遇到个人信息泄露的达85.36%；37.4%的网民认为网络个人信息泄露“非常多”和“比较多”。在网络安全从业人员中，超过50%认为APP不应普遍收集身份证号、聊天记录、短信内容、住址等用户信息。

国家市场监督管理总局相关负责人介绍，近年来，一些互联网公司及其APP收集的信息与其所提供的服务并不相关。部分企业超出用户授权范围使用个人信息，包括进行商业推广、大数据“杀熟”，甚至未经授权将所掌握的个人信息提供给其他企业，有的被用于电话营销，有的甚至被犯罪分子用于网络诈骗。

今年3月，国家市场监管总局与中央网信办联合发布《关于开展APP安全认证工作的公告》，APP安全认证开始实施。目前正在修订的国家标准GB/T 35273《信息安全技术 个人信息安全规范》在10月24日更新后的征求意见稿中明确，不应以改善服务质量、提升个人信息主体体验、研发新产品、增强安全性等为由，强迫要求个人信息主体同意收集个人信息。

李鸣涛认为，还应该加强个人数据方面的立法。我国的网络安全法、电子商务法都针对个人信息的收集、使用等有相关的保护性条款，在此基础上建议针对个人信息保护进行专题立法，从个人数据的权属认定、收益权处理等方面系统地对个人信息进行全方位保护。 （人民日报）

河南濮阳市『两降一升』实现医患双赢

今年以来，河南省濮阳市在广泛调研的基础上，出台“两降一升”措施，深化医疗服务价格改革，让医患双方实现了“双赢”。

作为第三批公立医院改革国家联系试点城市，濮阳市按照“总量控制、调整结构、有升有降、逐步到位”的改革原则，在保证医院良性运行、医保基金可承受、群众整体负担不增加的前提下，于今年2月1日，启动以医疗服务价格调整为重点的改革措施，取消医用耗材加成，适度降低大型医用设备检查检验价格，合理提升诊疗、手术、康复、护理、中医、儿科等的服务价格，调动了医务人员积极性，理顺了医疗服务项目的比价关系，优化了医院收入结构。

一是降成本。启动药品耗材联合议价采购，从源头降低群众就医费用，全市公立医疗机构组成濮阳市药品耗材集中采购联盟，首批完成500个品规的高值医用耗材的谈判价格，平均降价12个百分点，全年可节约资金5000万元。

二是降价格。公立医疗机构全部实行药品耗材零加价，大型设备检查价格下降，全市医疗机构全年医疗收入减少9000万元，为让利患者提供了条件。

三是提升服务费。手术费、护理费等适度提高，适当提高医务人员的薪酬，让医务人员的劳动价值在薪酬上得到体现，促使医疗服务水平提高。

“两降一升”医疗价格结构调整措施的实施，进一步切断了“以药养医”利益链，健全完善了公立医院补偿机制；医疗机构的检查和输液减少了，大药方、过度检查现象得到了遏制，减轻了群众看病用药负担，医务人员的技术劳务价值得到了尊重，医患双方都有了获得感，实现了双惠双赢。

经监测，2月1日价格调整以来，市直公立医院医疗性服务收入占比比去年同期提升2.59%，检查检验收入占比比去年同期下降0.28%，医用卫生耗材收入占比比去年同期下降2.73%。累计让利患者9084万元，其中药品取消加成让利患者7040万元，医用卫生耗材取消加成让利患者992万元，大型设备、检验项目让利患者1052万元。

在11月29日，河南全省深化医改经验推广暨医药卫生体制改革高峰论坛上，濮阳市的“理顺医疗服务价格，优化医院收入结构”工作经验，被评为全省“医改十大创新举措”，是河南全省18个地市卫生健康委仅有的两个获奖者之一。

（闫现营 侣晓阳）

德国汉斯格雅先进产品进入中国

汉斯格雅于1996年进入国内市场，为国内消费者们带来来自德国百年企业的先进产品。23年来，汉斯格雅扎根国内市场的肥沃土地，为国内消费者们带来人性化个性化产品与服务。凭借多年兢兢业业，汉斯格雅集团共荣获103项红点设计大奖，144项德国设计大奖，153项iF设计大奖，国内也荣获多次全国质量诚信标杆典型企业、“沸腾杯”质量金奖、2018年度影响力品牌等殊荣，砥砺前进，给卫浴产品赋予新定义，成为国内消费者认可的著名品牌。

历久弥新 孜孜不倦

说起汉斯格雅，就离不开德国汉斯格雅集团的发展史。汉斯格雅自1901年创立，118年改革创新，为消费者们提供优良品质、创新科技的新产品。从最古老的花洒产品到如今引领SmartLiving智能生活的产品，百年来的历史积淀让汉斯格雅享誉全球，成为全球卫浴行业的领头羊。截止到2019年，汉斯格雅拥有34家分公司和21个销售办事处，分布于全球140个国家。而汉斯格雅作为早早打入中国市场的一员，凭借品牌百年经验和成果，快速融入国内市场，成为国内卫浴行业不可或缺的一份子。

汉斯格雅于1996年进入大连，传递来自德国的严谨与工匠精神，成功将“浴见水，邂逅美”的美好沐浴体验带给千万中国家庭。在当时，中国国内卫浴市场刚刚起步，市面上大多是低端产品，不能满足大量消费者的生活需求。汉斯格雅着眼于此，推出符合国内消费者需求的高品质产品，简约的设计、实用的操作满足消费者品味和审美。同时，汉斯格雅力图为消费者带来性价比最高的产品和服务，根据中国消费者的使用习惯，扩大淋浴管等产品的选择，适应市场需求，拉近了汉斯格雅与中国消费者的距离。在中国卫浴市场发展的20多年间，汉斯格雅伴随国内行业整体发展，一步一个脚印，带领行业整体前进改革。换言之，汉斯格雅也算得上是国内卫浴市场发展的见证人和引领者之一。

汉斯格雅深入剖析消费者心理，倾听消费者诉求。在大量同类企业选择拓宽市场生产其他衍生产品的潮流中，汉斯格雅坚定其发展方向，以高端卫浴产品为主，设计研发更符合市场需求的产品，而不是冒然进入新领域。23年时光证明，汉斯格雅的选择是正确的。其研发生产的产品遍布国内大江南北，从北京、上海宝格丽酒店，上海世茂深坑酒店到厦门璞尚酒店，从安吉绿城悦榕庄到澳门摩珀斯酒店，汉斯格雅为全国消费者带来新颖先进的产品，为诸多地标性建筑带来舒适的卫浴环境。

时光飞逝，日月如梭。二十年过去，我国卫浴行业从低端产品大转身，在消费升级的带动下，向智能化、个性化、品牌化的方向稳健发展。汉斯格雅作为龙头企业，23年间稳扎稳打，和行业共发展。凭借其创新精神和立足创新的发展模式，汉斯格雅已站在时代前沿，为国内消费者提供远超同类企业的产品与服务。与此同时，汉斯格雅积极响应国家节能减排政策，率先提出绿色可持续发展产品概念，EcoSmart节水技术为消费者在用水过程中带来更好的感受，同时节约水资源。据笔者了解，汉斯格雅的生产基地每年花费很高成本节能减排，并对水循环利用，倡导绿色生产理念。正是基于百年的历史沉淀和经验汲取，汉斯格雅才能够站在行业顶端，引领整体向前。

与时俱进 注重创新

技术是企业生命之根，发展之源；没有专利技术的企业等同沙漠湖泊，必然会枯竭。对汉斯格雅而言，创新技术、研发新产品是刻在企业精神上的核心，是每名员工都铭记的准则。达成形态和功能上的结合，这一理念是汉斯格雅永恒的标准。1901年，汉斯格雅的创始人汉斯·格雅先生就立足时代，一马当先，创新发明了革新传统淋浴的产品，为消费者们带来远超时代的舒适体验。

汉斯格雅将跨时代的设计及产品引入国内，为消费者们带来新的优质选择。在质量上，汉斯格雅均采用德国的先进生产技术和优于欧盟及国内质量标准，生产出优质的产品。据负责人介绍，汉斯格雅的产品目前正向SmartLiving智能生活方向创新，在同类企业还采用传统设计时，汉斯格雅已经推出花洒的空气雨淋式出水和旋动按摩式出水等出水科技，解决消费者反馈的单一出水方式“水流过强/过弱”等问题。汉斯格雅认为，设计的细节决定成败，卫浴产品必须从用水体验出发，给消费者带来好的体验。因此，在研发最新出水科技——PowderRain沃雨水流技术，汉斯格雅配备喷淋实验室，多次试验研究花洒水流、噪音、溅水等数据，保证PowderRain沃雨带来轻柔舒适、包裹感的全新感官体验。汉斯格雅正是深入消费者心理，让其被消费者认可。

作为一家站在行业前沿，拥有领先生产技术和设计能力的公司，汉斯格雅二十多年来研发设计出大量先进产品，却也备受山寨劣质仿冒产品的困扰。面对的不仅是市场上同类竞争，还有山寨伪劣产品带来的负面影响。走近国内卫浴市场，我们惊讶地发现，许多低端产品贩售市场内会出现与汉斯格雅推出新品相似的产品。在提高保护知识产权权益的同时，汉斯格雅创新的脚步并未因此受影响。最新推出的AXOR Edge雅生锋芒系列，更是一举摘得2019年红点设计大奖最佳设计奖。

精益求精 以人为本

走近汉斯格雅，我们可以看到大量个性化定制高端产品，对汉斯格雅而言，“细节决定品质、体验决定成败”并非一句空话。他们用二十多年做好汉斯格雅卫浴产品，打响品牌，为消费者带来全新的人性化体验。据负责人介绍，汉斯格雅引进的每一个产品都是在德国“以人为本，品质争先”的精神下诞生的。无论是经典的厨卫产品，还是针对厨卫设计品牌AXOR雅生，汉斯格雅都将消费者的体验放在第一位。

注重人性化的精神也往往体现在汉斯格雅的引进过程内。作为一家登高望远的企业，汉斯格雅不忘初心，始终注重细节，产品的生产环节都制定严格标准，杜绝生产过程中出现损毁、劣质产品等。同时，汉斯格雅深入消费者心理，为消费者提供更个性化的产品与服务。FinishPlus 特殊表面定制、Signiture特殊刻字乃至更改长度服务，汉斯格雅在细节上为消费者打造独一无二的产品。

随着国人消费能力提升、年轻人成为主流消费者，卫浴产品的发展道路必然以个性化、高端品质为主旋律。早已预料到这点的汉斯格雅进入中国不久，就组建了一批优秀的售后服务团队，为消费者提供即时快捷的人性化售后服务。同时，汉斯格雅率先提出“五年质保，终身维修，24小时上门”的承诺，保证每一位消费者都不必因售后维修发愁，优化了卫浴行业售后服务迟缓的现象。独一无二的设计、高品质的产品和丰富功能、环保技术和加工工艺应用、高水平专业人员……这些因素共同汇成汉斯格雅，成为汉斯格雅的品牌标签。

从个性化产品到环保技术，汉斯格雅一直走在行业前列，无论是高性价比的高端产品服务还是精细工艺，汉斯格雅用多年实践经验告诉我们，品质永远是衡量企业的标尺。在立足创新、奋勇向前的精神指引下，汉斯格雅将不遗余力地引进最新产品，为消费者、为行业提供更先进的产品。

“华阳”肥料产品受市场青睐

山东省宁阳县华阳肥料有限公司是一家集科研、生产、销售于一体的肥料企业。公司主要产品：华阳牌混合肥料、有机无机复混肥料、专用肥料、生物有机肥料、微生物菌肥、冲施肥料、叶面肥料、根剂、抗重茬剂等产品。产品自投放市场以来均通过国家质检部门检验，曾荣获“消费者满意产品、消费者信得过产品”。

公司拥有颗粒、粉剂、膏剂、水剂四个生产车间，现代化实验室配备先进的仪器，具有自主开发能力，保证了产品研发和配制的超前性和科学性；完善的检测检验设备，保障了采购原材料的高质量和产品的高质量，保证产品的良好使用效果；通过了ISO9001质量管理体系、OHSAS18001职业健康安全管理体系认证、ISO14001环境管理体系认证，保障公司的生产经营安全、高效、高质量，深受广大农民朋友的欢迎，赢得了赞誉。

公司将坚持“以科技为先导，以传播先进技术”为己任，始终秉承“质量求生存，诚信谋发展”的企业精神，让老客户对“华阳”品牌更加有信心，让新客户不会后悔自己的选择。