

谈资

网购保险 两类行为需警惕

互联网保险业务蓬勃发展 因投保方便、比价便捷,受到不少消费者喜爱。然而,互联网保险在给保险消费者带来便利的同时,也出现了一些风险隐患。

中国保监会保险消费者权益保护局提醒广大消费者,在互联网平台购买保险时,应重点注意以下风险:

一类风险是产品宣传藏“忽悠”。目前互联网保险险种主要涉及电商类保险、旅行类保险、车险、意外险、健康险,以及一些场景创新类产品,如航班延误险、退货运费险等。有的保险公司为片面追求“爆款”、吸引眼球,存在保险产品宣传内容不规范、网页所载格式条款的内容不一致或显示不全、未对免责条款进行说明、保险责任模糊等问题,容易造成消费者误解。

另一类风险是不法行为“鱼目混珠”。一些不法分子利用互联网平台虚构保险产品或保险项目,假借保险之名非法集资,或承诺高额回报引诱消费者出资或冒用保险机构名义伪造保单,骗取消费者资金。

保监会保险消费者权益保护局提示,针对销售误导风险,消费者在互联网平台购买保险时一定要仔细阅读保险合同。一方面,主动点击网页上的保险条款链接,认真阅读保险合同和投保须知,了解保障责任、责任免除、保险利益及领取方式等重要内容;另一方面,不要望文生义,如有疑问,及时咨询保险公司客服。

针对不法行为“鱼目混珠”的风险,建议消费者首先要合理评估自身需求,选择符合自身保险保障实际需求的保险产品。其次,在网上投保后,可通过拨打保险公司统一客服电话、登录官方网站或前往保险公司柜面等方式核验所购保单的真实性。最后,要提高警惕,不盲目相信高收益宣传,不随意在可疑网站提供个人信息,自觉抵制诱惑,谨防上当受骗。

(据《人民日报》)

生活危机现场

信用风险 预警报告发布

个人信息被泄露、恶意刷单、虚假交易,人们熟知的网络欺诈风险尚未清除,跨境消费额度被透支、社交电商信任危机、七天无理由退货难落地,新型网购风险已进入公众视野。

今年9月,江苏省江阴市民董女士接到一个自称淘宝客服的陌生电话,声称她此前购买的衣服有质量问题,承诺双重赔偿。董女士扫描对方提供的二维码,输入银行卡号等关键信息,15900多元立即进了骗子口袋。

根据国家发展改革委下属机构牵头编制的《电子商务领域信用风险双11预警报告》,网购“连环陷阱”已成为消费者面临的新风险之一。不法分子通过购买个人信息、冒充电商、物流、银行客服等人员实施“连环”诈骗,令消费者防不胜防。根据上海市反电信网络诈骗中心的数据,今年7月至8月,上海市接报网络诈骗案件中,超两成成为网络购物电话类,占比最高。

不仅是电信诈骗,随着网购渗透率不断提升,一些新型网购风险也开始露头:

跨境消费额度被透支。有消费者在跨境购物时发现,名下多笔交易记录并非本人购买,也未收到过相关商品,其身份信息可能被冒用来扩大额度,赚取税收优惠。

社交电商信任危机。朋友圈购物、微商购物已成为网购主渠道之一,其显著特点是熟人消费。报告提醒,部分投机分子以次充好,暴利定价,通过各级微商和个人,将三无产品卖给消费者,并有可能异化为传销活动。

代购“证伪”困局。部分海淘在卖出假冒商品时,声称支持正品专柜验货。若顾客验货后发现是假冒的,则要求出示专柜出具的假货证明,才能获得退货赔偿。但专卖店或专柜一般不会出具相关证明。

七天无理由退货“难落地”。今年3月《网络购买商品七日无理由退货暂行办法》正式施行。但一些电商在实际销售中,针对不宜退货的具体商品没有告知,一些电商限制消费者退货方式,侵害了消费者的自主选择权。

专家分析认为,政府部门针对双11可能出现的各类信用风险提前预警,能够推动社会各方采取防范措施,建立完善电子商务信用风险防范体系。(新华社)

辉煌5年



移动在线生活:手机取代了钱包

衣食住行一键解决消费体验不断刷新,全民消费开启在线生活、网络购物、移动支付、共享出行,这些中国人习以为常的生活场景,在外国人眼中却充满新奇。

中国的银行距离算盘时代并不远,现在却在金融科技领域开创先河。这是财经杂志《经济学人》发出的由衷赞叹。在旁观者眼中,上世纪80年代的中国,算盘还是支付流通领域的寻常工具。一眨眼,移动支付已深刻改变了中国的商业生态和消费习惯,打开了一幅全新的时代拼图。

即便是5年前的我们,也同样无法想象今天科幻般的移动在线生活,如此便捷、如此智能。有人感叹:出门不担心没钱,最担心手机没电。新生活背后,是中国从追赶者到领跑者的突破之路。科技创新和商业创新的蓬勃发展,为后发赶超注入澎湃动力。5年来,全社会科技创新的活力持续释放,潜力不断挖掘,实力大幅跃升。瞄准世界科技前沿、引领性原创成果取得重大突破,中国在加强创新型国家建设的道路上越走越自信。

党的十九大作出了“中国特色社会主义进入新时代”的重大判断,磅礴的创业热情、勃发的奇思妙想,正是无数个体与伟大时代互动的最好图景。无限可能在这片广袤的热土上生根开花,所有关于

美好生活的向往,正在这里写下最生动的答案。

网购尝鲜快递竞速

足不出户,动动手指就将想买的商品加入购物车,一键支付,快递送货上门。网络购物凭借方便、快捷、不受时空限制等特点,已经成为日常生活中不可缺少的一部分。二手交易平台和跨境电商的发展,让人们的网购方式有了更多选择。与之相随,快递服务越来越贴心,商品送达越来越快,在边远山区无人机送货的尝试,更让快递行业的发展充满了新的可能。未来,各大电商平台的竞争将逐渐从价格战转向品质战,让消费者不仅买得到,还要买得好。海外直播购物、社群分享互动等新花样层出不穷,也将带给消费者更为优质的购物体验。

不带钱包的生活

2016年4月,外国记者雷普利在北京尝试24小时无现金生活。街头买煎饼、咖啡店买咖啡、打出租车,一天结束,雷普利感叹:从来没有这么容易过。如今,越来越多的市民习惯了出门不带钱包的生活。在移动支付产业发展的带动下,医疗服务、政务办事、交通出行等更多“指尖上的城市公共服务”正在惠及越来越多的城市。支付手段的便捷化不能替代人们对

支付安全问题的关注。技术漏洞、恶意欺诈等都可能成为移动支付市场健康发展的拦路虎。为此,国家已经出台了一系列措施规范市场行为,企业也在积极完善支付安全保障技术,中国的移动支付正逐渐走向世界,成为中国发展的另一张亮丽名片。

一图导航说走就走

驾车长途规划、步行AR导航、路况预测、智能语音,基于大数据的交通云,各类手机地图让用户出行更为便捷、智能、个性,也对全社会交通出行资源进行着优化整合,掌上“活地图”已经成为全民生活旅行必备软件。百度地图、高德地图、腾讯地图、搜狗地图等不断增强自身在市场、运营、技术方面的实力,实现“一图在手,说走就走”。尽管手机地图都在研发新功能,但路线规划与定位导航的核心功能仍是刚需,保护隐私仍是进行用户数据挖掘及运用时的重中之重。未来,将人工智能等技术与多维度立体大数据结合以提高精准度,或是手机地图发展趋势。

点评分享指引生活

消费前,看评价;消费后,写评价。越来越多的网友习惯于将网言网语的评价作为消费选择的重要参考,同时也愿意根据自己

的消费体验撰写点评,与更多人分享。聚会找餐馆,翻翻网友点评,从餐点口味到环境价格,信息一应俱全,旅游攻略分享,从交通住宿到景点介绍,细节了然于心。消费者的点评经由网络“口耳相传”形成口碑,令更多网友收获更好的消费体验,也对“触屏”商家形成约束,督促其提供优质产品和服务。未来,给好评返现金的刷单行为将被进一步规范整治,内容详细、见解独到的优质点评则将走上前台,成为新一轮互联网内容创业的新宠。

扫码叫车便利出行

手机叫车、扫码骑车成为不少人的出行新选择。得益于互联网,人和人、人和车有效连接在一起;通过实时定位、智能计算、精准匹配,用户出行变得更容易。养车贵、等车难、堵车烦、步行慢,传统的出行困扰逐步化解。滴滴出行、神州专车、ofo小黄车、摩拜单车等逐渐成为用户的必备APP。网约车和共享单车把“分享经济”的概念发扬光大,吸引更多入尝鲜。未来,将有更多用户通过移动互联网选择合适的交通工具;出行大数据的累积和应用,将为用户提供更智能、更精准的出行规划;相关管理规定和行业公约的出台,将让用户的每一次出行更加安全有序。(据《人民日报》)

纯粹消费

双11玩转新消费

随着双11日益临近,各大电商平台纷纷开启预售模式。虽然许多消费者在体验后吐槽打折规则太复杂看不懂,没法下手,但抛开目不暇接的打折信息不说,从预售情况来看,今年双11,各大平台会提供更多品质化、个性化的商品以及高端服务产品,线上线下打通的新零售,也会让亲们愉快地分享消费升级带来的新体验。

爆款看点多 10月20日,天猫双11预售开启。数据显示,预售开启一分钟

内,科沃斯地宝DD35扫地机器人预售量突破2万台。1小时后,多项纪录被打破,天猫精灵X1智能音箱预售量超过5万台,费列罗巧克力48粒两盒装的预售数量超过去年预售首日全天;宝洁帮宝适纸尿裤预售销量超300万片,同比增长10倍;美宝莲旗舰店预定5万件,超过去年全天预售量。

为满足消费升级需求,今年各大电商也早早启动了双11跨境购物活动。天猫国际总经理刘鹏透露,天猫国际的购买用户已突破5000万人,品类的不断细分和海外品牌的不断涌入,将成为双11的新爆点。为抢占先机,网易考拉海购在10月20日至23日推出“海淘抢购季”,将双11期间的价格和库存提前放出。

洋码头相关负责人预计,今年双11,消费者对于跨境购物将不仅局限于传统母婴、美妆、保健三大品类,居家、饰品以及运动这三个品类会越来越受青睐。另外,二三线城市的海外购物消费增长迅速,已逐步跻身海外消费主力人群。

不仅仅是买商品,在消费升级的大背景下,买服务也成为今年双11的一大看点。预售活动中,阿里旗下天猫的“全球购”产品首个小时预订就呈现井喷式增长。与往年网购折扣用品不同,今年消费者纷纷囤起了境

内外酒店的房间套餐、餐饮美食,其中又以高星级酒店售卖最为火爆。飞猪的数据显示,仅万豪集团酒店10小时就预售了2000余间夜。

银发一族新晋“剁手党” 80后、90后永远是网购生力军,双11期间,各大电商平台上的品牌商品、个性化商品让年轻消费者们爱不释手。

在上海工作的90后徐晓打算双11在淘宝上预定一款5000多元的写乐牌限量版钢笔,因为好看,写起来也开心。

在福州工作的90后于杰在网上预订了一个千元的模型,等了好久,马上就能在家里凑齐摆一套圣斗士了。

随着移动互联网日益渗透,一些50后、60后们也开始尝试新技术、新体验、新消费,双11打算“剁手”一把。

北京的张女士是位50后,刚刚学会手机支付的她,打算双11期间预订一下网上家政服务,有的手机APP平台有充1111返1111、充值享5折优惠券的活动,比平时便宜很多。陈先生说:

去年报了书法班,在网上买过毛笔、字帖,今年又报了一个音乐班,正准备选购一个葫芦丝。江苏退休人员肖逸说,之前买过一个70多元的,用了一段时间后发现质量还是不行,准备趁双11在网上淘一个好一点的品牌的。

波士顿咨询研究显示,在消费方式、消费结构从生存型向文化休闲型转变的过程中,老年人的退休生活不再安于现状,也摆脱了晚年生活只在家照顾儿孙、养花读书的刻板印象。新一代老年人更愿意出门旅游,培养兴趣

爱好,也促使了中老年人高质量、个性化、多元化商品和服务消费的增长。

新零售“喊你来体验” 众多迹象表明,今年的双11将从单纯追求电商消费数字变成线上线下全渠道融合的一场消费盛宴。万达网络总裁曲德君表示,单纯的“买买买”已经不能满足消费者内心深处的情感需要,人们渴望更贴心的服务、更丰富的场景和极致体验。

双11前夕,万达网络上线了新版生活服务类应用“非凡APP”,汇聚了实体商业中美食、购物、电影等多样生活服务信息,线上线下协同推出打折优惠,引导用户到线下消费。同时,还推出“非凡下单,逛街购物,让消费者在线下直接试用,不喜欢就现场退换。”

无独有偶,苏宁也于近日为消费者推出了新“逛法”。据了解,双11期间,消费者通过手机APP选择“视频导购”,便可足不出户地在家获得线下门店专业导购和讲解,比以往网购只能看图文介绍要更直观、更及时。

除了消费者看得到、摸得着的“变化”,供给侧结构性改革也促使很多变化发生在生产、物流等消费背后的环节。随着阿里巴巴在无人零售上持续推进,京东此次也在双11前夕推出全流程无人仓、无人货车、智慧供应链开放平台等一整套无人零售体系,用黑科技支撑新的零售生态。

国际数据公司IDC中国市场分析师陈舒敏表示,无论是新零售还是无界零售,线上线下各类消费业态的融合,都会让“剁手”族们受惠多多。(新华社)

生活完全手册

首批500家失信电商上了黑名单



国家信息中心副主任周民表示,在全国信用信息共享平台上有关部门共享的黑名单信息中,经分析比对,共梳理出电子商务黑名单企业6440家,其中首批500家已在“信用中国”网站公布。

一年一度的双11即将到来,国家发改委前天专门召开双11电子商务领域信用建设工作会,强化电商促销中的信用问题。由阿里巴巴、京东、腾讯、百度等八家企业共同组成的“反炒信联盟”也举行了扩盟仪式,包括美团大众点评、唯品会、蜜芽等七家企业加入联盟,该联盟希望以双11为契机,强化电子商务领域信用建设。

在这次通气会上,国家发改委有关人士透露,目前发改委正会同中央网信办、工信部、公安部、商务部、工商总局、质检总局、海关总署等部门开展电子商务领域严重失信问题专项治理工作。在双11前后,将发布电子商务领域黑名单,发布《电子商务领域信用风险双11预警报告》和《双11网络促销活动期间消费信用评估报告》,指导中国互联网协会和反炒信联盟成员企业开展反炒信、树诚信活动,组织第三方机构对双11活动期间各主要电商平台的相关承诺兑现情况进行数据跟踪与测评分析,委托信用服务机构在产品质量、产品销售与服务、产品价格、物流服务各环节开展信用监测,完善电子商务领域信用记录。

与此同时,由中国改革报社牵头编制的《电子商务领域信用风险双11预警报告》从去年开始按年度向社会发布。报告总结了我国电子商务领域诚信建设的新进展,归纳出消费者和商家需要防范的信用风险,并向政府部门提出政策建议,同时还发布了10个诚信典型案例和10个失信典型案例。(据《北京青年报》)

商家不得先涨价再打折



2017年双11网络集中促销活动即将到来,记者从国家工商总局获悉,针对往年双11网络集中促销活动中消费者关注度很高的“先涨价再打折”“有价无货”“虚构交易”等问题,工商总局已印发通知,要求各地提前采取行政约谈、联合座谈约谈、发布典型案例等方式,督促指导网络集中促销活动组织者和经营者严格遵守“七日无理由退货”等法律规定,事先公示网络集中促销的期限、方式和规则,规范订(定)金、优惠券的使用方法,做到“七不得”,即不得发布虚假广告、虚标特价揽客、实施有价无货的欺诈行为;不得先涨价再打折,借机以次充好,以假充真;不得利用格式条款侵害消费者合法权益;不得虚构交易,对平台成交量或成交额进行虚假宣传;不得限制、排斥竞争,不得攻击贬低对手;不得限制、排斥促销经营者参加其他平台组织的促销活动等。

目前,由工商总局、发展改革委、工业和信息化部等网络市场监管部际联席会议成员单位组成的联合督查组,正在对部分省市2017年网络市场监管专项行动进行集中督查。督查组将在双11前实地调研指导阿里巴巴、京东商城、亚马逊、当当网、聚美优品等平台(网站),了解双11企业开展网络集中促销活动和风险防范措施准备情况,针对问题进行行政指导,对企业加强自律、落实平台责任、规范网络集中促销活动提出要求,进一步营造公平竞争的网络安全环境和放心的网络消费环境。(人民网)