



Shanghai eCommerce Association

会员资料

注意保存

电子商务资讯

2008年 1月第 1期 总第 63期

上海市电子商务行业协会主办

目 录

【恭 贺 新 禧】

新年贺词 2

“展望 08”暨上海市电子商务行业协会春节茶话会于近日成功举办 3

【专 题 报 道】

2007年上海市电子商务回顾（二） 5

【重 要 信 息】

中国网民总数突破 2亿 半年增幅翻番 7

2007年中国 B2B电子商务交易规模为 12500亿 7

2007年上海电子商务交易额突破 2300亿元 7

上海网购人均消费 1 3 4 0 元 8

【热 点 聚 焦】

三部委联合叫停利用互联网销售彩票行为 9

淘宝网被判提供 65家网店信息 9

淘宝 B2C新平台服务协议（节选） 10

【创 新 应 用】

中银联携手诺基亚 NFC手机支付在沪试运营 13

【会 员 动 态】

第六届“上海 IT青年十大新锐”颁奖典礼举行 14

【协 会 快 讯】

2007—2008上海市职业技能竞赛活动拉开序幕 14

协会参与中国电子商务协会 2008年工作座谈会 15

【投 诉 案 例】

消费者投诉 16

【恭贺新禧】

新年贺词

值此新春来临之际，上海市电子商务行业协会恭祝各位：子鼠报喜，万事如意！

2008年是国家和上海市电子商务“十一五”规划颁布实施的第一年，行业发展逐步由探索和实验向理性、健康的方向前进。在此形势下，今年协会将在完成行业统计等常规工作的基础上，充分发挥桥梁纽带作用，协助政府推动龙头企业应用示范，引领行业发展；构建交流共享平台、上传下达，扶助中小企业成长；拓宽网上诚信登记和企业网上诚信自律公约应用范围，净化环境；协调企业、高校、社区，汇聚资源，共同推动网上创业，为建设和谐社会尽一份力。

协会衷心感谢各主管领导、广大会员单位和各界合作单位一年来的支持和帮助，特别是参与《2007年上海市电子商务报告》的各位专家学者和业界人士，再次衷心致谢。希望我们在新的年里能更加紧密合作，朝着协调推动上海市电子商务行业健康发展这个共同目标而携手努力，共创佳绩。

上海市电子商务行业协会

2008年 1月

“展望 08”暨上海市电子商务行业协会春节茶话会于近日成功举办

申城昨夜又飞花，谁道此处春来早。1月28日下午，市信息委大厦2楼会场内彩球飘舞、暖意袭人，“展望08”暨上海市电子商务行业协会春节茶话会在此举行，协会会长、会员单位、相关合作单位、特邀来宾、媒体等100余名代表济济一堂。市信息委、市社团管理局、市中小企业服务中心等领导，以及上海联合书业会展有限公司总经理等出席此次茶话会。

茶话会由协会张世永会长主持开幕，介绍与会来宾，并拜了早年。副会长单位“爱姆意机电”戴佩华总经理首先通报了去年上海市电子商务行业发展概况以及协会开展实施的几项重要工作。

一年来，协会配合市信息委，通过B2B专项试点等引导项目促进上海市企业间电子商务的龙头示范效应。在B2C领域，协会与市消保委、质监局以及ebay等龙头企业开展多方联动，构建网络诚信的大环境。在工作积累的基础上，协会组织本地专家、学者、经营者，编纂了《2007年上海市电子商务报告》，并于08年初正式出版。

市信息委副主任刘健在随后的发言中谈到，近年来上海城市信息化工作成绩斐然，电子商务作为信息化与传统经济的纽带，在配合、促进城市整体发展规划方面日益显现出重要价值。政府部门及有关行业协会，一直以来都从上海本地特色出发，在高端应用示范和加强人才集聚效应等方面，引导和加强电子商务的发展。刘健副主任特别提到，茶话会嘉宾中就有“B2B专项试点”的若干获评单位代表，以及历届的电子商务领域的“IT青年新锐”代表。

“在最新公布的上海电子商务‘十一五’规划中，上海电子商务行业将于2010年突破3400亿交易额。”刘健副主任说道，“这个目标任重道远，还需要在座的各位全力配合、共同努力”。

在随后的“新春畅谈”环节，包括上海斯迪尔电子交易市场总裁李雯峰、智买道积分通总裁文亨利、东方财富网总经理其实、万花筒旅行社区总经理邓海峰、ebay中国公关经理唐磊、“我爱我家”家庭装饰网总经理谢虹、盈达电子商务软件系统有限公司执行董事陈摄军、春秋航空旅游网经理李宁军、上海颐东网络信息有限公司总经理张伟平、上海美华系统有限公司总经理罗贵华，市民信箱副总凌力、“进宝网”运营总监陈

杰、大众点评网副总龙伟在内的十多位与会企业高管，纷纷就“展望 08 电子商务”为主题，分享了各自的感受和看法。

上海斯迪尔电子交易市场总裁 李雯峰

电子商务的飞速发展已经接触到立法瓶颈

智买道积分通总裁 文亨利

希望我们共同为上海 IT 行业树立形象

东方财富网总经理 其实

上海电子商务环境正在不断改善

盈达电子商务软件系统有限公司执行董事 陈摄军

电子商务重组供应链并不是期望中的目标，早已是现实

大众点评网副总 龙伟

web2.0 模式拉近了电子商务与每位市民的距离

代表们纷纷表示，上海市电子商务秉承国际化的人才优势、规范的市场环境、公正透明的政务体系等诸多有利因素，在各行各业都已经取得了长足的发展。也有代表指出，由于行业仍处于不断健全、完善的初期过程，如何在激烈的市场竞争中引导、保护诚信经营、规范操作的企业，加大宣传力度，保证宣传的客观、公正，不断提升行业的社会公信度和美誉度，是下阶段亟需各界配合解决的重点问题。（详见协会网站）

【专题报道】

2007年上海市电子商务回顾（二）

电子商务提升市民生活体验

上海作为一个人口庞大的经济贸易中心城市，巨大的消费市场带动了经济的强劲发展。据统计，上海市 2005年、2006年商品销售总额分别达到 12943亿，15504亿的数量级，而不断扩大的网民队伍，将消费市场越来越多的份额延伸、拓展到了网上。飞速发展的 B2C/C2C电子商务，大大刺激了经济发展中的创新活力，为市民带来了信息时代快捷便利的生活方式，提升了上海市市民的生活体验。

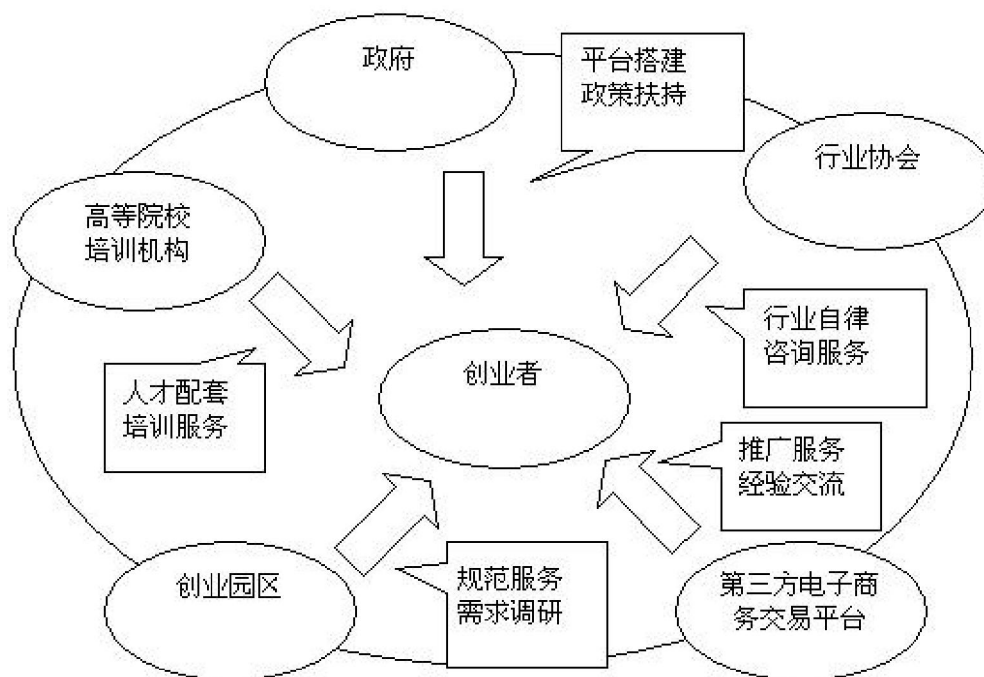
近年来，上海市面向市民消费的 B2C和 C2C企业层出不穷，涌现出一批典型个案，如春秋、我爱我家、携程、史泰博、联华 OK、易趣等等，这些企业在应对市场竞争和探索自身发展道路的同时，为市民提供了越来越多的创新服务。同时，上海也是国内网络购物交易额最大、交易渗透率（平均多少次访问，发生实际交易）最高的城市，交易双方的互为促进，形成了市场自发演进的良性循环。

网上创业日渐成风

在商务成本居高难下的上海，以电子商务为主要经营形式的网上创业，因其节省营运成本、降低创业门槛、形式灵活多样化，市场覆盖面广等特点，正成为市民创业就业的新模式。

市民通过简单的注册登录，就可以在易趣等第三方电子商务交易平台上“开张经营”。随着上海市网络经济的日益发达、电子商务环境的不断改善，越来越多的尝试者从兼职网上卖家转为全职，出现了稳定的网上大卖家群体，经营区域从内贸拓展到外贸，经营项目从商品到服务，包罗万象。

为了进一步引导和推动网上创业的发展，有关部门通过与行业协会、创业园区、电子商务交易服务企业、教育培训机构的多方联动，已经逐步开辟出一条“抓创业促就业”的新路子。



与传统的“网下”生活一样，市民的“网上”生活也需要公共服务的支持和保障。为了在宏观监管和环境优化等方面促进电子商务的健康有序发展，上海市政府以及行业协会一直以来致力于建设各类公共服务平台，为市民营造优良的电子商务大环境。

(引自《2007年上海市电子商务报告》)

【重要信息】

中国网民总数突破 2亿 半年增幅翻番

近日，CNNIC统计数据称，截至 2007年 12月，中国网民达到 2.1亿。以宽带接入的网民数达到 1.63亿，以手机为终端的无线接入网民数达到 5040万。互联网在我国人口中渗透率达到 16%

根据 CNNIC以往的报告，这一数据在 2006年底、2007年 7月分别为 1.37亿和 1.62亿。按照以上数据推算，2007年上半年我国网民增长量为 2500万，下半年为 4800万，半年增长量接近翻番。
(来源：新浪网)

2007年中国 B2B电子商务交易规模为 12500亿

中国互联网协会 DCCI 数据中心公布的数据显示，我国电子商务三种模式：B2B B2C C2C在 2007年获得了快速的增长，未来还将保持高速增长速度。数据显示，2007年中国 B2B电子商务交易规模为 12500亿元，比 2006年增长 25.9%。预计未来两年将分别达到约 16200亿元、21300亿元。
(来源：上海证券报)

2007年上海电子商务交易额突破 2300亿元

电子商务已经从概念变成了实实在在的经济生态，并且成为推动传统产业发展，提升市民生活品质的重要手段。根据最新出版的《2007年上海市电子商务报告》(以下简称《报告》)，2007年上海电子商务交易额突破 2300亿元，是 2002年的 9倍。预计到 2010年，这个数字将突破 3400亿元。

上海市电子商务行业协会秘书长梁瑾告诉记者，根据《报告》，2004年底，上海市电子商务交易额首次位居全国第一，到 2006年，上海市电子商务交易额约占全国 20%，进一步提升和巩固了电子商务交易总额全国领先的地位。

这份针对全国 100个城市的调研显示，上海在“中国城市电子商务成熟度”综合评价中位居第一。

上海电子商务的发展显示出两大关键词：一是“提升传统”，二是“改善民生”。

在提升传统产业方面，一批上海传统行业骨干企业已经成为引领电子商务的应用典范，如宝钢集团的东方钢铁在线、百联集团的联华 OK 网站群等，它们分别经营钢铁的 B2B(企业间交易)和百货 B2C(企业对个人交易)业务。

统计数据表明，在上海，大企业主导的供应链电子商务占 B2B 交易总额的比例高达 80%，同时，从事电子商务经营活动的企业中，年交易额超过一亿元的企业超过 1/3。

为了适应电子商务的趋势，企业不断提升信息化水平，其中以造船、汽车、医疗等传统领域的信息化应用水平最为显著。统计数据显示，2006 年，本市企业中，建立了网站或电子商务平台的已占 2/3。

电子商务同时也为市民带来快捷的信息时代生活方式。《报告》显示，到 2006 年底，上海约有 176 万人参与网上购物，位居全国第一。远程支付、网上支付、手机支付、电话支付等新型支付渠道不断丰富，春秋、我爱我家、携程、史泰博等网上商店已经成为国内同类中的领先者。通过“付费通”网站，市民足不出户就能缴付水、电、气等多种公用事业账单。

此外，由于电子商务大大降低了创业门槛，市民通过简单的注册，很快就可以开出自己的“网店”。
(来源：文汇报)

上海网购人均消费 1 3 4 0 元

近日，艾瑞咨询和淘宝网联合发布了《2007 中国网购报告》。2007 年全年，中国网络购物市场总成交额达到 594 亿元，和 2006 年 312 亿的总成交额相比，增长了 90.4%。其中，仅淘宝一家的成交额就达到 433 亿元，同比增长 156%。

调查显示，2007 年，通过淘宝交易再加上其他形式的网购，上海网上交易总额为 70.1 亿元，依然是网购量最大的城市。其余依次是，广东、浙江、江苏、北京等省市。

同时，2007 年上海注册网购的网民也比 2006 年增加了 150 多万人，达到 523 万人。照此计算，2007 年上海参加网购者平均每人在网上消费约 1340 元。这一消费水平在全国主要城市和地区中排在第一位。

淘宝在上海的交易量数据显示，化妆品、手机交易量位居 1、2 位，汽车配件、电脑硬件等产品的交易量排名有所上升。另有数据显示，去年上海居家日用品在淘宝上的

交易额达到了 1 . 3 8 亿元。在上海，每卖出 3 桶奶粉，就有一桶是通过网络出售。此外，上海人乐意在网上购买的商品还包括手机、女装、女士精品、化妆品、笔记本电脑、数码产品等多类产品。（来源：艾瑞咨询）

【热点聚焦】

三部委联合叫停利用互联网销售彩票行为

07年 11月 6日，财政部、公安部、民政部、信息产业部、国家体育总局联合发出通知，限期 30天，要求停止非彩票机构主办网站彩票销售业务。但是通知发出之后近两个月，几个非彩票机构主办的互联网售彩大户并没有受到影响，还在照常销售彩票。

近日，财政部再度向中彩中心、国家体彩中心，各省、自治区、直辖市财政厅（局）民政厅（局）、体育局发出通知，要求通知下发之日起，一律停止利用互联网销售彩票。

通知称，根据去年 11月的公告要求，中彩中心和国家体彩中心分别对福彩机构和体彩机构利用互联网销售彩票的情况进行了检查和清理，并提出了处理意见。因此财政部要求，利用互联网开展彩票销售业务的彩票机构及其网站，自通知下发之日起，一律停止利用互联网销售彩票。

而且，各省级民政、体育部门要对本地区福彩机构和体彩机构利用互联网销售彩票的情况进行检查和整改，对已经与公司或个人进行互联网销售彩票业务合作的，必须立即停止合作。

各省级财政部门要在公安等有关部门的支持配合下，对本地区彩票机构停止利用互联网销售彩票的执行情况进行监督检查，依法严肃查处非法利用互联网销售彩票活动。

（来源：新浪网）

淘宝网被判提供 65家网店信息

作为经营性互联网信息服务商，当网络注册商店涉嫌侵犯他人合法权益时，是否应当提供网络商店的身份信息，积极配合对方查找侵权人？日前，在上海诚美化妆品有限

公司与浙江淘宝网络有限公司的名誉权纠纷之争中，徐汇区法院给出了答案：淘宝网应向诚美公司提供系争 65家网络商店的身份信息。

诚美公司旗下拥有“罗蔓惜恋”“茵西斯特”和“诺惜”等化妆品品牌，这些产品以授权特约经销模式，以全国统一价格在特定区域内的美容院内销售。自 2006年起，诚美公司在淘宝网上发现，近百家销售上述化妆品的网络商店均自称诚美专卖店或专营诚美产品，价格远低于统一零售价。诚美公司多次发函要求协助清理商家链接，均未果。由此，诚美认为淘宝网上销售的真假难辨的化妆品，使自己多年合法经营所积累的商誉受到了严重侵犯，最终以侵犯名誉权为由，将淘宝网的运营商浙江淘宝网络有限公司告上法庭。

法院经审理后认为，根据《淘宝网服务条款》，用户在淘宝网销售物品须通过实名认证，对能否查明侵权行为者的身份这一点，网络服务提供者起到关键作用。在原告向被告发函提出异议后，被告应产生合理怀疑，积极配合原告，以履行事后补救的义务。但淘宝网怠于履行相应义务，坚持不披露相关网络商店信息，致使原告无从着手维护自己的合法权益。对此，被告负有一定过错。据此，法院在判决淘宝网提供 65家网络商店身份信息的同时，还判决淘宝网在网上登载 72小时的启事，为诚美公司消除影响。

（来源：新民晚报）

淘宝 B2C新平台服务协议（节选）

尊敬的商家：

感谢您亲临淘宝 B2C新平台招商会现场。因为有您的支持，所以我们的信念更为坚定。我们坚信：2008年您与淘宝的强强联手，将为您的企业带来无限的商机，将为中国 B2C模式拉开辉煌的序幕。

为推进我们之间的成功合作，特在邮件中附上以下资料供您做参考用：

- 淘宝 B2C新平台宣传彩页，内含 B2C新平台的优势、商家入驻资格。
- 淘宝 B2C服务条款及服务协议，内含淘宝及商家在 B2C新平台上的权利及义务、收费模式等。

在 B2C新平台中淘宝根据各类目的市场定价及利润空间，在 2008年 7-12月设置了相应的保底数及扣点比率。以下数据供参考：（淘宝将提供 2008年 3-6月的免费体验期，以供商家熟悉市场）

类目	7-12月保底额（单位：万）	扣点比率	
		品牌店	品类店
数码	150万	3%	6%

阅读上述资料中，如需加入 B2C新平台，请在“企业营业执照、企业税务证明、品牌授权书”三项复印件上盖上企业公章，快递至：

杭州市文二路 391号西湖国际科技大厦裙楼 2层；

收件人 朝 X

淘宝将对企业提供的资料进行入驻资格验证，一旦符合入驻要求，将由淘宝小二与商家进行联络，谢谢！

服务协议（节选）

服务内容：

1. 网上信息服务：指商户根据本协议的规定利用淘宝网上交易平台查询商品信息、发布商品信息、作为卖方与其它用户订立商品买卖合同、评价其它用户的信用、参加淘宝的有关活动以及其他由淘宝同意提供的信息服务；

2. 淘宝 B2C平台活动推荐位服务：指淘宝 B2C平台举办的商业推广活动页面中的推荐位展示服务；

3. 二级域名服务：指商户经淘宝审核批准可使用的淘宝网域名下二级域名的服务，该服务必须遵照淘宝网颁布的有关二级域名的规则经淘宝审核通过方能开通使用。

4. 积分推广服务：指由淘宝向商户提供的通过淘宝网平台实施的商业推广服务，具体规定见本协议第十一条。

5. 店铺专用 BBS服务：指由淘宝向商户提供的专用 BBS空间，供商户发布与自销商品有关的信息，并收集淘宝网其他用户对其商品及服务的反馈。

6. 其他服务：包括但不限于市场调研、商业推广、广告等服务，由协议方在淘宝 B2C服务订单或补充协议中确定。

权利和义务：

淘宝保留在任何时候自行决定对服务及其相关功能、应用软件变更、升级的权利。

淘宝进一步保留在服务中开发新的模块、功能和软件或其它语种服务的权利。上述所有新的模块、功能、软件服务的提供，除非淘宝另有说明，否则仍适用本协议。服务随时可能因淘宝的单方判断而被增加或修改，或因定期、不定期的维护而暂缓提供，商户将会得到相应的变更通知。商户在此同意淘宝在任何情况下都无需向其或第三方在使用服务时对其在传输或联络中的迟延、不准确、错误或疏漏及因此而致使的损害负责。

淘宝以普通非专业的知识水平标准对相关内容进行判别，可以认为这些内容或行为具有违法或不当性质的，淘宝有权根据不同情况选择删除相关信息或停止对该商户提供服务，并追究相关法律责任。

在本协议有效期内，商户应使保证金总额始终保持不低于根据第十条第（一）款规定的金额，如发生赔付事件导致保证金数额减少，则淘宝有权指示支付宝公司继续冻结商户支付宝帐户中的余额以补足保证金；如余额不足，则商户应在赔付发生后十（10）天内补足。保证金不足期间，淘宝将部分或全部暂停向商户提供服务，如逾期仍未能补足，则淘宝有权终止本协议。

法律地位：

淘宝网仅作为用户物色交易对象，就货物和服务的交易进行协商，以及获取各类与贸易相关的服务的地点。本协议的签署并不意味着淘宝成为商户在淘宝网上与第三方所进行交易的参与者，对前述交易淘宝仅提供技术服务，不对商户行为的合法性、有效性及商品的真实性、合法性和有效性作任何明示或暗示的担保。商户因进行交易、获取有偿服务或接触淘宝网服务器而发生的所有应纳税赋，均由商户自行负责支付。

线下交易：

商户承诺，不会采取任何手段或措施，包括但不限于明示或暗示用户或通过其他方式转移其可以通过淘宝网在线达成的交易，或达成交易后不经由支付宝服务收取交易金额，以规避向淘宝支付相关服务费用。否则将视为严重违约，淘宝将有权立即终止本协议，并将其保证金作为违约金予以划扣，还可就违约行为向商户追偿。

(节选自 DDBS论坛，本刊并不保证其内容的真实性)

【创新应用】

中银联携手诺基亚 NFC手机支付在沪试运营

诺基亚于近日宣布，由中国银联牵头，中国工商银行上海市分行、中国银行上海市分行、交通银行、兴业银行、深圳发展银行等五家银行参与的，通过使用具有 NFC（Near Field Communication 近距离通信）技术的诺基亚 6131i 手机而实现的手机银行卡非接触支付试点项目，将在上海投入运营。将有 800 位上述四家商业银行的持卡人使用诺基亚 6131i NFC 手机参与本次试点体验活动。持卡人可使用这款内置有银行卡的 NFC 手机中在陆家嘴、五角场、四川北路等上海核心商业区商铺，如殴尚超市、八佰伴等的消费终端上实现基于 NFC 技术的非接触银行卡支付。

据 AC Nielsen 调研公司 2006 年在上海进行的调查表明，八成以上的消费者希望将公交卡、银行卡集成到手机。另据中国银联最新数据显示，截至 2007 年 10 月，银联手机支付用户规模已突破 800 万户，今年 1 至 10 月份，累计实现交易近 5000 万笔，交易金额近 80 亿元。我国个人移动金融业务发展迅速，手机支付业务已逐步进入规模化发展的快车道。而 NFC 技术作为一种安全便捷的支付方式，无疑会在手机支付的发展和普及过程中起到关键作用。

NFC 近距离通信技术是对非接触技术与近距无线射频识别 (RFID) 技术的发展与创新。该技术的发展使得手机成为一种安全、便捷、快速与时尚的非接触式支付和票务工具。NFC 技术与现有的非接触式智能卡支付终端完全兼容，有效地保护现有投资。NFC 终端可以在主动和被动两种模式下工作。在主动模式下，NFC 终端可以用作一个读卡器，发出自己的 RF 场域来识别和读取智能卡片和标签；在被动模式下，NFC 终端可以模拟成一个卡片或标签被读。在集成公交卡功能运用中，NFC 终端就是工作在被动模式下。除此之外，两个 NFC 设备之间只要靠近在 10 厘米范围内，就可以方便地通信。

与一般意义上的卡不同的是，集成了 NFC 功能的手机为用户提供了完全互动的使用体验。假如接触到带有 NFC 功能的海报或信息栏，它们可以将用户自动链接到一个互动的互联网界面，并打开音频文件，或自动将各种内容下载到手机。此外，用户丝毫不用担心 NFC 手机支付的安全性，因为用户在使用非接触支付时，手机可以为用户设置密码保护，而不像谁都可以用的普通门卡或钥匙。（来源：赛迪网）

【会员动态】

第六届“上海 IT青年十大新锐”颁奖典礼举行

由共青团上海市委员会、上海市信息化委员会、上海市青年联合会、上海市信息化青年人才协会、中国移动通信集团上海有限公司、上海文广新闻传媒集团、文汇报、青年报社、IT时报社、上海热线网站、城市青年网、上海青年电子社区网站等 12家单位联合主办的“中国移动全球通”第六届“上海 IT青年十大新锐”评选活动颁奖典礼 1月 9日上午在上海国际会议中心隆重举行。

协会会员单位上海亿通国际股份有限公司技术研发中心副主任王鹏、上海积分通信服务有限公司总经理朱竑等十人当选为第六届“上海 IT青年十大新锐”。

（来源：市信息委网站）

【协会快讯】

2007—2008上海市职业技能竞赛活动拉开序幕

近日，由上海市劳动和社会保障局、上海市总工会、共青团上海市委员会、上海市教育委员会、上海市信息化委员会等五家单位联合组织开展的“2007—2008上海市职业技能竞赛活动”即将拉开序幕。此项一年一度的活动旨在加快高技能人才队伍建设，选拔和培养优秀技能型人才，营造崇尚技能、尊重人才的社会氛围。

1月 14日至 18日，包括电子商务的 12类竞赛职业统一在市劳动和社会保障局办理报名。上海市电子商务行业协会通过专门窗口接受报名和咨询。至报名截止日，共受理参加电子商务竞赛（一类三级）报名者 72人，多来自本市高校、企业。由于报名期间的恶劣天气影响，市劳动和社会保障局准备于 3月上旬再组织一次竞赛报名，请错过报名时间或有意参与的单位及时联系协会，了解详情。（秘书处提供）

协会参与中国电子商务协会 2008年工作座谈会

为进一步促进电子商务协会的健康成长，大力推动电子商务的应用和发展，加强地方协会间的交流与合作。1月15日，中国电子商务协会在北京万寿宾馆召开了各分支机构、地方协会工作座谈会。包括上海市、北京市、重庆市、福建省电子商务行业协会在内的全国各省市电子商务协会共50余名代表出席了本次座谈会。参加座谈会的还有信息产业部、国家质量监督总局的领导。

中国电子商务协会理事长宋玲女士作了热情洋溢的致辞。经过席间的探讨和交流。与会人士普遍认为，电子商务这一朝阳行业蕴含着无限商机和蓬勃生机，行业协会要做到思维超前性，工作务实性，强化相关政策的理解和运用，以理念创新促进电子商务应用创新；以新思维提出新的发展战略；以新的方法搭建新的平台。

我协会代表热忱欢迎兄弟协会来沪参观指导，并表示，协会一直以来都遵循“合作与交流”这一发展思路，努力实现立足长三角，辐射全中国，走向国际化的目标，与国内外各相关社会组织互通有无，共同发展。（秘书处提供）

【投诉案例】

消费者投诉

消费者杨某在某网上平台购物过程中,已经完成支付,但是卖家忽然表示由于意外,无法发货。消费者杨某于是在平台上办理退款手续,但是提交退款信息时发生问题,无法提交。经过投诉服务中心与平台方面的沟通,尝试了多种方法,最后通过邮寄的方法完成退款,解决了问题。

协会提示

由于立法方面的缺失,网上交易过程中的责任认定缺少界定依据。例如由于系统设计 bug或临时故障导致的交易纠纷,责任并不在于买卖双方,如何解决,目前只能采取与平台方面协商沟通的方法。

一般来说,平台方面出于信誉和品牌考虑,都会给予积极配合,如果无法解决或遭遇一味搪塞拖延,则可向第三方机构求助。

责任编辑 梁瑾 黄捷