

商务部：

推动完善电商法律规制 防止资本无序扩张

本报讯 李洪鹏 2月24日，国新办就加快商务高质量发展、服务构建新发展格局有关情况举行发布会，商务部副部长钱克明表示，伴随着我国电子商务的快速发展，不正当竞争、涉嫌垄断等问题也引起了人民群众的广泛关注。商务部将加强电商的行业管理，推动完善电子商务的法律规制，防止资本的无序扩张。

钱克明介绍，网络购物已经成为居民消费的重要渠道，去年实物商品网上零售额占到社消零总额的比重接近1/4。疫情发生以来，电子商务在抗疫保供、复工复产和消费回补等方面作用凸显，成为社

会经济发展的稳定器。前不久，商务部会同有关部门指导开展了“2021网上年货节”，带动了全国网络零售额超过9000亿元，较好保障了春节期间的市场供应，服务就地过年。

钱克明表示，商务部作为电子商务行业主管部门，今年将重点开展以下几方面的工作：

一是做好顶层设计。目前，商务部正在抓紧编制电子商务“十四五”发展规划，立足新发展阶段，贯彻新发展理念，服务构建新发展格局，提出“十四五”时期电子商务高质量发展的一系列目标、主要任务和保障措施，为全面建设

社会主义现代化国家提供新的动能。

二是推动创新发展。商务部将积极发展新型消费，加快培育直播电商、生鲜电商等新业态和新模式，积极打造“双品网购节”等消费升级平台，丰富网上消费内容与场景。推动线上和线下融合发展，支持实体商业数字化转型升级，指导电商平台为中小企业赋能。还要深入发展农村电商，商务部将有效衔接脱贫攻坚与乡村振兴，统筹政府与社会资源，推动实施“数商兴农”，发展农村电商的新基建，扩大电商进农村的覆盖面，助力农民增收。我们还要大力发展跨境电商，扩大跨境电商

零售进口试点，拓展“丝路电商”的朋友圈，深化与“一带一路”伙伴国电子商务的交流与合作，共享数字时代发展的新机遇。

钱克明称，伴随着我国电子商务的快速发展，不正当竞争、涉嫌垄断等问题也引起人民群众的广泛关注。商务部将加强电商的行业管理，一方面做好正面引导，加强电商的诚信体系建设，推动电商企业开展诚信承诺，建立诚信档案，推动行业自律。另一方面要加强刚性的约束。推动完善电子商务的法律规制，督导平台企业合规经营，防止资本的无序扩张，会同相关部门共同维护公平竞争的市场环境。

甘肃电商“云上对味觅商机”：

让“年味”贴近 当地“口味”

本报讯 2月24日从甘肃商务厅了解到，在“2021全国网上年货节”活动中，该省线上线下销售年货商品11亿多元，其中线上销售3.2亿多元。该省还结合地域特色、人文特色、民族民俗、传统文化特色开展网络定制化服务，严格筛选本地特色产品，增加品牌化、品质化、健康化、智能化商品和服务，开展形式多样的优惠促销活动，使网上销售的年货更加贴近当地“年味”，接近当地“口味”。

黄花菜、地皮菜、黄芪……春节期间，全国人大代表、甘肃省陇南市徽县“陇上庄园”淘宝网店负责人梁倩娟还走进直播间，向全国各地网友推介家乡美食，通过网络销售花椒、崖蜜、橄榄油、松子、黄芪等特色农产品达百万元。

与此同时，甘肃平凉市崇信县积极引进省外电商公司网上年货节系列直播活动，邀请网络主播借助国内知名平台，通过现场试吃、发送福利等互动方式，推介当地非遗文化，提升了农特产品和旅游产品的知名度。

“当前电商引领消费新时尚，直播激发电商新活力，带货成为网销新风口。”甘肃省商务厅厅长张应华说，高品质的货物永远是网友点赞、收藏、下单的最爱。甘肃既有黄土高原，又有广袤草原，既有茫茫戈壁，又有洁白冰川，多样的地貌和气候，培植出独具特色的优质农产品。直播电商带货新模式，使得数据成为新农资，手机成为新农具，直播成为新农活。

据甘肃省商务厅介绍，在“网上年货节”带动下，全省1.6万多家企业（网店）、18万多种（款）产品参与活动。热销产品中食品保健类产品最为热销，销售占比达47.9%，食品保健主要产品为：牛羊肉、水果、干果、茶饮、休闲零食、养生保健品、奶制品。

该省还创新消费模式，线上与线下相融合。全省各级商务部门以网上年货节为契机，引导鼓励有条件的商贸流通企业、大型批发市场充分应用移动互联网、物联网、大数据等信息技术，在营销、支付、售后服务等方面线上线下互动，全方位、全天候满足市场消费需求，着力推动企业转型升级，提升运用互联网运营能力。

传统销售与新业态销售相结合。甘肃各市州积极鼓励企业以满足消费者需求为中心，创新商业模式，拓展服务功能；适应新业态发展形势，进一步激发市场主体创业创新活力，鼓励企业利用直播电商、社交平台等新模式新业态开展网上销售，拓展产品和服务消费新空间新领域。

（据《中国新闻网》）

□ 张守坤 王阳

商品网购纠纷多？谁最爱维权？司法大数据给出了答案。

2020年11月19日，最高人民法院中国司法大数据研究院发布《网络购物合同纠纷案件特点和趋势（2017.1-2020.6）》司法大数据专题报告。《报告》称，近年来的统计数据显示，食品、数码电器类产品引发纠纷案件较多，“80后”和“90后”是维权主力。

专家分析称，网络交易的虚拟性进一步加剧了买卖双方信息不对称现象，也使得传统监管模式无法直接适用于网络交易，对网络销售不能做到及时有效监管，导致网购纠纷频繁出现。尤其是食品的生产门槛相对较低，更容易引发网购纠纷。

食品纠纷占比接近半数，多涉食品安全虚假宣传。此次发布的报告统计时间为2017年1月1日至2020年6月30日。数据显示，这期间，全国各级人民法院一审新收网络购物合同纠纷案件共4.9万件。其中，2019年新收1.56万件，同比增长近三成。

《报告》显示，在网络购物合同纠纷案件中，食品类纠纷占比接近半数，为45.65%。

数据显示，近年来网购纠纷案件争议焦点中，多涉食品安全、卖家虚假宣传或欺诈等。具体来看，有30.78%的争议涉及食品安全问题，22.56%的纠纷案件中消费者认为卖家的销售存在虚假宣传或其他欺诈行为，21.65%的纠纷案件由于商品缺少必要的标签标注，9.15%的争议涉及假冒伪劣等产品质量问题，其他争议合计占比15.86%。

为解决和减少网购食品纠纷，维护消费者舌尖上的安全，2020年12月9日，最高法发布《关于审理食品安全民事纠纷案件适用法律若干问题的解释（一）》，明确电商平台



责任承担。

中国消费者协会专家委员会委员朱巍表示，在网购纠纷中最常见的一种侵权方式，就是卖家虚假宣传，因为虚假宣传才能导致消费者误读。年轻一代成为维权主力，套路促销影响购物体验。《报告》显示，“80后”和“90后”是维权主力。在网络购物合同纠纷案件中，原告自然人的出生年份为“80后”和“90后”的合计占比超过7成。

为促进线上经济健康规范发展，国家市场监管总局近日出台《关于加强网络直播营销活动监管的指导意见》，重点查处网络直播营销中虚构交易或评价、利用虚假或者使人误解的价格手段诱骗消费者、擅自删除消费者评价等违法行为。

司法助力维护公众权益，多措并举减少网购纠纷。《报告》显示，在网络购物合同纠纷案件中，40.15%的案件最终调解或撤诉，调撤率较高。以判决方式结案的网络购物合同纠纷案件中，44.66%的案件支持原告诉讼请求，30.56%的案件部分支持部分驳回，24.78%的案件驳回原告诉讼请求。

相关专家称，网购纠纷现在是互联网中最重要的纠纷。为了减少网购纠纷，消费者在完成网购交易前，应尽可能获取欲购商品相关信息，了解电子商务平台经营者有关电子商务交易的基本规则，获取并理解平台内经营者提供的格式合同内容，尤其是双方权利义务、纠纷解决条款；电子商务平台应针对平台内经营者的经营行为建立常态化的监控机制，尤其对平台内经营者销售不符合安全标准的食品、虚假或引人误解宣传行为予以管控，提高事前预防的效果。