

十部门发文提升网络交易平台产品和服务质量

据新华社消息 市场监管总局联合中网信办、工业和信息化部等部门近日印发《关于提升网络交易平台产品和服务质量的指导意见》。这一指导意见部署了哪些新举措,将产生什么影响?

市场监管总局质量发展局副局长张蕾蕾说,当前部分网售产品货不对板、线上服务标准不一、直播带货选品把关不严、消费维权流程繁琐等问题,既影响着消费者的体验感和安全感,也制约着平台经济的可持续发展。指导意见回应社会关切,为推动平台经济高质量发展“赋能”,有着新视角、新亮点、新突破。

从新视角看,指导意见打通“供给端、经营端、监管端、消费端”的质量闭环,通过全链条发力,推动平台经济从“规模扩张”向“质量提升”转型。供给端聚焦产品创新和服务标准化,让优质供给越来越多;经营端强化平台和经营者的主体责任,让质量管控硬起来;监管端创新手段提升效能,让违法违规无处遁形;消费端优化维权服务,让人民群众购物更放心。

“双12”购物节如期而至,又悄然渐进尾声。近年来,电商平台的竞争已超越单纯的价格比拼,演变为优惠模式、物流体验、内容场景与线上线下融合能力的综合较量。当促销常态化消解了购物节的稀缺性,“双12”也从“流量狂欢”转向“价值深耕”,在转型中寻找新的生存空间。

从“价格战”到“特色战”

今年“双12”的战场布局呈现明显差异化,各平台基于自身基因制定了特色策略,传统电商与新兴直播电商的路径分野愈发清晰。

淘宝、天猫与京东均延续了“早启动、长周期”的策略,在12月6日开启预热加购期,天猫于12月8日正式开售。其中,京东主打“三重叠加”玩法,跨店满减、国补与红包无缝衔接,消费者搜索对应关键词即可领取最高1888元全品类红包及家电、数码专项补贴,最高立减2000元。

天猫则延续“官方立减”模式,消费者无需凑单即可享受单件直减。平台统一设定1%、5%、10%和12%等让利档位,相较“双11”,取消了15%高门槛档位,更贴合商家实际经营需求。值得一提的是,价格管控成为重点,天猫明确活动商品标价不得高于校验期内最低标价,严厉打击“先涨后降”等套路。

直播电商平台则选择“拉长周期、捆绑节点”的打法。抖音与快手均从12月3日启动“年终狂欢季”,活动持续至12月31日,将“双12”与元旦跨年消费需求深度绑定。此外,分期乐商城聚焦民生刚需,在12月1日至12日的活动周期内,以“优惠+分期”模式覆盖手机数码、日用百货等全品类,通过长周期窗口避免消费扎堆。

不再是“双11续集”

“‘双12’已不是‘双11’的简单延续,而是平台差异化经营的关键节点。”网经社电子商务研究中心主任曹磊认为,随着电商促销进入常态化,“双11”近一个月的预售周期已提前锁定大部分年度消费需求,留给“双12”的增量空

从新亮点看,指导意见有三个鲜明特点值得关注。

突出技术赋能,指导意见既支持平台运用技术优化消费体验,也鼓励通过大数据、人工智能提升质量监管的精准度,让技术既服务于创新,也服务于规范。

聚焦新业态,针对直播电商这一热门领域,指导意见专门明确了选品机制、培训要求和“黑名单”制度,既保障新业态健康成长,也守住质量安全底线。

强化协同共治,指导意见不仅明确了监管部门的职责,更注重引导平台、行业协会、消费者组织等多方参与,形成“政府监管、平台主责、企业自律、社会监督”的良好格局。

在着力解决群众反映集中的问题方面,指导意见提出诸多具有突破性的举措。

确保“买得真”,通过严打假冒伪劣、虚假标注,推行质量安全赋码核验等措施,让消费者在线上也能买到放心产品,不再担心货不对板;督促“服务好”,通过完善线上服务标准、优化售后服务、设立老年人人工直连热线等,让线上服务既有

效率也有温度;售后“有保障”,通过建立快速处置通道、推行“先行和解”“一键举证”等机制,让消费者遇到问题能及时得到解决,不用再为维权跑断腿。

指导意见坚持发展与治理双轮驱动、协同发力,推动网络交易平台实现从“量大”到“质优”的根本性转变。

在发展方面“激活力、优供给”,例如支持平台利用数据优势,发展按需生产、以销定产等新型制造模式,让制造跟着消费走;鼓励平台建立首席质量官制度,引导平台算法逻辑向优质侧重;强化新业态引导,要求直播电商加强直播营销人员质量培训,建立以质量为核心的选品和培训机制,从源头提升供给质量。

在治理方面“强监管、护公平”,例如引入“产品数字护照”计划,在重点产品领域试点开展质量安全赋码核验,打造生产源头赋码、平台验码亮码、消费者识码用码机制,通过“码”上辨真伪、溯源头,打造全链条追溯机制;建设全国工业产品质量安全监测预警平台,变被

动查处为主动预警,努力让监管跑在风险前面。

打好质量管理的“组合拳”,指导意见通过对平台、平台内经营者和直播带货的不同侧重要求,形成合力,促进产品和服务质量提升。

针对平台企业,指导意见要求严把入驻审核与上架关,运用数字化、人工智能等技术优化日常管理,将信用监管数据作为平台实施准入退出、流量分配等的重要依据,让失信行为无处藏身。

针对平台内经营者,指导意见要求推动经营者建立从供应商管理到质量追溯、召回的全链条管控体系,加强质量检测与认证,推动结果共享互认。

针对直播电商,指导意见提出,引导建立“质量优先”的选品机制,加强主播质量素养培训,建立“黑名单”制度,让优质内容与高质量产品相辅相成。

张蕾蕾表示,下一步,市场监管总局将联合各相关部门,抓好政策落地实施,通过常态化督导、典型案例推广等方式,让各项措施真正见效。

再见“双12”:电商大促的转型与新生



间愈发有限,这倒逼其完成定位重构。

定位正向“场景化服务”转变。网经社特约研究员郭涛指出,“双12”的核心已从“低价促销”转向“年末清仓+生活场景覆盖”。

在网经社特约研究员刘俊斌看来,市场供需两端的“疲劳感”加速了这一转变。“双11”后,商家与消费者均进入调整期,加之元旦、春节促销接踵而至,“双12”的驱动动能明显减弱。对大品牌而言,过度促销可能损害品牌价值;对消费者来说,各平台的“百亿补贴”活动与直播电商的日常低价,已让“天天有优惠”成为常态,特定购物节的吸引力自然下降。刘俊斌认为,这种“促销疲劳”倒逼平台必须跳出价格内卷,寻找新的增长逻辑。

价格管控的强化也体现了行业的理性回归。天猫明确管控预热期先涨后降、非活动商品临时涨价等行为,京东通过透明化补贴规则避免消费陷阱,这些举措既是回应消费者对“真实优惠”的诉求,也是电商行业从“野蛮生长”向“规范经营”转型的缩影。

以“不可替代性”扎根消费生态

那个能让快递爆仓的“双12”冷了下来,但作为年末固定商业节点,它并未消失,而是以更成熟的形态嵌入经济生活。曹磊认为,“双12”作为独立购物

节的声音可能减弱,但作为平台“特色试验场”的价值将愈发凸显,成为展示本地生活、即时零售等多元生态能力的窗口,同时仍是部分商家清理库存、维护用户的重要节点。

消除“促销疲劳”的关键,在于构建“不可替代性”。郭涛分析道,一是差异化供给,挖掘特色商品,结合直播激发冲动消费;二是升级服务体验,用缩短物流时间、强化售后保障等“确定性”对冲低价吸引力下滑;三是绑定情感价值,通过“年终犒赏”主题营造消费场景;四是技术赋能效率,借助AI算法实现向“货找人”的转变,降低用户的决策成本。

这一转型的背后,是电商行业竞争维度的全面升级。郭涛指出,当前行业已从“流量争夺”进入“生态能力比拼”阶段,“能否将‘低价’认知转化为‘高性价比’认知,构建难以复制的场景壁垒,将成为未来竞争的胜负手。”

刘俊斌则强调,促销对平台与商家来说都是把“双刃剑”,电商需依托新业态创新服务模式,为供需双方打造便捷且有吸引力的消费场景,共同培育新业态下的消费生态。

从全民狂欢到精准服务,从价格内卷到价值竞争,今年的“双12”宣告了一个时代的落幕与新生。当购物节褪去浮躁的流量泡沫,回归“满足真实消费需求”的本质,或许才是其最坚实的存续基础。

(刘旭颖)

美团五年投入100亿元全面保障骑手福利

本报讯 12月15日,从美团方面获悉,自今年12月起,全国所有参与缴纳社保的美团骑手,陆续收到了现金补贴,这意味着目前美团骑手社保已正式覆盖全国所有省市。

据悉,美团于今年4月推出行业内首个面向全体骑手的养老保险补贴方案。该方案允许骑手根据个人需求选择在户籍地或工作地参保并申请,不管是长期稳定跑单,还是过渡兼职的骑手,只要在美团上的月收入达到就业地相关缴费基数下限,且近6个月有3个月满足该条件,美团就以相关缴费基数为基准,补贴50%的养老保险费用。

“现在的补贴政策在上海或老家交都有补贴,也不用提申请,很方便。”在上海送外卖七年多的骑手于臻表示,自己是四川绵阳人,今年51岁,年轻时在单位工作,交过四五年社保,现在年龄大了,开始考虑养老问题,未来希望回老家养老,社保就交在了绵阳。

除了养老保险,平台也在不断完善保障范围、拓宽险种。其中,基础保障包括养老保险补贴、新职业伤害险、意外伤害险、特殊天气补贴等;进阶保障包括覆盖骑手和家人的大病关怀保障、子女教育基金等;工作福利包括工作餐、体检、女性关怀等。

数据显示,自2022年以来,在人社部指导下,美团开展的新就业形态人员职业伤害保障(新工伤)试点,到今年7月已扩围到全国17个省市,截至10月,已全额为骑手缴费23亿元,累计参保骑手约1600万人。

近期,美团“骑手之家”也在全国新增落地200多座,为一线骑手提供配送支持、保障咨询、午间休憩、应急救援支持等各类服务。今年二季度以来,美团先后在福建、江苏、湖北、广东、河北、四川等六省七市试点推广补贴方案,开设600多处骑手社保咨询服窗口。

美团相关负责人表示,公司会继续推动骑手“亲子假”“秋收假”等项目的扩围试点,预计五年总投入100亿元,构建更全面的骑手福利保障模式。