

# 江苏省市场监管局组建后首次公开亮相 剑指“双11”促销规范

说好“保价”，要退差价时店家却不认了；划线价没有依据，打的是“假折扣”；网购商品质量差，没有保障……担心今年“双11”碰上这些烦心事？

11月5日，江苏省市场监督管理局举行全省规范“双十一”网络集中促销活动行政指导座谈会。23家网络交易平台负责人参加。现代快报记者了解到，这是机构改革后，省市场监管局第一次对外会议。由于职能调整，相比往年，今年“双11”期间监管覆盖面更广，生产、流通、消费各环节监管结合更紧密，小伙伴们可以放心买买买了。

现代快报+/ZAKER南京记者  
徐岑/文 徐洋/摄

## 数据

### 电商平台儿童用品不合格率较高

网购商品质量怎么样？这是大家很关心的问题。现代快报记者了解到，江苏质监部门近几年抽查了淘宝、天猫、苏宁易购、京东商城、国美在线、唯品会、1号店、拼多多等主流知名电商平台，电商产品质量平均合格率在七成到八成。根据最新数据，2018年前三季度的平均合格率为76.4%。

值得注意的是，部分商品不合格率较高。2017年，江苏共抽查8大类78种电商产品，其中日用及纺织品、电子电器、轻工产品3大类发现的不合格产品较多。学生作业本、儿童家具、童车、美容小家电、洗衣粉（液）、净水器等30种产品合格率低于71.2%。消费者购买时请注意。

### 今年1至10月 江苏网购投诉3万件

根据江苏全省12315消费投诉举报中心的受理情况，今年1到10月份，网络交易投诉达30657件。现代快报记者了解到，虽然与去年同期35859件相比下降约15%，但是部分问题仍然很突出。

江苏省市场监管局网监处处长李艳介绍，消费者反映的主要问题是经营者拒不履行合同约定（承诺），不履行国家规定的三包义务，不按约定履行送货或安装义务等。

## 陷阱

### 划线价比吊牌价还高 却没有定价依据

“双11”集中促销期间，东西真的便宜吗？现代快报记者了解到，为了防止商家先涨价后降价，今年9月初，监管部门就开始对全省主要电商平台进行监测。

从目前网络交易平台的情况看，有一些问题比较突出。一是明码标价不规范。比如，集中促销时，活动页面和产品详情页面标价不一致；二是虚构原价，误导消费者以为降价销售；三是划线价无依据；四是不履行价格承诺；五是虚假宣传。

检查分局相关负责人介绍，近期经常接到投诉举报，部分电商销售服饰类商品时，页面对比价格（即“划线价”，作为促销活动中被比较的价格，往往被一道横线划去）远高于商品吊牌价。经过调查后发现，页面对比价格没有依据。“这里需要解释的是，划线价比吊牌价高不一定都有问题，但经营者应当准确标明划线价的含义，且能够证明标示的划线价真实有依据。”该负责人说。

### 商家“保价”就放心了？ 小心被坑

为了吸引消费者，很多电商平台卖家打出了“贵就赔”“价保30天”“价保全年”“价保双十一”等承诺。然而，这里往往藏着陷阱。

南京市民董女士前两天在一家网店买了两件婴儿用品。她表示，当时自己看中的就是店家有“价保险”。收货时，她发现卖家降价了，于是找客服退差价，结果却被告知不符合“价保”要求。“客服说，要在店铺购买三件商品才提供保价服务。我觉得自己被骗了。”

对此，检查分局相关负责人表示，部分商家制定的保价规则很复杂，且标示不清，会让消费者产生误解。“我们希望电商平台在保价方面自我规范，将保价的限制条款明明白白告知消费者。一旦消费者主张保价，就按照规则履行职责。”

### 拉人“微信砍价” 就能拿到最低价？

定金、预售价、到手价、销售价、尾款价……今年“双11”依然有很多让人绕不清楚的消费规则。对此，李艳表示，这可能会误导消费者，用假打折的方式促导交易。

还有一些经营者存在虚假宣传的情况。通过“微信砍价”等各种网络推广手段吸引消费者参加活动，但实际上是虚假优惠信息。

不公平格式条款也依然存在。比如，部分平台关于退换货运费、折旧费的规定模糊不清。消费者需要提高警惕。



网络交易平台代表签署践行《电子商务法》倡议书

## 规范

### 省市场监管局开座谈会 督促电商依法促销

针对“双11”中可能出现的问题，省市场监管局召开座谈会，希望通过事前指导和沟通交流，督促引导企业依法开展经营活动和促销活动。

值得一提的是，这是机构改革之后，江苏省市场监管局首次公开亮相的会议。由于市场监管职能进行了重大调整，对比往年“双11”，此次监管的覆盖面更加宽广，对生产、流通、消费各环节的监管结合更加紧密。会上，省市场监管局网监处、食品餐饮处、食品流通处、监督处、检查分局5个部门，分别结合部门监管职责，对全省网络交易平台提出了依法促销、规范经营的具体要求。

具体来看，要进一步规范网络集中促销行为。重点是平台要在网站显著位置事先公布促销活动的期限、方式和规则。全面排查商品信息，保障促销商品质量。同时，加强平台内经营者经营资质、身份信息的排查，防范一些经营者采取先涨价后降价方式虚构优惠促销。打击和制止侵权假冒、虚假宣传、刷单炒信、不正当竞争等违法行为，规范平台内经营秩序。

价格方面，市场监管部门也提醒，经营者要规范价格行为，做到明码标价，保证促销宣传页面、标价页面、结算页面价格一致。不以各种标价行为和价格手段欺骗、诱导消费者进行交易。同时建立价格纠纷解决机制，做好售后服务。一旦产生纠纷，客服第一时间协调处理。

座谈会上，阿里巴巴、苏宁易购、京东等23家网络交易平台也现场签署践行《电子商务法》倡议书，切实履行主体责任。表示将积极配合市场监管部门，进一步完善平台促销方案，依法规范经营行为。



扫码看视频

# 发布“梧桐予”金融服务方案 扶持“文化企业”成长 北京银行南京分行助力南京文化金融融合创新发展

11月3日，在2018南京文化科技融合成果交易会上，被誉为“地方首个以信用为支点、以金融为手段、以产业协作为目标的文化金融生态创新服务体系”——“梧桐计划”成功发布。仪式上，作为“梧桐计划”主要合作代表，北京银行南京分行正式发布“梧桐予”系列金融服务方案。

北京银行南京分行相关负责人

表示，“梧桐予”是针对“梧桐企业”专门设计的文化信贷产品体系，项下包括“文化永续贷”、“文化征信贷”、“书香贷”等多个特色产品，为具有高速发展潜力的各类文创企业提供全面金融支持。此外，该行还将全力借助“全国文化金融中心联盟”成立契机，依托与5个联盟城市对应的北京银行全国网点机构资源，加

快复制推广“南京模式”的成功经验，助力“梧桐计划”成功实施。

截至2018年9月末，北京银行文化创意贷款余额近723亿元，累计为6000余户文创企业提供超过2000亿元贷款，在首都文化金融市场份额排名领先；近年更创新设立国内首家文创金融事业总部，并挂牌成立文创专营支行，在业内首推IP产

业链文化金融服务方案。今年10月25日，该行连续第八次作为唯一金融机构亮相北京第十三届文博会，与9家文化企业签署了总计达12.8亿元的合作协议，为新设的5家文创特色支行授牌。

北京银行南京分行自2010年3月成立至今，获得江苏省与南京市两级政府授牌认可的“文化银行”称

号，赢得国家文化部、财政部与人民银行联合颁发的“优秀文化金融创新成果奖”。截至目前，分行累计为文化企业提供表内外融资超200亿元，合作文创企业超600户，贷款户数及金额增量在南京文化银行中名列前茅，在市场上树立了良好的文化金融品牌形象。

通讯员 乔玥