

网络消费

如何玩转货到付款

□ 丁宁

现如今,货到付款已成为网购利器。不仅快递员在派送代收货款快件时可以获得更多提成,而且只要钱不交,消费者就处于主动地位。如此一来,在选择货到付款之后,快递员通常都会选择妥协,从而完成开箱验货。此外,在遇到陌生电商时,选择货到付款还可以最大程度地保证资金安全,且不会用网银的中老年人也可轻松购物。那么,如何玩转货到付款?货到付款拒收将会有什么惩罚?本期笔者特对电商进行调查,为广大读者介绍详细情况。

京东商城:拒收惩罚500京豆

京东商城作为国内率先推出货到付款服务的电商之一,其官方规定,消费者购物时可选择现金、POS机刷卡、支票三种方式支付货款。首先,POS机刷卡目前仅支持带有银联标识的银行卡,刷卡消费的赠送积分则以各银行为准。其次,支票支付需要消费者将支票内容填写完整且需要款到账后方可送货,并仅有北京、上海、成都、沈阳、武汉、广州地区客户可使用此服务。在订单完成之后,多支付的款项则会退回到消费者的京东账户余额内。最后需要注意的是,消费者如果选择货到付款,那么一个ID账号在一个月内有过2次或一年内有过4次无理由拒收,那么,京东将在相应的ID账户中按每单扣除50个积分或500个京豆作为运费(相当于人民币5元)。而时间计算方法则以成功提交订单后向前推算30天为一个月,成功提交订单后向前推算365天为一年,不以自然月和自然年计算。

苏宁易购:1万以上只用POS机

与京东商城有所不同,苏宁易购的货到付款并不支持支票付款,仅支持现金支付和POS机刷卡两种,并且在确认订单支付方式时,不仅需要选择货到付款,而且还需明确选择究竟是现金支付还是POS机刷卡。而如果想换成另外一种支付方式,还必须删除原有货到付款订单,重新下单才行。除此之外,当商品配送到消费者指定地址时,还需消费者提供苏宁易购发送到手机的校验码才能完成支付(现金支付形式无校验码)。如果消费者在货物送达时拒收货物,苏宁易购将会相应扣减消费者积分并降低信用等级。对于有货到付款拒收不良信用记录的用户,苏宁易购将会取消用户选择货到付款资格。但也可以通过非货到付款方式购买,便可重新获得选择货到付款信用。

最后需要特别说明的是,当前五个货到付款订单未支付前,那么消费者的第六个订单将不能再选择货到付款支付方式,付款页面也会提示用户有货到付款的未销订单。当订单应付金额低于10000元且高于0.01元时,可使用现金和移动POS刷卡两种支付方式,而当订单应付金额高于10000元时,为了财产安全,苏宁易购将只支持移动POS刷卡支付方式。

亚马逊:2万以上只用POS机

与苏宁易购比较相近,有海外电商背景的亚马逊同样只支持现金支付和POS机刷卡这两种付款方式。并且在确认订单支付方式时,也需选择货到付款,并明确究竟是现金支付还是POS机刷卡。另外需要注意的是,当订单金额高于20000元时,亚马逊将不支持现金支付,仅支持POS机刷卡。除此之外,对于入驻卖家,只有亚马逊物流负责配送的商品才支持货到付款服务。如果销售和配送均为入驻卖家配送,则无法提供货到付款服务。至于无理由拒收的惩罚措施,亚马逊则没有任何相关规定。但根据不少网友反馈来看,亚马逊偶尔会对恶意买家采取封账户处理。不知这一条是否适用无理由拒收,如果适用的话就一定要小心谨慎。

天猫商城:羊毛出在羊身上

与前面三家电商有所不同,天猫商城虽占据B2C平台销量的头把交椅,但在货到付款方面却只能算是“小弟”。之所以会出现上述问题,倒不是因为买家积极性不高,而是与卖家需面对的“苛捐杂税”太多太重有关。首先,卖家需面对的第一笔收费就是快递公司代收货款服务费,虽然每个快递公司收费标准都有所不同,但基本上都在总货款的1%左右,并且每单最低也是3元至5元。其次,快递公司收到货款之后,会把资金转入支付宝,再由支付宝转给卖家。最后,天猫商城针对无理由拒收的消费者几乎没有任何惩罚措施,同时也不限定货到付款的用户级别。如此一来,卖家在接到货到付款订单之后普遍都不太敢发货。虽然天猫商城为此特别推出拒签运费险,但投保费率同样不低。如果快递公司提供返回拒签状态,那么需要18天才能发起理赔。如果快递公司未提供返回订单状态等异常订单,则需要长达36天才能发起理赔。

综上所述,卖家提供货到付款的总成本高达总货款的3%左右。再加上必要的人力物力,成本支出更是不可小视。在电商竞争如此激烈的今天,这样的成本提升显然无法忽视。所以即便是极少数支持货到付款的卖家,也会将多出来的成本转嫁给消费者。这样一来,天猫商城但凡支持货到付款的商品,几乎都比常规商品贵10%以上。可谓是羊毛出在羊身上,消费者选择货到付款也得不偿失。

e流行

□ 本报记者 张莉

十多年前,一部由斯皮尔伯格导演的电影《人工智能》精准地描绘了人类技术文明快速发展,令大批可提供服务的智能机器人取代人工,并全面渗透生活。如今,这样的科幻图景正在走入现实:从亚马逊仓库中自动装卸货物的机器人、富士康生产线装配零件的机器人、执行特殊危险任务的特种机器人及以智能化军用无人机,各类用途机器人正在被广泛地应用于丰富的场景之中。

而在中国,随着工业化技术水平提高及智能化、互联网化渗透,日益倒逼着传统产业转换思路,提高自动化率及工业生产智能水平,这也为中国工业机器人产业兴起埋下伏笔。与此同时,在长三角、珠三角等用工密集的区域,结构性用工荒加剧也进一步加速企业“机器换人”节奏。据《经济学人》杂志报道,2013年中国已超过日本,成为购买工业机器人数量最多的国家。

机器人时代来临,令资本各方看准产业蓝海时机,加速在机器人产业布局。据了解,来自日本、瑞士、德国等各国工业巨头近期均扩大在华产能,各路力量摩拳擦掌,意图在智能工业领域大肆开疆辟土、谋求主导权。同时国内各类产业自动化也在加速,中国机器人下游应用开发提速,行业内并购整合日益成为趋势,令中国庞大机器人市场更具看点。

随处可见的代工机器人

在广东某工业园区生产车间内,一台身长不足一米、形似铁皮箱、每分钟跑60米的机器车,装上双层货架之后,就可以变为一个独立完成搬运作业的机器人工人,它也是这个车间最主要的装卸工人。据了解,这个身材小巧的铁皮员工,只需跟着脚下铺设好的磁性感应轨道走,就能轻松将货物从车间流水线一端搬向另一端。

据该机器人厂商销售负责人介绍,类似这种自动化智能产品完全可以想象为新一代的“机器人”,它

互联网金融

打击手机诈骗需多方合作

□ 本报记者 王荣

“2015年信息诈骗形势将更加严峻。”腾讯移动安全实验室专家陆兆华12月26日公布,全国首个天下无贼反信息诈骗联盟运营一年多的成绩:直接劝阻1.84万人避免被编汇款,涉及金额达1.56亿元;帮助9766名事主快速拦阻被骗资金1.09亿元。2014年中国智能手机用户超过5亿,几乎每个用户都收到过诈骗短信、电话。“通讯信息诈骗犯罪呈产业化发展、企业化运作态势。”有网警介绍,为更好地打击手机诈骗需电信运营商、互联网公司、银行等各方通力合作。

手机欺诈花样翻新

日前,福建莆田发生一起“高科技”手机诈骗,手机用户肖某点击了诈骗短信中的网络链接,结果电子银行账户中7万余元不翼而飞。

记者观察

可穿戴设备隐藏健康风险

□ 本报记者 姚轩杰

作为一种新兴电子产品,可穿戴设备得到众多科技从业者关注。可穿戴设备是一款与人接触最为亲密的电子设备,它的产品形态及用户体验也相对更容易被消费者重视。

数据显示,2014年可穿戴设备销量较去年成几倍增长,预计2014年全年智能穿戴产品销量将有1700万台。《2013中国可穿戴设备市场研究报告》更是显示,预计到2015年仅中国可穿戴设备市场规模将超过100亿元,约达到114.9亿元。由此可见,可穿戴设备市场的火爆。

目前,可穿戴设备产品还是集中于智能手表、智能手环、智能眼镜三类,如手环类产品的Fitbit、Jawbone和Nike等,手表类产品的三星、SONY和Pebble等,眼镜类产品谷

“机器换人”时代来临

各方布局智能工业



们既可以实现24小时连续工作,同时也能帮助企业节约人工成本。从“机器人”替代效应看,一台标配无人搬运车相当于三个搬运工兼司机加一台运输车。如果以每人每月最低3500元计算,三个工人月工资则是10500元。而一个机器工人的应用操作扣除维护等费用,一年可为企业节约12600元工人工资。与此同时,还能将生产效率提高到20%以上。如果以月产值一亿元的工厂计算,将相当于2000万元效益空间。

目前“雇用”工业机器人正成为越来越多制造企业的选择。在深圳宝安区石岩黄峰岭工业区一家家电企业厂区内,负责人正在忙于和员工商定如何在2015年继续提高机器人自动化水平。“经过两年的生产线改造,我们已有效减少了用工。在一些生产线中,工人数已下降一半以上,并且机器人生产效率比人工提高20%以上,产品良品率也有明显提高。”上述负责人表示。

不难发现,由于科技水平发展及智能化生产普及,“机器换人”正在日益成为众多传统企业转型升级的重要战略。另一方面,人口红利时代结束、老龄化社会来临及劳动人口大量缩减,也驱使着“机器换工”大潮出现。深圳三和人力资源公司总经理许琴指出,不同城市已进入或者往老龄化方向发展,劳动力供应不足问题现实存在。劳动力成本抬升令企业经营难度加大,加上90后就业观念转变,部分简单岗位存在被取代趋势,这也造成越来越多企业更倾向于雇用“机器人”。

值得注意的是,由于看中中国庞大的机器人需求市场,不少国际巨头纷纷加大砝码进驻中国,并在国内扩大产能,以谋求在新智能工业格局下的市场主动权,各路资本角逐机器人市场的竞争也日益激烈。

以日本工业机器人行业龙头安

机电为例,今年12月,公司在上海成立涵盖机器人中心、解决方案中心、售后服务中心等在内的新展示中心,为中国企业客户提供各个领域机器人应用产品。据了解,安川来自中国机器人销售收入已占据集团20%,未来还将进一步扩大沈阳工厂产能。除了安川之外,国际机器人行业巨头公司瑞士ABB和德国KUKA也在今年进一步扩大其在中国的产能,并积极扩大在中国大陆市场上机器人业务销售规模。

业内预计,伴随越来越多的资本和实力企业进驻中国市场,加大机器人市场的竞争,未来工业机器人价格还将进一步下降,促动更多企业选择“机器换人”。而另一方面,由于当前国内机器人产业起步较晚,企业发展各自为战,中国企业为扩大竞争实力,未来必将经过一轮市场竞争,通过收购兼并优胜劣汰,逐渐形成大龙头企业。因此,并购整合或成为国内机器人产业常态。此外,互联网技术

给诈骗分子团伙;在互联网上搭建诈骗网络平台,并与传统通讯网对接及提供任意改号、群呼服务和线路维护的技术支撑团伙;专门负责替若干个诈骗窝点转账赎款的洗钱团伙。

同时,出资组建团伙的主要头目则往往藏身境外,并在境外设立窝点,针对我国大陆居民实施诈骗。这使得仅依靠公安系统对手机诈骗产业链打击显得有些单薄,“我们希望有大型互联网公司、通信运营商、银行等社会力量广泛参与。”一网警介绍,互联网公司在数据搜集对大数据的应用上有很大帮助。

为此,去年末,腾讯公司联合深圳市公安局反信息诈骗中心、深圳市银监会、三大运营商等企业单位共同成立了全国首个天下无贼反信息诈骗联盟,采用“警企民”联防的方式,共同防御信息诈骗。

“2015年信息诈骗形势将更加严峻。”陆兆华指出,反信息诈骗联盟准备将一年积累的运营经验和数据资源,分享给全国其他省市,共同保障用户手机安全。

发团队称已将其射频辐射度降到人体能接受的范围之内,而这个范围目前被视为是所谓的“安全监管标准”。尽管如此,目前人们还不知道长期射频辐射是否会对人体造成伤害,尽管这种辐射还不能强大到像X射线那样改变分子的结构,但却是能像微波炉一样产生一定热量,而这种热量是否安全目前尚无定论。

瑞典厄勒布鲁大学医院的最近一项研究表明,手机使用时间超过25年的人,其罹患神经胶质瘤(glioma,一种潜在致命脑肿瘤)概率是其他人的三倍以上。但路透社发布报告称使用手机与脑肿瘤之间并不存在直接联系。

目前可穿戴产品是否会对人体健康造成影响还不得而知,主要原因是缺乏长期调查研究。但不管如何,可穿戴设备要贴近手机更加贴近我们身体,既然目前它们的辐射是否有害尚无定论,那么人们应对对可穿戴设备潜在健康风险引起足够重视。

应用也将会为中国机器人产业实现弯道超车提供机会。

机器人产业或迎井喷期

无论是制造业复兴计划还是技术更新换代,以及当前最热门的工业4.0概念,都离不开机器人产业内容。业内人士认为,“机器人+互联网”智能化数字化生产方式将改变全球制造业格局,而拥有庞大市场容量的中国自然也不会缺席这场机器人盛宴。

根据国际机器人联合会(IFR)统计报告,当年全球工业机器人销售量约18万台,其中在中国销售量约3.7万台。在12月下旬举行的2014年世界机器人及智能装备产业大会上,业内一致预期,今年我国机器人市场销量可能突破5万台,且在未来5年内市场增速有望保持在每年40%以上,机器人产业井喷之势已可见。

有研究认为,国内机器人行业投资可以分为三个阶段,第一个阶段,主要以并购、合作等机器人概念股票为主的主题投资;第二个阶段,机器人概念股业绩将出现分化,好公司将脱颖而出;第三个阶段,行业格局趋于稳定,投资龙头股成为王道。目前市场处于第一阶段与第二阶段重叠处,在追逐机器人概念股的同时,需找出有竞争力和有业绩的机器人企业。这也意味着,未来机器人板块将从“主题投资”逐渐过渡到“业绩为王”阶段。

而对于中国目前在技术水平上存在的瓶颈问题,专家建议,要通过多种途径来寻求“突围”和赶超。首先要加强对国际机器人技术跟踪研究,制定出台符合我国发展实际的“机器人技术路线图”,明确技术发展步骤、重点突破的关键核心技术、工艺与零部件以及产业化路径。其次,要确立符合我国发展实际的机器人发展模式。机器人技术国家工程研究中心副主任曲道奎认为,在中国机器人产业发展中,发展企业比发展技术更重要。优先发展有实力的机器人企业,然后通过到海外并购成熟技术和公司来提升机器人质量。

互联网视界

大众点评 移动客户端浏览量超80%

□ 本报实习记者 马爽

今年以来大众点评在团购、推广及新开拓的多项新业务方面均实现多点突破。目前大众点评月综合浏览量(网站及移动设备)超过80亿,其中移动客户端的浏览量超过80%,移动客户端累计独立用户数超过1.8亿。

截至2014年第三季度,大众点评月活跃用户数超过1.7亿,点评数量超过4200万条,收录商户数量超过1000万家,覆盖全国2300多个城市及美国、日本、法国、澳大利亚、韩国、新加坡、泰国、越南、马来西亚、印度尼西亚、柬埔寨、马尔代夫、毛里求斯等近百个热门旅游国家和地区。

11月,大众点评单月团购交易额超过20亿元;12月,团购交易额单日突破1亿元。大众点评团购用户数和合作商户数大幅增长,截至12月中旬,大众点评团购交易量相比2014年初增长超2倍,与大众点评合作团购业务的商户则是年初的近5倍。

除了在一二线城市保持领先优势外,大众点评团购业务更是在三四线城市实现快速发展。

在新业务方面,大众点评通过“在线预订”产品帮助一二线城市用户逐渐养成提前订座习惯。在一二线城市,通过大众点评订座的订单最高占到商户店内所有预订总量(包括电话预订)90%以上,线上预订量平均占到商户总预订量60%以上。2014年,大众点评“在线预订”产品覆盖商户数已达近3万家,是年初的3倍,这一数据与全球最大餐厅预订公司OpenTable在北美地区的合作商户数接近持平。

2014年初,大众点评切入酒店旅游领域,主要为用户提供酒店信息查询及海外自助游产品。截至2014年年底,大众点评已覆盖全球近50万家酒店,覆盖酒店数量相比年初增长近10倍。截至12月,大众点评酒店预订单量是年初的6倍,酒店预订业务营收则是年初的5倍。

此外,截至2014年12月,大众点评提供在线选座的影院达2000家,覆盖城市近300个,市场覆盖率在全国居首。大众点评电影业务还向行业上游延伸。