

网络消费

网购经验：电商防骗指南

□ 丁宁

现如今，电商平台越来越多，而利用电商平台漏洞进行诈骗的案件也频频发生。那么，消费者如何才能在网购时更加安全，本期电商防骗指南将为消费者分享一些网购经验。

京东商城：树大招风，偶发骗案

目前来看，由于天猫商城几乎都是第三方卖家加盟而成，且天猫官方也只是提供交易平台而已。所以，其性质更像是C2C平台，而不是天猫官方所一直标榜的B2C平台。如此一来，京东商城就成了国内B2C平台的真正领军企业。也正因为此，骗子便开始盯上了树大招风的京东商城，并在前不久发生了多起骗案。为此，京东商城特意在首页醒目位置发布公告，提醒广大网友谨防受骗。其公告内容称：近期我们接到消费者反映，有不法人员打着京东客服名义，用手机号或模仿400电话，以京东系统维护、订单异常等无法发货为由，以加用户QQ或其他形式发送假冒我司退款平台的钓鱼网站，或通过引导消费者进行ATM转账、声称消费者中奖、向消费者电话推销打折卡和贵宾卡等手段进行诈骗活动。

至于防骗对策，京东商城也给出了声明：首先，京东7×24小时全天候客服电话400-606-5500只用于接听客户来电，进行外呼业务时不会显示400-606-5500或手机号码，更不会以QQ方式与用户沟通；其次，京东工作人员从未引导消费者进行ATM转账；从未以消费者中奖为由，收取所谓的邮寄费、过关费等；从未以电话、咚咚、QQ等工具推销过任何形式的打折卡、贵宾卡；也从未以订单无效需为消费者退款为由主动索取消费者银行卡信息。再次，如有任何组织或个人以京东名义通过电话、咚咚、QQ等聊天工具向客户收取前述费用或者推销打折卡、贵宾卡的，或者使用各种即时通讯工具发送商品需要重新支付或退款链接的，均属诈骗行为。最后，京东特别提醒消费者，有关京东的客服电话，请以京东平台网站公布的信息为准，谨防上当受骗。如有任何疑问或不明之处，可拨打京东7×24小时全天候客服电话：400-606-5500，未开通400服务地区的客户可拨打0527-88105500，或登录京东官网：www.jd.com查询相关信息。

具体案例方面，京东官方则给出了一个防骗案例。前不久，张先生接到一个自称“京东商城异常订单处理中心”的电话，电话号码显示：17858425857；自称“京东客服人员”的骗子告诉张先生，他在京东购买的订单商品无法发货，需要给张先生退款，然后骗子加了张先生的QQ，并发送名为“京东退款平台”的钓鱼网站：<http://jd.flanbz.com>链接，并告知张先生填写银行卡信息后才可以退款；张先生立即联系京东客服400电话进行确认，得知订单并无异常后，张先生长叹一口气，幸好及时联系客服人员确认，否则后果不堪设想。而根据笔者个人经验来看，由于京东商城的客服人员、配送人员均为自有系统。并不像天猫淘宝那样雇佣在线客服和第三方物流，所以客户信息大多都是消费者自己不经意间泄露出去，即便是京东内部员工泄露了客户信息也很容易追责。所以类似骗案并不多发，且还较容易防范。

天猫淘宝：漏洞百出，骗案频发

与京东有所不同，同为阿里旗下的天猫和淘宝由于性质更接近于C2C平台，再加上天猫官方管理松散，所以也就造成了“鼠子多了不怕咬”的局面。仅以天猫和淘宝主页为例，在其显著位置就没有出现类似京东那样的防骗公告。只有消费者在下单付款成功后，提示支付成功的页面上才会有一行小字：“安全提醒：淘宝网不会以卡单、系统升级为由要求您退款，谨防诈骗；提及批发商账户、11周年中奖、索要验证码的都是骗子！”

具体案例方面，淘宝论坛只给出一个典型案例。“近日有新闻报道，江苏某艺术学校校花，网上购物后接到自称卖家客服的电话，被告知订单卡单，要求退款。毫无防范之心的妹子加了对方QQ，随后收到了骗子发来的钓鱼链接，在输入银行卡号、网银密码、手机验证码后，12万元不翼而飞。”首先，骗子是以系统升级导致卡单为由，需退款给买家，让买家联系给定的电话。然后，买家致电后，骗子以退款至买家银行卡为由，要求通过QQ给买家发退款链接（实际为钓鱼链接）。最后，买家登录钓鱼链接后，未看清楚状况就填写了姓名、银行卡号、身份证号、网银登录密码和手机验证。骗子就拿着这些信息盗走了买家的银行卡资金。

而根据笔者个人经验来看，由于淘宝小二、卖家客服、快递公司这三个环节都有可能泄露客户信息，所以天猫淘宝已成了漏洞百出的骗案多发地。前几年，就曾爆发出淘宝小二集体腐败的新闻。至于天猫淘宝所雇佣的在线客服和第三方物流，则更有可能泄露客户信息。如此一来，即便出现骗案也很难查清楚上述三个环节究竟哪里出了问题，多数骗案即便报案，最后也只是不了了之。

B2C第三方：未来骗案多发地

目前来看，包括京东、苏宁、国美、亚马逊、当当等主流B2C电商，在坚持“自营”的同时，均已大力度引入第三方卖家。而究其根本来看，由于第三方卖家性质同样接近于C2C，再加上第三方卖家普遍采用了第三方物流，所以其未来很可能也是骗案多发地。而根据笔者个人经验来看，消费者如果能更加稳妥地选择电商自有物流，则可以很大程度上避免骗案。

举例来说，京东商城内的第三方卖家，如果消费者选择在线付款，那么卖家就会使用“四通一达”这样的第三方物流。而如果消费者选择的是货到付款，卖家则会选择京东快递进行发货。更为重要的是，由于采用的是货到付款，所以也就没有所谓的“卡单和退款”现象，消费者被骗的几率也可大幅降低。唯一需要注意的就是开箱验货时一定要仔细检查，以防货不对板，这样便可安心网购了。

e流行

□ 本报记者 傅嘉

智能家居推进有望超预期



CFP图片

生活场景。从进入家门开始，经过厨房、书房再到卧室，各个场景下使用的智能产品一应俱全，参观者可以看到不同品牌的空气净化器、空调、烟机、热水器、灯具、净水设备、烤箱、插座、加湿器、取暖器、血压计、血糖仪、电子秤、智能夹子等智能产品，它们都通过“京东微联”APP实现互联互通，参观者可通过安装在智能手机上的“京东微联”APP，轻松操控所有加入京东智能生态的智能产品，让不同的智能产品建立数据和操作关联。

除京东之外，360也在现场展示了多个整体解决方案，并在原先的智能概念中加入环保等理念。分析人士表示，总体来看，虽在硬件上无法与传统家电企业匹敌，但互联网企业重视用户体验，且产品设计更为灵活等特点反而更加贴近用户的审美。从家博会现场来看，年轻用户明显对互联网企业产品更感兴趣。互联网企业宣传不打明星牌，而是重视用户体验和参与度。

巨头下血本

从目前情况来看，家电企业和互联网企业就智能家居的厮杀仍是好戏连台。3月11日，360宣布正式启动智能家居战略。360表示，将对公司现有的云服务能力、大数据平台技术、在线营销平台、APP开发能力、开放芯片组等资源进行全面垂直整合，投资百亿元打造一个开放完整的智能家居生态系统。

京东集团副总裁闫小兵在本次家博会上也表示，将在2015年通过渠道、智能硬件、云服务、超级APP、金融五大板块深入布局智能家居。并表示，京东将会上线智能社区，利用京东平台促进智能家居产品的销售。“销售是刺激更多智能家居品牌加盟京东平台最直接的体现，但京东不会靠智能家居谋利。”接下来，京东表示将从线上拓展线下，发展更完善的渠道体系。

闫小兵认为，京东有区别于海尔、小米等智能家居平台的优势，可以更好得将不同家居品牌互联，并产生为品牌提供有价值的数据。

去年，京东推出了可操控不同智能硬件设备的“京东微联”超级APP。今年，京东将加紧对智能硬件的投资。除与科大讯飞成立合资公司外，还大力投资智能家居创业公司。“首先接入的是京东的产品，其他品牌产品会陆续加入。”闫小兵透露，目前已有300款

产品接入京东智能云，超过1000款产品正在对接中。

而前期和小米联姻，作为中国白色家电是指以空调、电冰箱、洗衣机为主触网的代表，美的集团在家博会上发布了智慧家居系统白皮书，这更是继去年美的集团发布M-Smart智慧家居战略后智慧家居产品的整体亮相。在美的集团总面积达768平方米的展区现场，共展出了32个品类的229款产品（智能产品30个品类）。

在展会现场，美的集团智慧家居研究院院长毛宏建表示，未来M-Smart系统将建立智能路由和家庭控制中心，将提供除WiFi之外，如Thread、PLC、BLE、EnOcean等新的连接方案。同时M-Smart系统还将扩展到黑电（黑色家电是指电视机、录音机、VCD、DVD等，可提供娱乐）、娱乐、机器人、医疗健康等品类。以开放、互存、共进的原则，构建更加广义的商业圈及生态圈。并表示，从即日起，M-Smart系统全面开放，今年6月30日，美的将面向全行业推出单价仅为10元的模块，规划会应用于过亿台产品。同时，到2016年，美的智能家电销量占比将

达八成。

提升家博会热度

与2014年相比，家电行业总体增长态势并不令人乐观，但智能家居作为重要推手之一，使得本届家博会人气远超去年，2015家博会在开幕现场就已引发轰动。开幕式现场更是人头攒动，人气爆棚。

中国家用电器协会理事长姜风在开幕致辞中表示：“依托全球瞩目的中国家电制造业和稳定发展的家电消费市场，AWE经过近几年的发展，已跃升为与IFA、CES并驾齐驱的国际化家电大展，并成为立足亚洲面向全球，引领国际家电发展潮流的行业盛会。随着AWE在国内外声誉的日渐提升，各参展企业对AWE这一平台也愈加重视，展出产品均是各领域炙手可热的新品。”

在家电产业升级成果、融合力度大幅提高情况下，2015家博会再次创下多个纪录。中国家用电器协会提供的数据显示，AWE2015占据上海新国际博览中心5大展馆，展会面积达到70000平方米，参展企业数量达到550余家，全球几乎全部家电及消费电子主流品牌均到场参展，其中国际品牌占比达到30%，预计参观人数达到10万人次，其中海外观众占比超10%。

在展馆设置上，与往届相比，2015家博会首次设立了“未来@家智慧家庭概念馆”（FUTURE@HOME），使得智能家居在业内的地位空前提高，展区面积达6000平方米。在该展区，由芯片、传感器、集成电路等智能系统上游企业及移动互联、大数据、云计算等下游企业共同参与，京东、奇虎360、遥控E族、物联、机智云、Broadlink等智

能领域企业与海尔、美的等家电厂商还搭建了各自的智能家居样板间，让参观者亲身体验未来智能家居生活。

此外，环境及健康家电展区由2014年的1.5万平米已扩至2万平米，首次单独成馆展示。从展馆分布可以明显看出，智能化产品、互联网融合的消费电子产品及炙手可热的环境电器，毫无疑问成为凸显展会特色的最重要要素。

互联网金融

3·15或曝光问题P2P平台 行业监管政策将出

□ 本报记者 姚轩杰

3·15或曝光问题P2P平台

据悉，今年即将到来的“央视3·15晚会”，除对传统消费领域的深入揭露外，也将对“余额宝”、“P2P网贷”等互联网金融模式进行“扫描”，曝光P2P问题平台。在P2P行业鱼龙混杂的情况下，普通投资者很难凭一己之力评判平台的综合实力和真假，3·15晚会将呼吁监管部门加大监管力度。

央视3·15晚会有关人士介绍，从众多投诉信来看，不少P2P投资者是高学历、可熟练使用互联网的人，说明一些骗人P2P平台具有很强迷惑性。

从倒闭的P2P网站来看，一般有以下四个特点：一、大多数宣传高回报，如已跑路的“中汇在线”，宣称票据理财有18%高收益，而业内此类产品的年化收益率一般在8%以内；2015年首个倒闭的平台“里外贷”，多个投资标的年利率接近或超过40%；二、网站建设初期目的就不纯，

记者统计《网贷之家》公开数据发现，截至今年2月底，被曝光的问题平台数量已达493家，较两年前增加5倍；累计待收金额超过50亿元，较两年前增加约60倍。这493家问题网贷平台的注册地覆盖全国26个省份，广东、山东、浙江分别位居前三，其中广东省问题平台数占比就达到两成。

记者统计还发现，在P2P网贷平台涉及的问题中，提现困难占接近半数，且这类平台中有不少之后证实为

诈骗、跑路案例。此外，在出现问题时，待收金额过亿元的P2P平台至少10家，包括里外贷、中宝投资等，目前均已被警方立案侦查。

行业监管政策将出

3月12日下午，中国人民银行行长周小川在十二届全国人大三次会议记者会上表示，2014年金融界在准备一个对互联网金融的新政策，这个政策主要体现为支持互联网金融发展。另一方面，也要按照现在的监管框架给予适度监管，“但这个文件目前正在起草讨论中，应该不久就会与大家见面。”

具体谈及P2P时，周小川认为，在目前来讲，由于网贷没有正式申请和取得叫银行或叫存款类金融机构的牌照，因此不算做银行或信用社。从这个角度来说，它还是属于民间金融。

同时，针对饱受争议的P2P平台，

周小川也提到了监管问题：加强对P2P网贷监管有两种含义，其中一种是为今后如何使P2P网贷能够走入健康的发展渠道，能够更好地为客户服务，进而对现有金融机构起到补充作用。

他认为，从总体上来讲，互联网金融要逐步制定一些适合互联网业务的规则，但也不可能做得非常超前。因为技术发展非常快，很难说有谁那么聪明智慧，提前把所有出现的问题都想到，所以基本上还是一个随着业务发展相适应地出台一些监管规则。而这些监管规则，因为覆盖面非常大，所以都是不一样的，比如说互联网支付方面将来能出哪些规则、众筹方面能出哪些规则？P2P网贷将来会有哪些规则？不可一概而论。

此外，周小川还强调，在制定网贷监管规则时应避免制造道德风险，客户在参与P2P产品时应该考虑好风险。

互联新视界

赶集发O2O招聘模式 攻蓝领市场

□ 本报记者 王莹

（喜欢沿街拜访），来解决餐饮界小微企业的招聘痛点。

用户打开赶集生活APP，就可以查找“附近”满足其求职条件的餐饮小微企业，并可以直接联系。面向急需用人的小微企业，赶集网则在其赶集叮咚手机客户端上线了地图招人和发店铺帖两个服务项目。根据手机定位，企业也可快速找到附近的求职者。

分析人士指出，随着经济结构调整和社会经济发展方向转变，普通白领已逐渐被边缘化，基于高端人才服务及劳动密集型的蓝领市场则仍有机会，对比目前普通大学生就业难的情况，蓝领则多是供不应求。

58同城根据该招聘平台最新数据显示，目前蓝领职位大多处于供不应求状态，有些地区薪资水平最高的蓝领岗位工资，甚至是该地区普通白领工资的数倍。在一一线城市

中，广州和成都地区薪资最高蓝领职位均为钢筋工，而目前北京和上海地区蓝领薪资最高的职位均为美容店长，薪资水平分别为10160元/月和9543元/月。

由于目前市场上求职蓝领主要以80后、90后为主，与上一代蓝领相比，新生代蓝领不仅就业观念发生改变，而且连找工作的渠道也在变化。随着智能手机和移动网络的普及，新生代蓝领花在手机上的时间越来越多。有机构调研指出，通过网络招聘的蓝领数量逐年提升，逐渐成为蓝领求职新渠道。

这注定网络招聘形式也将出现变化。分析人士指出，赶集网在移动互联网上为餐饮商家和求职者提供互相搜集信息、互相选择的平台，线下则根据LBS技术所带来的彼此位置信息的匹配，为求职者与商家之间提供更好的接洽机会。

目前从事在线招聘的公司不少，除上市公司智联招聘、前程无忧、58同城，同时还有正积极推动上市的赶集网外，另有细分领域的猎聘、拉勾等。这注定，蓝领在线招聘市场也即刻将进入红海。

蓝领市场的红海

相比在线视频、旅游、电商等垂直领域，即用户年龄、性别、工作技能、职业经历等录成一段话，直接发送给用人单位。而赶集网也针对低端求职者需求，推出“语音求职”和“地理位置求职”等产品。前者让求职者录制60秒以内的自我介绍并上传，即可获得雇主回复。

由此可见，在线招聘在移动化的

同时，也由原来简单纯粹的信息推送，逐渐向高效、精准化、人性化等服务层面转变。

在强调线上市场的同时，根据蓝领市场的特点，在线招聘也开始布局线下市场。据悉，赶集网今年的招聘会除线上渠道外，还增加了线下招聘会环节。目前赶集网已接入青岛、长沙、杭州、苏州、福州、石家庄等26个城市的线下招聘会，且覆盖城市范围仍在不断扩大。

O2O招聘新模式

近日，赶集网推出专门面向餐饮行业小微企业招聘和劳动者求职的O2O招聘产品——易招聘，并以LBS（基于位置服务）技术为依托，解决行业招聘问题。在服务产品中，赶集网根据服务业劳动者找工作的习惯