

网络购物已成为很多人生活的一部分，主要是因为其购买方便、价格优惠，而上网购买名牌和奢侈品，现在也已司空见惯。然而，就是这个被看作未来大蛋糕的市场，在发展中也遇到了难题。日前，有媒体报道了一家名为“祎鹏恒业”的公司通过聚美优品、京东、亚马逊和1号店等知名电商平台售卖假国际名牌，各大电商涉嫌知假售假的丑闻。一时间，售假事件成为微博、微信等社交软件的热门话题，各方议论纷纷。

各大涉嫌电商第一时间出面发表了官方声明，以求挽回企业信誉，留住消费者，并决心彻查此事，对相关货品和相关店铺进行紧急下架和关停处理，对利益受损的消费者进行道歉并承诺无条件退货。然而，各方对此却抱有不同的意见和想法，售假风波后，到底还该不该上网购买名牌，成为大众议论的焦点。



售假风波后 你还能上网买名牌吗

消费者：道歉虽诚恳 购买要谨慎

在这次奢侈品售假风波中，虽然各大电商平台都表现出了积极的态度，给予消费者极高的处理待遇，要钱赔钱，要礼赔礼。但从消费者的角度看来，大部分消费者在接受道歉的同时，普遍抱着批判的态度，谴责不良商家见利忘义售卖假货，认为其不仅违背了市场最基本的诚信机制和职业操守，带坏了整个行业的风气，扰乱了市场秩序，还消耗着消费者对各大知名电商的信任和依赖。网购一族小丽就表示：“顾客就是上帝，商家销售中最重要的是抓住顾客的心，留住客源，但售假事件却背道而驰，让消费者对这些电商平台感到失望和不满。”小丽认为，在经过售假事件后，以后会适当改变自己的网购习惯，提高警觉，减少消费，降低网购奢侈品的欲望，减少购买的次数。

与部分认为应该“吃一堑长一智”的消费者相比，也有部分消费者对网上销售国际名牌的看法很消极。网友小倩就认为，网络虚假销售本来就十分多，属于“正常”现象，网购的同时，就要做好被骗的准备。“电商从自身的经济利益出发，为了谋取利润而贩卖虚假货物，虽不认同，但是可以理解。”曾经在网上买过国际名牌的张小姐在接受采访时表示，还会继续网购名牌，并不会被售假事件所影响，顶多以后多个心眼儿就是了。

资深网购达人黄火火更公开指出，在被骗人员中，有相当一部分人是“假被骗”的，心里其实明白着呢。“他们对国际名牌有一定的辨别能力，应该知道网络销售的是虚假物品，只是他们的经济水平无法承受国际名牌的高昂物价，但是又贪图享受奢侈品带来的虚荣心和巨大的满足感，于是就在网上睁一只眼闭一只眼购买低价的国际名牌。其实，买卖双方心里都清楚得很，此名牌并非彼名牌罢了。”正是这部分人存在这样的消费心理，推动了网络虚假销售的发展。对于这部分人而言，他们还是会继续网购此类低价的假名牌用以装点门面。

电商：整顿国际名牌销售业务

电商平台的国际名牌来源、正品与否，一直是备受争议的话题。和 YOOX 等国际名牌电商通过处理有限的名品尾货、品牌买断或授权上市新品等渠道方式不一样，我国的电商多与第三方供应商合作，对供应商的资质审查不严谨，甚至故意睁一只眼闭一只眼，造成了如今线上奢侈品市场鱼龙混杂的局面。长期以来，消费者都无法看清线上国际名牌的真伪，假货事件不只是以第三方供应商的被关而告终，整个电商行业奢侈品的销售业务也因此开始整顿重构。备受关注的聚美，也开始反思其奢侈品的销售策略，事件爆发后，聚美已暂停了奢侈品的销售，并计划将第三方销售转变为自营，或邀请品牌商直接在平台上销售。事件的另一主角京东也表示，正重新严格梳理入驻卖家的资质文件，对资质不完整或有问题的商家将进行清退。

业内人士表示，像聚美优品、京东这样的超级平台，如果开始清理货源，其具备合格资质的货源少之又少，而没有货源则无法做大。相反，像唯品会、走秀网这些较早在奢侈品垂直领域起步的电商，则迎来了机会。走秀网从 2008 年就开始专注于奢侈品货源的积累，早就将国内的供应商清理完毕，确保只使用海外最优质的国际供应商，在美国和欧洲建立仓储，每一笔订单都经过海关的正规检验和报关，这也是为什么走秀网的发货时间相比其他电商要长的原因。而随着各大平台更严格地清理不合格的供应商，走秀网在国际大牌和中高端商品方面所面对的竞争对手和不合理低价将减少，从而能够占据更大的市场份额。因为这起打假事件，公众对“正品授权”的关注度空前高涨，而真正获得官方授权的国际名牌电商寥寥无几。对于此次售假事件，不少电商人士认为，尽管短期内会影响电子商务行业的发展，但是长久来看，却有一定的积极意义。在还没有酿成大祸、彻底消耗消费者信任之前，此次事件给电商行业敲响了警钟，相信以后电商会加强监督和监管的力度。

专家：完善网购法律建设

“有调研数据显示，中国网上销售的国际名牌 80% 是假货，特别是从国外进口的手表，如果是低价的话，那一定是假表，这是行业内普遍承认的现状。”财富品质研究院院长周婷在接受记者采访时认为，国际名牌的鉴定难，也在一定程度上助长了渠道商和电商的售假气焰。“一方面是因为其在中国缺少专业的技术团队，普通的销售员或者导购员不具备特别的专业鉴别技术知识；另一方面，很多国际名牌在中国拥有代工厂，早已不是什么秘密。大量代工厂的存在，包括一些货品非正规渠道的流出，导致的结果是品牌自己都不知道这是真货还是假货了。而一旦鉴定，很多地下的事情就浮出水面了，那么一直在中国老百姓心中存在的原产地情节的谎言就会被拆穿，所以，他们宁愿在鉴定服务等方面制造稀缺性，也要保证自己尊贵的血统。”在专家看来，商家在网上销售国际名牌时，其道德层面的自律就变得格外重要。

而在法律界人士看来，在网上销售假冒国际名牌，已经是严重的犯罪行为。广东银沐律师事务所律师罗方慧表示，“不管是在网上还是线下，未经授权而使用他人的商标，都是一种侵权行为。与此同时，故意向消费者隐瞒售卖高仿品的事实，应属于对消费者的欺诈。虽然这些违法行为发生在网络上，但同样适用《消费者权益保护法》。如果造假、售假达到一定数额时，还可能构成犯罪。”法律界人士普遍认为，在全民网购的时代，国家要紧跟时代潮流，积极完善网络购物方面的法律建设，建立健全相关领域的法律制度，出台法律法规约束和禁止网络售假、贩假等欺骗消费者的行为，加大处罚力度和违法成本，让投机分子不敢起贪念。电商也要规范机制，做好第三方的监管本分，不可与商家同流合污。同时，消费者必须有较强的法律意识和维权意识，明确商家售卖假国际名牌、欺诈消费者是违法的行为。消费者应该联合起来维护自己的合法权益，将道德谴责和约束与法律权威结合起来。

(叶丹)