

理念不能旧 管理更要新

# 规范管理二手交易平台

本报记者 刘 峤

经历了“双11”的爆买，家里多余的闲置物品往哪儿放？从二手交易平台卖出去，或许是个不错的选择。数据显示，去年，有近8000万中国用户成为线上二手交易平台的消费者，预计今年用户规模将超过1亿人。

在电商巨头的支撑下，蓬勃发展的“二手经济”“闲置经济”成为消费升级的写照。与此同时，二手交易平台的种种问题和陷阱，也让人感慨“套路”之深。平台的健康发展，还有很长的路要走。

## 消费升级助推

“二手经济”，是指消费者通过转售、交换等交易方式处置闲置物品或服务，以获得收益。方兴未艾的“二手经济”正处风口之中，据中国互联网经济研究院的数据显示，截至2017年底，中国闲置物品交易规模已达5000亿元，并以每年30%以上的速度增长。

可观的市场吸引了包括阿里巴巴、腾讯、京东等互联网巨头的抢滩。有研究显示，目前二手交易市场中，几家多环节参与的二手交易平台已基本占据行业头部，流量优势比较明显。除此之外，由于综合业态间相互关联的紧密，一些综合电商的二手交易平台也收获了不少流量。

为何二手交易能够从不起眼的“跳蚤市场”一跃成为一门“大生意”？业内人士称，随着互联网和电商的发展，消费结构的升级带来了存量经济，给二手交易市场提供了成长空间；消费观念的转变则给用户和平台创造了成长机遇。

商务部研究院电子商务研究所所长张莉说，中国的二手交易平台具有一些独有的特点。例如市场活跃度更高，经济体量大；有电商大平台参与，发展空间大；二手商品品类丰富，给消费者提供了更多选择；产业链条长，一体化程度高，物流服务等能够保驾护航。

## 陷阱层出不穷

虽然在网上一手交易的消费者越

来越多，但不少人都曾有过不愉快的经历。货物真假、交易及时性、信用惩罚机制、交易双方信息等方面的“坑”，让二手交易平台时常遭遇消费者质疑。

质量问题是出现最多的场景。与新商品不同，二手交易大多发生在个人与个人之间，对于商品的新旧、好坏等理解不同，存在信息不对称现象。这导致二手交易平台频繁出现真假难辨、以次充好等问题，由此引发的买卖争议也屡见不鲜。在此过程中，平台很难从事中和事后进行监管。

中国人民大学世界经济研究中心研究员赖明明认为，二手市场具有“柠檬市场”特点，即信息不对称，产品的质量拥有比买方更多的信息，这导致交易中容易出现欺诈行为。

与此同时，由二手交易平台引发的诈骗行为频繁出现。不法分子通过冒充客服、发送钓鱼链接等方式，绕开平台进行交易，骗取买家和卖家的“保证金”。日前，有主持人在社交媒体上称自己在二手交易平台遭遇此类骗局，激起了不少网友的共鸣。

专家表示，我国对二手交易没有特殊性的法律规定，由于依据的法律跨度太大，造成执法难度也较大。二手交易平台应该加强对卖家的信用资格的审查审核，如果发生诈骗，平台应协助消费者追回款项，如果无法追回，平台也应对消费者的损失承担连带责任。

## 管理规范出台

有二手交易平台负责人表示，目前消



在闲置物品借享平台上，工作人员将闲置物品情况进行登记后张贴出来方便居民借用。

费者急切需要平台提供居间服务，例如平台在买卖双方交易中提供质量检测、提供统一的价格标准参考以及完善的售后服务等，为消费者提供更好的交易体验、更加信任二手交易。

针对二手交易平台的诸多问题，日前，商务部发布了《互联网旧货交易平台建设及管理规范》公开征求意见稿（下称《规范》）。业内人士称，这一规范有望为二手交易平台套上“紧箍咒”，真正发挥二手交易平台促进资源循环的作用。

在平台建设方面，《规范》从技术性、安全性、功能性和建设机构等方面提出了63条具体要求。其中在旧货质量管理方面，旧货质量鉴定应符合相关规定，宜实行品质分级；经过鉴定，品质达不到相应的强制性国家标准，不得销售；商户对

旧货进行维护、修理、加工、改造、翻新后，应承担其产品质量责任。

在安全性方面，《规范》要求平台应具有数据加密、系统用户认证、基于角色的审计能力；支持对交易状态的监控，支持异常交易的处理；支持对通过网络交易的数据进行数据加密处理；支持以网页提示、短信提醒、邮件提醒等方式对异常情况进行提示。

而在经营活动管理上，平台应对商户的信用情况进行监控与记录，建立并完善网上交易的信用评价体系和交易风险警示机制。应当加强提示，督促站内经营者履行有关法律规定和平台管理制度，增强诚信经营服务意识，倡导良好的经营作风和商业道德，对违法违规经营的站内经营者，平台经营者应暂停或终止其交易。

## 警惕网络抽奖『陷阱』

海外网 栾雨石

日前，有网友发帖称，自己在网上购买某品牌鸡尾酒，有一位自称“客服”的人主动联系他，告知他获得了一张“一等奖”奖券，只需支付邮费和手续费，便可免费获得一部苹果手机。兴奋的该网友在与客服人员沟通后，确信活动是真的，爽快地支付了相关费用。几天后，该网友收到了一个印有苹果标志的手机外壳，这才意识到上当受骗。

临近年终，有许多大品牌、大平台纷纷推出优惠活动，吸引大众眼球。这其中，各式各样的抽奖活动纷纷许下丰厚礼品，备受消费者青睐。可是，总有一些不法平台进行虚假宣传，搞虚假抽奖。由于监管不到位导致相关隐私信息泄露等多方面因素，严重侵害了消费者的合法权益。

面对花样百出的网络抽奖活动，很多人往往都是抱着“参与一下又不吃亏”“正好我有对某些产品的需求”“万一我中大奖了呢”之类的态度。很多不法平台和不法分子正是抓住了人们这种心理，故意设置诸多诱导陷阱，比如赠送一些虚假的优惠券等，骗取消费者上钩。因此，广大网友应树立安全消费理念，不要盲目填写个人信息参与各类抽奖活动，以防“馅饼”变“陷阱”。

然而，需要警惕的是，近年来抽奖的套路越来越多：有的商家提前聘请部分“托儿”，现场参与抽奖活动，给消费者营造门庭若市的氛围；有的公众号为吸引消费者参与，假借其他商家的名义，刻意编造中奖产品，给消费者造成参与活动商家众多、中奖商品琳琅满目的假象；有的商家刻意使用第三方软件，将每一次抽奖的奖项、概率随意进行设置，甚至将“一等奖”的中奖概率设置成零……诸如此类的例子还有很多。

尽管我国已出台相关领域的法律予以惩戒，如《反不正当竞争法》中就规定，经营者不得采用谎称有奖或者故意让内定人员中奖的欺骗方式进行有奖销售，违反者由监督检查部门责令停止违法行为，并处5万元以上50万元以下罚款。但随着互联网技术的飞速发展，违法行为将更为多样化且更具迷惑性、隐蔽性，这就迫切需要出台更为完善的法律法规。同时，相关部门要积极主动作为，进一步消除监管盲区，防止中奖黑幕的出现，依法保护消费者的合法权益。

## 互联网大咖秀



杰夫·劳森：

## 让通信改变生活

海外网 严珊珊

杰夫·劳森是云通信公司 Twilio 的联合创始人兼首席执行官。在加入 Twilio 之前，杰夫就积累了丰富的创业和技术经验，他曾是著名企业 NineStar（纳思达）的联合创始人兼首席技术官，也是亚马逊网络服务的首批产品经理之一。

在底特律长大的杰夫·劳森，从小就展现出非凡的技术特长和企业家才能。12岁时，他就通过制作活动视频成立了第一家公司。从密歇根大学毕业后，他成为了两个男孩的父亲，这时的他，不仅是一名摄影爱好者，还投入了大量的时间研究新的软件和硬件项目。在多年的实践和探索中，杰夫发现即时通讯可以大大地提高人们沟通的效率，而内置于社交软件的通讯设置更让社交变得有趣、高效，于是他带领技术团队开始开发、推广这一通信服务。2008年，杰夫与朋友联合创立了云通信公司 Twilio，该公司致力于帮助开发者在其应用里融入电话、短信等功能，大型社交平台 Twitter（推特）、Facebook（脸书）和 WhatsApp（瓦次普）都是 Twilio 通信服务的客户。

其实，首次将通信引入软件世界的并不是杰夫·劳森，Twilio 的服务也谈不上独一无二，不过，不同于其他公司一次性与大公司签订合作协议并提供整合服务的做法，Twilio 直接提供了任何人都可以使用的 API（应用程序接口），让即时通讯触手可及。杰夫希望，这种便捷的通讯方式能够改善人们的社交状态，真正地改变生活。

不仅如此，杰夫还具有高度的社会责任感。2017年8月，一名美国男子在社交媒体上宣扬种族主义观点，随后开车撞死他人。几天之内，Twilio 的服务条款就改变了，明确禁止将其产品用于仇恨言论、恐吓、煽动针对任何人的暴力，或是对任何人采取带有偏见的行动。“这是一个很容易做出的决定。”杰夫认为，“我们都有责任保证我们不只是在打造一家好公司，而是在建立一个更好的社会。”这位硅谷的首席执行官希望，每一个业界的同行都能拾起自己的社会责任感，让通信技术改变生活的同时，也有助于建立更美好的社会。

# 新技术助力网络视听腾飞

本报记者 孙亚慧

人工智能帮助制片方选出谁是最适合的演员，大数据为用户画像后精准推送广告内容。技术的发展正在网络视听行业中扮演日益重要的角色。对用户来说，未来的网络视听环境或许会向着越来越智能的方向发展，眼前的内容，或许从选角那一刻起，背后就藏着新技术的“大脑”。



2018 中国网络视听新技术与节目展交会，全面展示了网络视听领域的优秀创新成果。

张大大摄(人民图片)

## 技术赋能 AI 选角

今年2月，优酷、天猫等几家平台联合打造了一款街舞选拔类综艺节目，通过人工智能的筛选和评估，并对受众以往观看内容的数据进行分析和对比，节目选出了相关嘉宾做队长。同时，人工智能平台还发现，节目播出中的“临别感言”环节收视率下降明显，节目组便决定减少该环节的比重，更好地优化产品。

由人工智能来选出角色和嘉宾，甚至参与视听行业的节目制作过程，已不鲜见。

在刚刚结束的第六届中国网络视听大会上，爱奇艺创始人龚宇介绍了当前 AI 在爱奇艺节目制作中的广泛应用。从媒资系统到选角、从 IP 评估到动态插帧，AI 都是其中重要辅助，爱奇艺已将人工智能技术贯穿

到平台的创作、生产、分发、播放、变现和交互整个生态环节。

技术的发展不断促进着网络视听产业的变革，海量内容、便捷的信息获取也在重塑着用户的使用习惯，同时，也赋予了用户独一无二的视听体验。如今，愿意为视频内容付费的人逐渐增多，行业竞争愈演愈烈。可以预见的是，人工智能技术会在未来的网络视听产业中发挥更加重要的作用，推动其向纵深发展。

## 数据算法精准推送

利用基于大数据的精准算法，在海量内容中做到为用户“私人定制”，并不是件新鲜事。在几年前这种技术就广泛地运用到了视频网站的内容推荐当中。如今，随着技术发展的不断深入，大数据在视听行业的运用领域日益拓宽。

利用大数据，在网络视听平台精准制定排片，同时，也能够有针对性地来面对用户精准投放广告。比如，如今很多视频网站都纷纷涉水“自制剧”，剧情制作完成后在自家网站上线播放。依靠大数据，网站能够相对准确地把握用户对剧情的偏好和观看习惯，以此来安排剧集更新时间。有些综艺，也依靠算法，获取到了受众画像、年龄分层、学历水平等等，为广告的精准投放筑基。

上海交通大学电子信息与电气工程学院副院长、人工智能研究院副院长王延峰曾在一次论坛中指出，基于算法的推荐系统早已广泛运用于在线视频、在线音乐、电子商务等多个场景中，而个性化技术显著提高了推荐影片的被接受度。显而易见的是，当前数据

和算法能做的已远远超过推荐用户“看什么”的程度，“几点看”、“如何看”、“边看边买”……这些行为也在悄悄被技术的力量所影响着。

## 优化体验前景广阔

技术革命无疑在重塑着用户的视听体验。数据显示，截至2018年6月，中国网络视频用户的规模已达到6.09亿，占网民总数的76%，较2017年底增加3014万。如此庞大的受众背后，是巨大而可观的市场。用技术的进步来优化视听产品的使用体验，有着广阔的发展前景。

中国网络视听节目服务协会常务副秘书长周结指出，随着大数据、人工智能、5G、智能硬件等技术和终端的快速发展，网络视听行业的发展得到强劲助力，并推动视听新媒体进入到全新的发展阶段。同时，网络视听企业也加强了对新技术的投入，应用于内容生产的多个环节。

在未来，技术的发展也会推动整个网络视听行业的全面升级。生产优质内容、留住会员，用技术和硬件相结合，为用户带来更多、更广泛的优质观赏体验。

也有业内人士提醒，要小心技术被“滥用”。用户的观剧习惯是一手数据，若是分发的广告数量过多反而会影响到观赏体验，久而久之用户黏性会降低，得不偿失。同时，过度强调“个性化定制”也有可能落入“信息茧房”，影响用户观赏类别更广泛的视听内容。不过，技术这把“双刃剑”若是用好了，必定会助力视听体验升级。接下来，人工智能也可能在内容的创作、投资和审核、分发营销等方面发挥重要作用。