网上中国

电商法实施 行业更规范

本报记者 王 萌

1月1日起，中国首部电子商务法——《中华人民共和国电子商务法》（以下简称《电商法》）正式实施。新法明确了利用微信朋友圈、网络直播等方式从事商品、服务经营活动的自然人也是电子商务经营者，从事个人代购、微商也须依法办理工商登记取得相关行政许可并依法纳税。根据《电商法》，今后电子商务经营者会受到严格监管。《电商法》的颁布实施，将使得电子商务领域真正实现有法可依，这也意味着过去10年电商野蛮生长时代的结束。

2018年，河北省承德市双桥区政务服务中心为网店经营者、网络代购、微商等推出审核合一、立等可取、半小时之内发放营业执照等便民举措。 资料图片

代购考虑转型

《电商法》的一大焦点，是电商平台内的经营者必须取得营业执照。不论是淘宝网店，还是朋友圈代购，都被界定为电子商务经营者，最直接的影响就是管理成本和税务成本都会直接上升。

《电商法》实施后，过去那些游走于法律、税收灰色地带的代购有何变化？

一名长期做法国巴黎代购的商家告诉记者，去年12月就决定不再接代购单，因为积累了大量的客户资源和店铺资源，准备转为巴黎陪同购买，做好线下服务。此外，不少代购仍在持观望态度，观察政府部门的监管力度如何。此外，还有许多网店店主都已采取应对措施，一些没有执照的网店开始集中申请营业执照。据报道，在杭州“淘宝小镇”，在线申请发放电子营业执照数量已突破2000份。

如今，代购正纷纷考虑转行或转型。专家表示，《电商法》明确规定代购办理主体登记及纳税问题，成本上升后，其优势也会减少。另一方面，业内人士表示，《电商法》的实施虽然会使代购竞争优势减少，但也能淘汰掉行业内不规范的“小代购”，为商家提供更公平公开的竞争环境，有利于市场的良性发展。

浙江工商大学法学院教师王云霞表示，电子商务法的出台在电商蓬勃发展的背景下，对促进电子商务持续健康发展、鼓励创新竞争、加强消费者权益保护等方面都具有重要的积极意义。

良法需落实处

伴随跨境电商发展，代购行业的规模也越来越庞大，并滋生了许多乱象：强制捆绑搭售、退还押金困难、微商假货横行投诉无门……面对目前电子商务领域暴露出的许多问题，《电商法》不失为一剂对症良药。

默认捆绑各类保险、接送机券、酒店优惠券等是在线旅游平台的常见“套路”，但今后这样的“默认勾选”将成为历史。电子商务法规定，电子商务经营者搭售商品或者服务，应当以显著方式提请消费者注意，不得将搭售商品或者服务作为默认同意的选项。

中国消费者协会近期发布报告显示，超七成受访者在电商平台上购买过假货，近一半受访者表示“电商经营者跑路，无法索赔”是维权过程中最常遇到的问题。

针对这种现象，《电商法》明确了电子商务经营者的义务，包括依法取得许可的义务、保障商品或者服务质量安全的义务等；同时还强化了经营者的举证责任，这将为消费者维权提供有力的法律依据。

杭州互联网法院副院长倪德锋表示，电子商务法的颁布实施从一个侧面表明了电子商务领域从快速发展向规范化发展的转变。它的实施可以解决一些案件的司法“困境”。例如此前取证难的问题，一些不利于平台的证据，平台会宣称已经删除，但现在电子商务法明确要求保留相关数据3年。

部分法律人士和专家表示，法律的生命力在于实施。电子商务法是进一步规范电商发展迈出的重要一步，未来仍需要执法、司法部门以良法促善治。《电商法》要落到实处，还有很多工作要做。比如，有关部门根据电子商务发展需要和消费者需求的变化，尽快出台相应的配套法规规章或司法解释，细化相关规定，督促电商经营者及电商平台落实责任，充分保障网络消费者的合法权益。

鼓励走向正轨

近几年，中国对于跨境电商的优惠政策力度越来越大，电商平台上的商品与国外的价差正在逐渐缩小。数据显示，2018年上半年中国跨境进口电商交易规模达1.03万亿元，同比增长19.4%，预计2018年全年将达到1.9万亿元。

《电商法》实施后，是否会影响消费热情和行业发展？在泰国做个人代购的刘女士告诉记者，虽然电子商务法的实施会提高代购成本，但是法律的规范也会让个人业务走向正轨。

许多消费者也认为，代购纳入监管是好事，能够让海淘“有法可依”，不再担心买到假货或售后推卸责任等问题。

专家表示，《电商法》确定了线上线下相统一的规则。它把微商、代购还有通过网络直播进行销售的人群纳入到法律规制的范围之内，严格规定了准入门槛，给消费者带来了更好的消费环境。

倪德锋认为，面对电子商务领域纷繁复杂的业态和技术创新的活力，电子商务法实际上在鼓励自由创新和维护规范有序之间寻求了平衡。法律实施后，很多具体问题需要司法权威判决，发挥案例的指导作用，通过案例为网上行为法律边界提供行为指引、价值导向，让电子商务从业者有更多参考。

海客游

爱丁堡古堡

风笛声中的爱丁堡

海外网 栾雨石

走出火车站，在明信片里见过无数次的城市——爱丁堡就近在眼前了，电影中熟悉的旋律扑面而来。

在这里，几乎每一个角落都能听到悠扬的风笛声。身穿苏格兰格子裙的风笛手引来众多游客驻足侧耳聆听，无一不陶醉其中。不少游客向地上的乐器箱里投入几枚硬币，然后站在风笛手一旁莞尔一笑，相机将这满屏的苏格兰风情永久定格。

如同中国的鼓乐一样，风笛也代表着苏格兰精神，散发着质朴而又纯粹的苏格兰风情。据说，詹姆斯二世在位时，各部落便是靠风笛来联系彼此之间的感情，结合各部族的力量维持其高地的传统势力，以抵抗异族的侵略。而当下，风笛早已升华为苏格兰文化中不可或缺的一部分。

走在爱丁堡的任何一条街道上，都恍若身处中世纪或是老电影里。通往城堡的路因山势要经过漫长的上坡和台阶，周边的建筑经历了时间的洗礼，显得沧桑而凝重，走着走着就能看到它们的屋顶，立体的、有层次感的城市轮廓跃然眼前。那些坐在草坪和长凳上休息的人，脸上洋溢着阳光般的笑容，空气中弥漫着咖啡的香气。吹竹笛的小女孩东张西望，不走心的音符却分外婉转动人，旁边的爷爷演奏着古老的竖琴，如朝露般清澈的音色拨动人们的心弦。

一路走走停停，却不必担心迷路。爱丁堡城堡耸立在死火山岩顶上，俯瞰着整个市区，每一处景色都尽收眼底。该城堡自公元12世纪到16世纪一直是苏格兰皇家城堡，见证了苏格兰的多次战争。悬崖和城堡也许真的是绝配，易守难攻，而爱丁堡无疑是最坚固、最险要、最难攻克的堡垒。古炮、城墙、战争纪念馆、博物馆……游览下来，愈发感受到这座城堡的庄严雄伟。

“需要我帮你们拍一张合影吗？”正当我们举起手机准备与古堡自拍时，一位银发老太太微笑着走来。“那再好不过啦！”欢声笑语中，古堡之游画下了圆满的句号。

古堡下的王子街风景如画，是爱丁堡最为繁华的街道，它将整座城池分为新旧二城，

南面为旧城，北面为新城。如果走累了，爱丁堡有许多充满异域风情的餐馆，是休憩身心的不二选择。

“天上再美的繁星，难以堪及爱丁堡街灯的光晕。”夜幕落下，华灯初上，让人沉醉在一场童话里。

互联网大咖秀

克里斯·迪克森：创业需把握时机

海外网 严珊珊

克里斯·迪克森是美国著名的互联网创业者和天使投资人，他是网站“预感”（Hunch）和创始人风险投资基金（FounderCollective）的联合创始人，曾参与投资了多家科技公司，包括优步、讯佳普等为人熟知的企业。

毕业于美国哥伦比亚大学的克里斯，原本是哲学专业的学生，取得了硕士学位后，他又赴哈佛商学院工商管理学深造，是个名副其实的学霸。离开学校后，年轻的克里斯敢想敢做，抓住了每一次可能成功的机会，从软件程序员到一家网络安全公司的创立者，他只用了不到10年的时间。积攒了一定的经验和资金之后，克里斯在2009年参与创办了让他名声大噪的“预感”，并通过此公司成为了亿贝公司（eBay）早期团队的一员。后来，他又在投资市场兴起时加入风投，参与创立了创始人风险投资基金，且把握住了时机，投资了一批取得丰厚收益的科技企业，为自己的创业之路奠定了坚实的基础。

提到创业，克里斯曾撰文谈到，成功最重要的就是对时机的把握。如果他当初有机会参与知名视频网站优兔（YouTube）的投资，他可能也会错过，因为和很多人一样，他见过不计其数的视频服务公司的失败案例，出于“思维定势”，他不一定敢冒险投资，所以，他认为敢投资优兔的人无疑是把握了时机的智者。

创业为什么会失败？克里斯认为，对时机的误判是很重要的一个原因，“他们当时的想法和产品超前于那个时代，也就是生不逢时。”克里斯说。所以，聪明的创业者要学会对市场做出预估，等到时机成熟后才能一击即中。很多赫赫有名的企业诸如谷歌、脸书等都有很多失败的经历，但他们最后都适时地把握了机会，进而一跃成为业界标杆。

克里斯对想创业的年轻人提出了自己的忠告，他认为，要经常思考“为什么我会取得成功”这个问题，当你的答案是自己选择了正确的时机时，你就真正地掌握了创业的秘诀。所谓万事俱备，只欠东风，就是要有足够的勇气和智慧把握时机，才能尝到创业的硕果。

互联网让文物“活起来”

本报记者 韩维正

如今，各个传统领域凭借着“+互联网”或被“互联网+”，纷纷迎来了自己的“新生”。博物馆也不例外。一直以来，“如何让年轻人对文物感兴趣”，是困扰着全世界博物馆的难题。如今，借助互联网的力量，曾经看上去严肃沉闷的“国宝”，正变得越来越有趣；博物馆里的文物也越来越受到年轻人的欢迎。

互联网助文物“复活”

2018年9月2日晚，一场突如其来的大火席卷了巴西国家博物馆。这幢有着200年历史的古建筑，连同近2000万件文物，一夜之间都变成了废墟。

然而，在大火过去3个月后，谷歌的艺术文化团队却正在试图让这些文物“复活”。如今，在“谷歌街景”中，用户可以通过鼠标或手指的移动来全方位地游览博物馆，也可以放大或缩小文物展品，阅读详细的文字解说，如同身临其境。

这都得益于2016年谷歌同巴西文化部开展的数字化博物馆合作，更具体的说，是得益于互联网的发展与相关技术的进步，如高分辨率摄影、3D（三维）激光扫描、虚拟现实（VR）和增强现实（AR）。数字化博物馆，不仅为游客引入了全新体验，还在人类遭此文化劫难时，帮助人们保护了世界上最珍贵的遗产。

在这一方面，中国也走在世界前列。如今全国大多数博物馆基本实现了互联网全覆盖，并正努力通过互联网、AR、VR等各种新传播渠道讲好文物故事，丰富用户体验，不断拉近文物与人们的距离。日前，上海博物馆举办了《丹青宝筏——董其昌书画艺术大展》，在展厅中设置了数字大屏对重点作品进行高清展示，使观众尽览巨型手卷和立轴的全貌和细节，弥补了其参观效果的局限；针对重要的藏品辨析问题，特设学术探讨和解读专栏，以可视化、可互动的形式将书画辨析研究的过程进行了完整的展示……这些都是数字人文研究手段与博物馆结合的大胆尝试。

博物馆文创成爆款

在刚过去的2018年12月，许多中国女性的朋友圈都被故宫文创推出的六色口红刷了屏。每只口红的外壳上装饰着皇家刺绣、古董家具和仙鹤等图案，其灵感就来自于故宫博物院展出的文物。故宫口红上线仅4天，买家就将10万多只口红抢购一空。这让故宫不再仅仅是历史厚重的博物馆，更成为深受人们喜爱的时髦品牌。

故宫博物院院长单霁翔在2018全球移动互联网大会上进行演讲，讲述故宫借助互联网技术，已打造成全世界最强大的数字博物馆。 资料图片

事实上，这早已不是故宫的文创产品第一次成为“网红”和“爆款”。自2013年起，故宫文创和故宫淘宝就不断开发各类“爆款”文化创意周边产品，如“奉旨旅行”行李牌、“朕就是这样汉子”折扇、朝珠式耳机等，一次次地抓住了年轻人追求独特与个性的心理，每每推出的文创产品均大受欢迎。故宫文创也成为年轻人口中响当当的文创品牌。

2016年5月11日，文化部、国家发展改革委等联合发布了《关于推动文化文物单位文化创意产品开发的若干意见》，推动了博物馆文创的进一步发展。各大博物馆纷纷推出符合自己文化调性、具有自身展品亮点的文化周边产品。比如陕西博物馆“唐妞”公仔、湖南省博物馆马王堆养生枕系列产品、苏州博物馆“文衡山先生手植藤种子”等都深受消费者青睐。2018北京国际文创产品交易会上，首都博物馆为传承清宫技艺之美，开发出“文具系列”、“家居生活系列”和“旅行系列”三个主题的现代衍生品，让人们的生活无时无刻不被这些清宫美物所围绕。

此外，国际著名博物馆的文创产品也开始登陆中国。2018年7月1日，大英博物馆天猫旗舰店正式上线，中国消费者可以通过互联网购买千里之外的博物馆文创产品，这不仅丰富了中国消费者的选择，同时也为国内博物馆做好文创产品的开发提供了借鉴和学习的思路。

挖掘文物背后故事

“文博热”的持续升温，在影视领域也相当明显。2016年，纪录片《我在故宫修文物》在一个聚集“90后”的弹幕视频网站上成为“网红”，并且在豆瓣网上的评分超过了时下大热剧集。2017年，央视打造的文博探索节目《国家宝藏》横空出世，成为现象级综艺，多家博物馆参观人数直线上升。2018年，抖音联合国内七大博物馆制作的《第一届文物戏精大会》H5在朋友圈疯狂刷屏。

对于普通大众来说，简单标注文物的长度、宽度、年代是枯燥无味的，人们真正想知道的是在当时那个时代，这件文物背后发生过的故事。《国家宝藏》正是抓住了观众的这一需求，把古板的文物，变成了感人涕下的光影故事。

在挖掘故事时，人们既要回到过去，又要立足当下。时代正无比呼唤“工匠精神”，而这正好在文物修复师身上得到了完美体现。当文物和文物工作综合的故事与时代精神找到了契合点，就必然能够得到人们的喜爱。

在信息爆炸、各种娱乐技术高度丰富的时代，博物馆之所以能重新“闯”进人们的视线，互联网作为全新的传播手段固然是一个因素，但更重要的还是相关从业者挖掘出了文物背后的故事，这也正是互联网能让文物“活起来”的秘密所在。