



■ 本版撰文 本报记者 高洪艳

新规“伤城” 淘宝遭“网暴”

就在席卷全美的“占领华尔街”抗议活动不断升级,“占领运动”在全球首演的热闹关头,中国网络世界的一场“占领运动”也被中国媒体列入了“震惊中外大事件”的行列。10月11日晚上21时,通过网络通讯工具“YY群”聚集的数千名“淘宝商城小店家”,用狂拍差评拒付等方式,开始有组织地对淘宝商城大卖家进行攻击,导致韩都衣舍、七格格、欧莎、优衣库等知名店铺的正常经营秩序受到严重干扰。交战双方虽然同为淘宝商城“租户”,作为竞争者却也往日无冤近日无仇,实在上升不到“大打出手”的地步。

不过,考虑到前一天,即10月10日,淘宝商城公布的《2012年招商续签及规则调整公告》,明眼人立马察觉出,这是中小卖家们因不满商城规则调整而展开的报复。

淘宝“过河拆桥” 中小卖家“揭竿而起”

淘宝商城发布的这份公告表示,2012年,入驻淘宝商城的卖家每年需交的技术服务年费,从原先的6000元提高至3万元和6万元两个档次,保证金也从此前的1万元提高到5万元、10万元和15万元三档。与费用调整同时实施的是一套“返还制度”。据淘宝商城总裁张勇介绍,只要商家动态服务评分达到4.6分(满分5分),且交易规模达到一定水平,年费将部分或者全部退还商家,这也是新规则的关键所在,即用流量分配机制和经济杠杆等市场手段来引导商家提升商品和服务的质量,让用户享受到更好的购买体验。

“即便年底可以全额返还,对于本就缺少流动资金的中小卖家来说,10多万元的年费和保证金,也足以让商城里的很多店铺关门。”记者在“YY群”联系到的一位网店老板表示,新规不仅让中小卖家感受到了资金上的压力,情感上也非常受伤害。在其看来,淘宝商城在建立之初,中小卖家既捧人场,又捧钱场,居功甚伟。如今,商城做大了,成为了行业龙头,却高喊转型升级,提高收费,实际上是要抬高资金门槛来赶走中小卖家。

也正是此“人一阔,脸就变”之嫌,让中小卖家心生“过河拆桥”之怨,进而实施报复。10月11日晚间,在网络上相互诉苦的中小卖家涌进了韩都衣舍、七格格、欧莎、优衣库等淘宝商城年销售过亿元的大卖家店铺。他们拍下几乎每件货品,付款或选择“货到付款”。当商家们正疑惑要不要发货时,刚刚付款的“亲”们已经在“申请退款”。除了通过这种方式影响商家的退货率,另一个做法就是选择货到付款,等卖家发货后,马上点击确认收货,然后给出0分到1分的差评,拉低其信用。

如此做法直杀得大卖家们纷纷撤下货架上的商品。最先收到“YY群”内卧底的淘宝店小二提示短信的韩都衣舍CEO赵迎光,反应最为迅速,一个小时内,2000多件货品全部亮出“已下架”标签。随后,他在微

博上喊冤:“这些人因商城规则调整而恶意报复,我们作为普通商家,何罪之有?凭什么要砸掉我们1000多口人的饭碗?你们要吃饭,我们也要生存!这是一种非理性的行为,为了中国电子商务的健康发展,韩都衣舍绝不向网络暴力低头!”

12日凌晨,淘宝在官方网站发出紧急公告表示,“因为自身的不满,去攻击别人的店铺,无论从出发点和采取的手段看,都是赤裸裸的流氓暴行”,并称已向警方报案。

在被称为“网络暴力”、“流氓暴行”后,中小卖家的“占领淘宝”行动不断升级。截至记者发稿时,媒体披露的活动参与人数已接近5万,波及数十家网店巨头和淘宝商城旗下的“直通车”、“聚划算”两大板块,千万网友强势围观这一不亚于当日“腾讯大战360”的网络事件。

神秘攻击者只闻其声不见其人

一边是扬言新规不变决不收兵的“反淘宝联盟”,一边是表示坚决捍卫正义谴责暴力的淘宝商城和大卖家,面对剑拔弩张的紧张态势,商务部电子商务和信息化司负责人15日表示,商务部高度关注、重视此事件,已要求有关方面从稳定物价和支持小微企业的高度妥善处理并及时报告情况,希望淘宝商城充分听取各方意见,采取积极行动回应相关商户特别是中小商户合理要求。

15日下午,淘宝商城在官方微博发表公告解释新政,并对近日的攻击大卖家事件的基本信息做出澄清。公告称,外界质疑的新政“仓促执行”和“强拆”的说法失偏颇。淘宝商城从两个半月前就与卖家开始沟通,希望能提前三个月给商家充分的准备和调整的时间。

与此同时,淘宝商城否认了“变相涨价”的说法,称调整不是涨价,每日销售额3000元以上即可返还技术服务费,绝大部分商家可做到;而淘宝商城的交易佣金费率在未来很长时间里面都不会再作调整。

对于媒体报道中提到的“5万多中小卖家围攻大卖家”的说法,淘宝商城也在公告中予以否认。公告表示,淘宝商城目前一共才有5万多名企业商家。“YY群”里聚集5万多名商家“显然是不可能的事情”。对此,有知情人士透露,“YY群”的攻击者仅有很少的淘宝卖家,更多的是从事信用炒作的机构、职业差评师等,因为种种因素被淘宝处罚过的店家也有相当比例,甚至还有抱着看热闹心态聚集的围观者。

记者也了解到,尽管“YY群”执行部总监“阳光”曾对外宣称,要求淘宝商城在15日晚上24时前给这些组织者一个答复,而淘宝商城方面公众与客户沟通部负责人表示:“我们沟通的大门始终敞开着,可惜至今为止,这些所谓的管理层从来没跟我们联络过,我们也不知道他们的身份,是不是卖家,也联系不上。”

编者按:阿里巴巴集团旗下B2C电子商务平台淘宝网10月10日推出《2012年招商续签及规则调整公告》,宣布升级商家管理体系,大幅提升商城店家成本。此举引起部分中小卖家不满,在网上成立“反淘宝联盟”,并对淘宝商城大卖家发起持续大规模的“网络攻击”。

淘宝此番遭遇“网暴”,被业内认为是淘宝商城商业模式明晰化不可避免的成长代价。而为了构建一个成熟的电子商务市场环境,基于信任的契约精神的重要性再次被强调。

该负责人表示,淘宝商城一直和商家有着多种沟通渠道,包括电话、邮件的沟通交流形式,这些渠道也是一直开放和畅通的。而该群组织者迟迟未与淘宝商城联系,不由让人猜想这一组织的真实目的。

品尚红酒淘宝商城的直接业务负责人林先生的发现似乎解开了一些悬疑。据他介绍,从10月12日晚间19时开始,品尚红酒就遭到了大面积的攻击,数十款产品遭遇下架。而后,经过一些特殊的渠道查询发现,攻击品尚红酒的很多人都来自于红酒行业的一些业务负责人,而且规模很大。

快刀斩乱麻难变规则

不管新规提价一事孰是孰非,小商户们的恶意攻击行为实属非理性,淘宝商城的强势回应态度似乎也难以服众。对于这场博弈的结局,接受记者采访的中国科学院研究生院教授、副院长、博士生导师吕本富直言“无法预测”。作为互联网专家的他表示,不外乎三种结果,一是淘宝的技术手段能将恶意购买过滤掉,二是强力部门能找到组织者并采取措施,三是淘宝改变规则。

从冲突爆发后阿里巴巴董事局主席马云的表态来看,规则,似乎改定了。他认为:“今天在中国,做商人难,做诚信商人更难,建立商业信任体系上加难。一生中总有那么一些时刻,我们需要鼓起勇气去做选择。而这些选择不仅不符合常理,违背理性,甚至离经叛道得罪亲友。即便如此,我们可能还会一意孤行!因为我们相信自己的决定,我们做了最该做的事。”

继“一意孤行”的回应之后,马云再次更新微博,“我们不是道德模范,但我们确实想在中国做一家不同的企业。我们全心帮小企业,因为我们懂那种痛。但不是人人从商会挣钱,商业是门严肃的学问。”

淘宝想严肃地做商业,所以在电子商务研究者、知名评论员王斌看来,淘宝商城新规一箭双雕,首先,通过提升各类费用,过滤无能力小卖家,减少假货比例;其次,提升淘宝商城盈利能力,抢占品牌卖家资源,间接对抗同行竞争。这次新规可以说是淘宝采取的一刀切策略,希望快刀斩乱麻,如马云所说,虽然难,但还是要做。

今年6月,淘宝公司分拆为淘宝网、淘宝商城、一淘网三个独立公司。其中,淘宝网延续原有C2C业务,目前还是免费开放,基本上相当于小摊。淘宝商城则致力于打造B2C商务平台,摆的是一个购物中心的架势。

但是,作为淘宝公司忠实买家的记者发现,经过定位划分,目前的淘宝商城虽然大小“品牌旗舰店”林立,但实际上仍然鱼龙混杂,品质并没有真的和淘宝网的商家拉开距离。淘宝网和淘宝商城二者的定位并不清晰,门槛设置从一开始也没有差多少。

此番淘宝商城调整规则的初衷,似乎也是想更好

地提升淘宝商城的品质,与淘宝网区别开来。阿里巴巴集团副总裁陶然便明确表示,消费者的需求标准在不断发展,商家应该跟得上,应该提供高品质的商品和服务。不同的商户可以根据自己的条件选择不同的商业形态。

“很多人可能对淘宝商城和淘宝网这两个品牌的定位发生了一些混淆。淘宝网从来都是创业者的乐园,永远都是中小卖家从无到有的乐园。而淘宝商城在阿里巴巴集团的定位上,从开始就是一个B2C平台,商城必须是一个真正的企业化经营的场所。”总裁张勇对淘宝商城定位的再次强调,似乎让新规提价理由更充分一些。但是,很显然,在低品质要求低进入门槛下“养尊处优”的中小商户,已经很难再从心理上接受涨价的预期了,也才造成了如今的闹剧。

丛林博弈难言契约精神

来自中国互联网信息中心(CNNIC)的数据显示,截至2011年6月底,中国网民规模达到4.85亿人,网络购物使用率提升至35.6%,用户数达到1.6亿人,网购成为目前除微博外用户数增长最快的网络应用项目。

虽然从整体形势看,中国电子商务的生态环境已经过了当初野蛮生长时代,但在互联网业内人士看来,目前,中国的电子商务仍然是一个从立法到运营经验仍然不成熟的市场,处于发展初期的电子商务还像是一个原始丛林。淘宝不成熟,所以淘宝商城定位并不精准,对提价效应的预期不足。商家和买家也不成熟,都在使用最原始的手段维护自身的权利。所以,二者展开了一场丛林色彩浓厚的博弈。

为什么淘宝和中小卖家都喜欢这种快意恩仇,而非契约的解决之道呢?吕本富更深刻地分析指出,这恐怕和中国商业环境中应酬、人脉、关系、背景、潜规则有关。在一种江湖式的商业环境中见招拆招惯了,一方想“金盆洗手”、鸟尽弓藏,另一方就跟“房闹”一样热衷“网闹”,一心把事情搞大再说。只有把事情搞大,就意味着“不稳”,“不稳”就要“维稳”,于是就通过非契约的方法找到了解决之道。他认为,正是这样的非契约精神腐蚀着我们商业环境中必不可少的信任。

