

新闻商务舱

A 超四成消费者不知新法规

虽然距离《电子商务法》的正式实施仅剩三天时间,但令人意外的是,仍有超过四成的网购人群对此一无所知。

在记者发起的微调查中,32位参与回复的受访者中,31人购买过微商销售的商品,22人照顾过海外代购的生意,可见代购和微商的渗透率之高。可对于《电子商务法》,40.6%的人表示闻所未闻。在其他近六成“知道”该法规的受访者中,47.4%的人表示一直有

跟踪关注,52.6%的人只是听说过新法规即将实施,对具体细则并不了解。

中消协的调查报告与记者发起的微调查结果基本匹配。中消协数据显示,57.8%的受访者“知道”《电子商务法》,42.2%的受访者“不知道”。

中消协调查数据还披露称,本次调查有效样本为12196个,其中七成受访者每月网购消费额在300元至2000元之间。有28.9%的受访者今年

“双11”遭遇了商家“砍单”,52.4%的受访者在通过跨境电商购买商品时遇到假货较多或真假混卖问题,70.6%的受访者在电商平台上购买过假货。然而,在购买到假货后,仅有12.1%的消费者成功获赔。

据此,按理说消费者应该非常关心《电子商务法》,但知情者比例低于预期,被认为与普法工作仍有进步空间有关。

…商标课堂…

品牌价值最高标准就是“超值的传说”

市场是海,企业是船,商标是帆。品牌建设的基础包括商标注册,要把品牌价值的美誉度嫁接到商标注册证上,使其成为品牌的符号。毋庸赘言,品牌非常重要,那么,如何打造品牌的核心竞争力呢?在这个辞旧迎新的时刻,本期“仓丰商标课堂”,我们再来聊聊此事。

品牌塑造的过程就是露脸、出丑,乃至发生事故的过程。在此过程中,企业必须要坚信、坚守品牌价值信念,在露脸、出丑,抑或是处理事故中,努力使事故变成故事,并被传说。只有超值才会被传说,而品牌价值的最高标准就是“超值的传说”。所以,包装或被包装,露脸或出丑,都是事故变成故事的品牌成长过程。

谈到品牌,往往会与企业的做大做强联系在一起。事实上,企业做的再强再大,如果没有商标注册证在手,那么,极有可能做不长久,不长久自然就难以成就品牌,不能成为品牌,在市场上就不会有定价权,而没有定价权只靠打价格战,又会进一步加速企业的消亡,导致更难做的长久……当然,也并非只要注册商标在手,就一定能成为品牌。品牌也分三六九等,只有一等品牌才能达到“超值的传说”的最高标准。

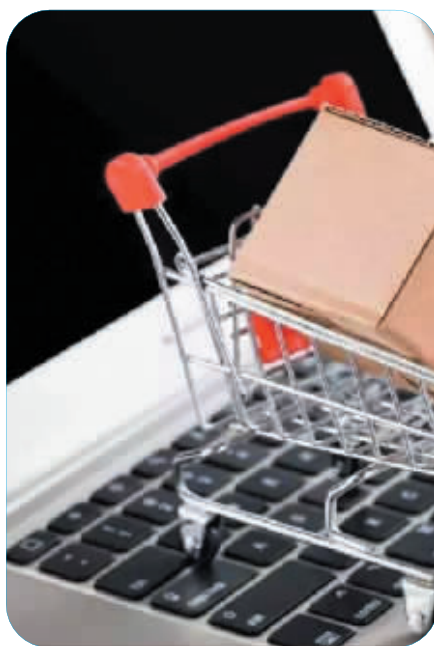
我举一个例子来说明品牌价值的最高标准是“超值的传说”究竟是什么意思:假如你买了一辆雪佛兰汽车,当汽车开到报废之后,你仍会津津乐道,“我这辆雪佛兰是从乔吉拉德手里买的”;当乔吉拉德退休不再卖汽车了,你还可能经常谈起,曾从乔吉拉德手里买过汽车;甚至当你的儿子、孙子在给别人讲故事时,也可能不无炫耀地说,“我爸爸(我爷爷)从乔吉拉德手里买过汽车!”大家之所以反复、且乐于提起乔吉拉德,正因为他是全世界最伟大的推销员,他所保持的全球汽车销售纪录至今无人能破,也就是说,乔吉拉德已经成为一个品牌。从乔吉拉德手里买汽车的意义远大于你买汽车本身的价值,乔吉拉德的牌就是一个“超值的传说”。

我们说品牌是无形资产,无形资产包括知识产权,而知识产权又包括发明专利、实用新型专利、外观设计专利、著作权等等那些摸不着、看不见却能给品牌增光添彩的文化价值元素。实际上,所有申请了保护的发明专利等权利,都有保护时限,只有永远不申请保护但自己又能真正保护好的发明,才能实现永久有效的保护,“商业秘密”就属此类。我们都知道可口可乐是可乐领域中的“世界第一品牌”,120年了,消费者仍不知道可口可乐的配方,假如它公布了配方还可能保住“世界第一品牌”的宝座吗?因此,可口可乐的“商业秘密”就是一个传说,一个“超值的传说”。

文/仓丰

海代 《电子商务法》 喊你办证

随着《电子商务法》正式实施进入倒计时的最后阶段,越来越多的具体细则也抽茧剥丝,逐渐清晰。关于代购、微商未来何去何从从这个备受关注的话题,最新消息显示,2019年1月1日起代购、微商必须持有营业执照。靴子落地后,除了继续忙于日常销售,正名后如何保住江湖地位甚至异军突起,成为眼下相关经营者们心之所系。



B 代购微商得办营业执照了

消费者对《电子商务法》的慢热,与经营主体们的如坐针毡形成了鲜明反差。

几个月以来,做了多年日本代购的江女士高频地对《电子商务法》进行了持续的关注。“每隔一段时间,就会有新的进展曝出来。刚开始是个囫圇框架,后来逐步地发布细则,愈渐清晰。到了临近正式实施这几天,终于确认了代购是需要起执照的,算是预料之中的了。”从刚开始心存侥幸心理,到渐渐地思想上产生认同,江女士表示,现

在她已经接受并认可了代购应该办理营业执照的事实。

江女士将其心理变化的过程分成了三个阶段:首先是刚听说《电子商务法》要实施的消息时,担心管理成本和税务成本上升而导致利润降低;而后考虑到无序的市场竞争有望得到整肃,还有挥之不去的通关“阴影”或将一扫而空,因此又对新规产生了期待;直到当下已经完全接受了即将受到监管的事实,并开始着手筹备下一步的经营计划。

“这几天我找几位开实体店的朋友

聊过,了解一下他们是如何办理营业执照和缴税的。结合我自己的情况,我可能会收回租期即将届满的一间60几平米的公建,开个实体店,用于代购商品的展示,也准备囤些货了。至于是以代购的身份办理营业执照,还是属于实体店那一类的个体工商户,还要等《电子商务法》正式实施后,再去相关部门详细了解细节,再做选择。”江女士认为,新规或掀起一场洗牌的过程,为代购及微商群体架构一个良性的市场环境。

C 新规有松有紧旨在规范市场

下月起实施的《电子商务法》是在今年8月底表决通过的。几个月以来,新商报对该法规的相关进展进行了持续关注。临近正式实施,细则的披露数量及频率均明显增多。

最新消息显示,在跨境电商税收政策调整的部分中,一是将年度交易限值由每人每年20000元提高至26000元;二是将单次交易限值从2000元提高至5000元,同时明确完税价格超过单次交易限值但低于年度交易限值,且订单下仅一件商品时,可以自跨境电

商零售渠道进口,按照货物税率全额征收关税和进口环节增值税、消费税,交易额计入年度交易总额;三是明确已经购买的跨境电商零售进口商品不得进入国内市场再次销售。

上述规则的背后,是扩大了享受税收优惠政策的商品限额,以便于广大居民能够更加便捷地享受更多国外优质商品,满足消费需求的导向,体现了“松”“放”的特点。而新规亦有“紧”“收”的一面,紧和收的是,禁止跨境电商零售进口商品再销售,新规明确指出:“消

费者购买的商品仅限个人自用,不得再次销售。”也就是说,民间代购进口商品将被禁止。

但《电子商务法》的出台并不是要取缔个人代购,而是严格规定了准入门槛。该法规明确规定,2019年1月1日以后,除了法律规定的特殊情况外,代购、微商都必须依法进行登记办理营业执照,否则将面临最高1万元的罚款。《电子商务法》第十一条规定,电子商务经营者应当依法履行纳税义务,并依法享受税收优惠。

记者张婷婷