

## 信用让消费更放心

□孟梅

每年3月15日是“国际消费者权益日”，这一天的目的在于扩大消费者权益保护的宣传，使维护消费者权益运动成为一种全球性的社会现象，促进各国和地区消费者组织之间的合作与交往，在国际范围内更好地保护消费者权益。

今年3·15消费者权益日主题为“信用让消费更放心”。中消协制定的这个主题，是对消费领域信用体系的呼唤，也是对放心消费环境的期盼。在全社会营造重视企业信用、打造企业信用、提升企

业信用的良好风尚，督促企业更加注重产品和服务质量，更加注重保护消费者权益。

信用，无论对一个行业还是一个企业都是不可或缺的无形资产，是一个企业最珍贵的资源、最核心的竞争力，是吸引顾客、赢得市场最有用的法宝之一。信用，是无论是线上线下，标准统一，严格监管。

没有信用，不讲信用，不仅导致社会治理成本和市场交易成本长期居高不下，也蚕食着人

们对社会的信心，对交易的信心，对消费的信心。

加快推进信用建设，建立信用约束机制，不仅是社会治理方式变革的需要，也是改善消费环境、提升消费信心，进一步发挥消费对经济发展基础性作用的需要。

中消协在释义中，解释“信用让消费更放心”内涵几层涵义，一是呼吁加快消费领域信用体系建设，尽快形成公正、科学、公开的信用评价体

系，发挥信用对经营者的激励约束作用；二是倡导经营者依法诚信经营，虚心接受消费者评价意见，尊重和保护消费者的监督权；三是鼓励引导消费者依法主张自身权益，积极行使监督权，主动参与消费后评价，主动投诉、举报失信经营行为；四是发挥消协组织监督职责作用，推动调查体验、比较试验等评价信息及消费者投诉信息与经营者信用评价机制的对接，助力建立消费领域信用体系。

## 2019年3·15封面科技“诚品榜”揭晓 上榜企业APP 款款都是神器

经过一个月的公众投票，3月14日，由封面新闻主办的3·15封面科技“诚品榜”终于决出最后的赢家。用户以手中的投票权作为选择，直指心中最相信的“诚品”。在各类榜单中，哪些企业和品牌会成为最受用户欢迎和信赖的佼佼者？华西都市报、封面新闻逐一为您揭晓。



下载封面新闻APP 浏览最新资讯

### 会买电商榜

随着电商行业的不断壮大，人们的购物习惯悄然发生改变。在电商榜上，老牌巨头阿里巴巴仍旧领先，但竞争者也强势崛起，成为消费者新的“剁手乐园”。

#### 诚品电商奖——天猫

自从马云提出新零售以后，这种全新商业形态已经成为焦点，天猫则是这一焦点最好的诠释者。在2018年，屡创增幅新纪录成为天猫的代名词。双十一的第十个年头当天，就有四个纪录被打破。在天猫的全力辅佐下，阿里巴巴也稳坐国内电商头把交椅。

#### 优品电商奖——苏宁易购

2018年，苏宁逆势而上，其构建的线上和线下互相融合的场景充满优势，日前发布的苏宁

易购2018年度业绩快报显示，2018年苏宁易购营业收入为2453.11亿元，同比增长30.53%。这是在零售业整体增速放缓的背景下，苏宁易购连续两年实现两位数的增长。

#### 特卖电商奖——唯品会

唯品会与“好品牌”合作，通过专业买手团队深入挖掘“好款式”，与品牌建立强供应链“好质量”供货体系，实现货品的“好价格”，最终为平台提供差异化好商品，其特卖回归与好货战略赢得了市场肯定。

### 方便出行榜

对于绝大多数消费者而言，出门就意味着需要选择交通方式。在自家交通工具和公共交通工具之外，互联网出行服务也是很多人的日常通勤选择。

#### 诚品出行奖——滴滴

快车、专车、共享单车基本覆盖了大多数用户的出行需求，或许滴滴出行不是打车价格最低的平台，但凭借着运力规模优势和对于多种出行方式的全面覆盖，滴滴依然是大部分消费者的主要选择。

#### 优品出行奖——首汽约车

获得票数仅次于滴滴出行，当选“优品出行奖”。首汽约车一直在努力尝试将自己的网约车服务拓展到更多的场景中，曾展开多次跨界

合作，先后在摩拜单车、高德地图以及哈啰出行中加入网约车入口，发掘了多个新的打车消费人群，实力不容小觑。

#### 匠心出行奖——哈啰出行

凭借着更好的骑行体验，以及全免押金的策略，哈啰单车早期积累了相当高的人气。在蚂蚁金服的投资下，哈啰单车陆续开展了网约车甚至顺风车业务，成为了互联网出行领域的一匹黑马。“匠心出行奖”对于哈啰出行来说当之无愧。

### 旅行助手榜

长途跋涉有时是为了欣赏外界的美景，有时是为了工作的奔走，这时能提供省心旅行服务的助手，有助于缓解身心的疲劳。

#### 诚品旅行奖——携程

这家老牌在线旅游企业在近20年里积累了庞大的旅游数据，是国内这个行业最有经验的“老司机”，它了解更多人的消费习惯，也为用户提供着越来越丰富的旅行服务。获评“诚品旅行奖”实至名归。

#### 优品旅行奖——美团旅行

旅行市场里的美团旅行算一个成功的挑战者，美团涉足旅行市场并不久，但靠着差异化的市场打法，以及主动拥抱年轻消费群体的品牌策略，迅速在美点评原本就拥有的庞大用户中积累了数量可观的粉丝，因此获评“优品旅行奖”。

### 吃货服务榜

回顾整个本地生活服务领域，2018年从不缺少大事件。4月，阿里95亿美元收购饿了么引发业内轰动，随即，长跑8年的美团终于在港交所敲钟上市。那么，在过去一年，哪些本地服务企业取得不俗的成绩？

#### 诚品吃货奖——美团外卖

2018年，美团总收入652.27亿元，同比增长92.3%，经调整亏损净额85.17亿元，同比增长198.6%。作为支柱的外卖业务，毛利润率提升；一向被认为并不赚钱的酒店业务出现盈利的苗头，美团快熬出头了。

#### 优品吃货奖——饿了么

饿了么加入阿里之后，不仅是手脚放开，战略升级给行业吹来新风。在阿里新零售的协同之下，饿了么已在本地生活服务领域孕育出强大的生态连接潜力和不动摇的升级战略。

#### 好用手机奖——华为

日前，据英国调研机构的数据显示，华为在销量上已连续几个季度超过iPhone，在智能手机出货量整体呈现下滑趋势的背景下，华为2018年全年出货量达到预期的2亿台，市场份额为14.7%，年同比增长33.6%，表现相当抢眼。

#### 新网红饮品奖——瑞幸

从2018年元旦正式进入赛场，到2018的最后一个月完成2亿美元B轮融资，投后估值22亿美元。相比7月进行的2亿美元的A轮融资，瑞幸咖啡的估值增长了一倍多。品牌联动，门店开设速度稳步跟上，瑞幸咖啡的加入，让互联网行业的寒冬涌现了一片热土。

#### 互联网汽车奖——小鹏

在国内互联网圈子摸爬滚打多年的何小鹏深谙中国消费者的习惯，更加难能可贵的是，小鹏汽车并没有被其拿到的高额融资冲昏头脑，依然在稳扎稳打地招募人才，投入研发，并进行门店、充电桩布局，因此获得众多消费者信赖。

#### 优质二手车奖——瓜子

瓜子二手车刚刚获得了软银愿景基金新一轮投资，正在加速进行新技术及研发投入，继续开设线下严选店，并不断优化用户体验，试图在新零售的浪潮中，走出一条属于自己的二手车电商之路。

#### 诚品在线教育奖——VIPKID

凭借优质的师资力量，VIPKID最终获奖。正是靠着精心选拔的北美教师，以及根据美国共同核心州立教育标准自主研发的课件，VIPKID为家长和孩子提供了北美外教1对1的线上优质教学服务，因此深受大家喜爱。

#### 优质在线教育奖——作业帮

截至目前，作业帮用户量突破4亿，为用户提供了直播课堂、在线搜题、作业帮一课等形式，最近，作业帮推出了家长版，瞄准家长辅导、监督学习痛点而颇受欢迎。

华西都市报-封面新闻记者 蔡世奇 欧阳宏宇

## 2019年 3·15封面科技“诚品榜”

### 会买电商榜

- 诚品电商奖：**天猫**
- 优品电商奖：**苏宁易购**
- 特卖电商奖：**唯品会**

### 旅行助手榜

- 诚品旅行奖：**携程**
- 优品旅行奖：**美团旅行**

### 方便出行榜

- 诚品出行奖：**滴滴**
- 优品出行奖：**首汽约车**
- 匠心出行奖：**哈啰出行**

### 吃货服务榜

- 诚品吃货奖：**美团外卖**
- 优品吃货奖：**饿了么**

### 好用手机奖：**华为**

### 新网红饮品奖：**瑞幸**

### 互联网汽车奖：**小鹏**

### 优质二手车奖：**瓜子**

### 诚品在线教育奖：**VIPKID**

### 优质在线教育奖：**作业帮**

制图 杨仕成