

Quality Supervision System of Marketing Individualized Service

—From the Perspective of Law Enforcement Supervision

Yisu Liu, Cheng Jiang

Guangdong University of Finance and Economics, Guangzhou Guangdong
Email: 673765236@qq.com

Received: May 30th, 2018; accepted: Jun. 14th, 2018; published: Jun. 21st, 2018

Abstract

In recent years, private customized storm surges have swept the world, from customizing consumer scenes to customizing goods and services, and customized services are providing consumers with a consumer experience that can't be obtained through online shopping. This private customization is only part of the personalized service. The supervision degree of the complex industrial system of the administrative department is difficult to meet the needs of the scale of personalized service industry, and there is a blind spot for the regulation of personalized service based on small and small individual business households. In order to establish a controllable market management system, the author proposes a personalized service quality supervision and management system from the perspective of law enforcement supervision. The system is defined as: "the quality supervision and management system of individualized service is to register the individualized product trading behavior of sporadic individual business under the individualized economy, encourage the masses to participate in the supervision, and thus create a reputation platform with individual business individual service as the main body, which is an organic unified system of administrative supervision". This paper describes the individualized quality of service supervision and management system as "four steps strategy": first is to formulate relevant laws and regulations for personalized service; second is to establish a perfect and effective registration system; third is to establish and improve the system of appealing and opening; and fourth is to establish a comprehensive reputation evaluation system. The author believes that the system is not an isolated concept, but a complete system operation of a series of administrative measures. After a reasonable publicity and implementation, the desired effect is to guide a large number of people to start using the system and establish a high popularity network quality inspection service platform under the cooperation of the administration and the people, which can show the products and service evaluation of the merchants, the government's examination and evaluation, and so on, to improve the comprehensive reputation of scoring mechanism. On one hand, we can promote the modernization and convenience of government administration. On the other hand, it can provide similar quality inspection public trust platform for more industries in the future, and promote the realization of administrative functions.

Keywords

Marketing Individualized Service, Quality Supervision System of Marketing Individualized Service,

论市场个性化服务的质量监督系统

—基于执法监管视角

刘一粟, 姜澄

广东财经大学, 广东 广州

Email: 673765236@qq.com

收稿日期: 2018年5月30日; 录用日期: 2018年6月14日; 发布日期: 2018年6月21日

摘要

近年来,私人定制的风暴席卷全球,从订制消费场景到定制商品和服务,订制服务正给消费者提供一种通过网络购物无法获得的消费体验。而这种私人订制模式仅为个性化服务的一部分。行政部门对个性化服务这一庞杂的产业体系的监管程度难以达到现在个性化服务产业规模的需要,对小规模的个体工商户为主的个性化服务的监管存在着盲区。为建立可控的市场管理体系,笔者从执法监管的角度提出个性化服务质量监督管理系统。笔者将该系统定义为“个性化服务的质量监督管理体系是在个性化经济下,将零散的个体经营的个性化产品交易行为进行登记,鼓励群众参与监督,从而打造出的一个以个体经营户的个性化服务为主体的信誉平台,将社会监督和行政监督有机统一的系统”。本文将个性化服务质量监督管理系统形容为“四步走战略”,一是对个性化服务制定相应的法律法规,二是建立完善可行有效的登记制度,三是建立和完善申诉开放制度,四是建立综合信誉评价系统。笔者认为该系统不是一个孤立的概念,而是一个相互配合的一系列行政手段的完整体系运作。在合理的宣传和执行后,期望达到的效果是能够引导较大数量的民众开始使用该系统,在行政和民众的配合下建立起一个普及率较高的网络质检服务平台,可以在其上展示商户的产品及服务评价,政府对其的检查评分等,完善综合信誉评分机制。一方面推进政府行政现代化、便利化的发展,一方面可以为将来更多的各种产业提供类似的质检公信平台,推动行政职能实现。

关键词

个性化服务, 市场个性化服务的质量监督系统, 行政监督

Copyright © 2018 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

近年来,民众越来越追求个性化的生活,审视国内外市场的变化,供不应求已经成为历史,微利竞争日趋激烈,量与质的消费时代已悄然离去,个性化消费时代已经到来,需求也越来越多样化。为了满足这种需要,应运而生了大量的个性化服务的产品和服务,比如,cosplay爱好者拍照时使用的特定的服

装道具等, 这是工业化生产难以满足的。

2. 我国市场个性化服务的现状

国务院印发的《中国制造 2025》中指出, 新一代信息技术与制造业深度融合, 正在引发影响深远的产业变革, 形成新的生产方式、产业形态、商业模式和经济增长点[1]。在如今崇尚个性化消费的时代, “你造我买”的传统经营模式已经远远不能适应新经济时代的发展要求, 带有感性色彩的个性消费理念将掀起新经济时代强劲的个性化消费的热潮。但是在个性化服务刚刚兴起, 其在市场尚未规范时存在着监管不全面的问题。注册登记的公司、企业进行定制的业务已经成熟, 但在现今个体经济蓬勃发展下大量出现的个体商户以及利用网络进行营销的个体工商户的商品销售中, 会遇到出现产品质量问题但却投诉无门、无从保障的情况[2]。

个性化产业的新兴时期, 大量的个性化服务面向大众, 且有着越来越兴盛的趋势。中国发改委在《关于印发促进消费带动转型升级行动方案的通知》中提出, “顺应居民消费个性化、多样化发展的大趋势, 以适应居民吃穿用住行和服务性消费为线索, 以拓展和畅通居民消费自由选择渠道为目标, 努力增加高品质商品和服务供给, 进一步完善商贸物流、信息网络等基础设施, 打通物流、信息障碍, 大力加强消费市场信用体系建设, 营造居民愿消费、敢消费的良好环境[3]”。

但是与之相匹配的监管措施和法律规范还没有出台, 尤其是现阶段结合网络的个性化服务如雨后春笋, 但是往往都是以个体经营为主, 没有统一的行业规范, 使得相关的问题也随之出现而难以解决。在多样化商业快速发展的当下, 这个问题应尽快得到解决, 同时也会对将来的越来越多样化的产业发展趋势有指导作用。

3. 个性化服务质量监督管理系统的搭建

笔者提出通过“四步走”的体系建立个性化服务质量监督管理系统。我们将该系统定义为: 个性化服务质量监督管理体系是在个性化经济下, 将零散的个体经营的个性化服务产品交易行为进行登记, 鼓励群众参与监督, 从而打造出的一个以个体经营户的个性化服务为主体的信誉平台, 将群众监督和行政监督有机统一的系统[4]。

3.1. 对个性化服务适用法律做司法解释或法规

目前个性化服务行业还没有形成稳定的行业规则, 因此也很难找到完全适用的法律规制, 具体针对个性化服务的交易, 可能比较适用的法条是《合同法》第二百六十二条: “承揽人交付的工作成果不符合质量要求的, 定作人可以要求承揽人承担修理、重作、减少报酬、赔偿损失等违约责任”。

然而该规定只是明确了交易双方的责任问题, 但是现实中问题的解决并不仅仅是确定了归责问题就足够的了, 我们还需要保障消费者能够在出现质量问题之后第一时间能够找到经营者, 并且能够及时获得行政部门的协调和保护。而由于现在的很多个性化服务是小作坊形式, 并且极多的是网络经营的模式, 仅仅靠网络平台的监管是不够的, 还需要由具体的行政法规或司法解释来进行规制。法规应规定登记、监督和救济的制度, 笔者将在接下来详细介绍。

3.2. 建立完善可行有效的登记制度

由于现在会出现一种情况, 消费者订制商品发现产品有质量问题后, 因为个性化的服务往往不在工商部门商家以不在销售范围为理由拒绝理赔。所以行政部门应该首先建立一个完备的登记制度, 让所有做个性化服务生意的商家在工商部门进行登记, 避免消费者投诉无门的情况。登记制度需要行政部门的引导, 要有足够的资源投入宣传, 同时对部分直接关乎人身安全的行业要强制登记, 随着平台的规模化

和规范化, 又有着政府部门公信力的背书, 当登记成为信誉保障之后就会有商家主动来登记, 从而形成良性的循环。

3.2.1. 登记制度的主体及范围

行使登记职权的行政主体应当是负有质量监管职责的质监部门, 或者行使工商登记职能的工商部门。由于现阶段工商部门已经对大部分营业个体户、企业等进行了工商登记, 所以我们这里所说的登记制度是针对含有个性化服务业务的对象。

工商注册经营范围并未将与“个性化服务”有关的相应业务纳入范围之内。在实际监管中应当增加个性化服务的产品类别, 细化登记的分类。此外, 在登记时可将提供个性化服务产品的商户按经营种类分为必须和非必须, 其中有关食品、医疗、婴幼儿、残障用品等关系到重大人身健康安全的应当规定为未经登记不得经营, 而其他一些对民众人身安全没有直接重大影响种类则不以登记为必要要件。这样的话, 就可以让那些在出现质量问题后亟需有行政部门协助解决纠纷的产品交易也可以得到足够的保障, 能够在违约、侵权等纠纷发生之前就防患于未然。

3.2.2. 登记制度的实施流程

对于各政府工作部门而言, 会存在着部门信息不对等的现象, 这不仅影响了部门的办事效率, 而且也对监督企业产品、消费者投诉等造成了影响。而个性化服务的市场份额小、销售面向人群特定的特点, 使得个性化服务多数是由小规模个体经营, 或者是规范化企业的跨经营范围的“附带业务”。这样的情况会让行政部门原有的登记难以实现有效监管。因此, 笔者提出以下登记制度的完善建议来保证监管的有效实施。

1) 对于还未进行工商注册的个体工商户、小型经营者、合伙企业等, 在工商部门进行工商注册后, 向有关行政部门进行备案登记。备案登记可以减少工商局和质监局之间信息不对等的情况, 在消费者或同行业部门向有关部门进行投诉时, 质监局能够准确地获取登记对象的相关信息, 找到准确的责任主体。

2) 对于已经进行工商登记的公司、企业, 若其经营着跨越其原有经营范围的个性化服务, 可在改变经营范围的基础上, 直接向行政部门进行备案登记。登记制度的实施流程如图 1。

3.3. 建立和完善申诉开放制度

3.3.1. 信息公开

在个性化服务参差不齐的现状下, 要保证消费者能够在订制服务的同时可以做到“货比三家”, 就应当增加消费品质量信息供给, 减少市场信息的不对称。无论是登记制度还有申诉制度我们都将建立起一个跨部门信息系统, 搭建统一的消费品质量信息公共服务平台, 为消费者提供消费品质量监督检查、质量比对、消费警示等产品质量信息, 为消费品生产经营企业提供质量信息数据查询服务。鼓励第三方社会组织提供专业化、个性化和多样化的质量信息服务。

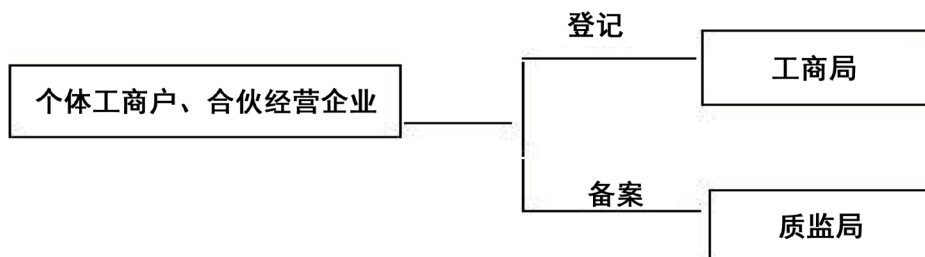


Figure 1. The implementation process of the registration system
图 1. 登记制度的实施流程

3.3.2. 申诉开放制度的运行模式

在《国务院办公厅关于印发消费品标准和质量提升规划(2016~2020年)的通知》中提到：“围绕消费品生产经营企业和消费者质量信息需求，加快建设跨部门、跨行业的消费品质量信息公共服务平台，集成、发布和共享标准、计量、认证认可、检验检测等质量基础信息以及质量监督检查、质量比对等产品质量信息，提高大数据采集和查询服务能力，实现单一要素、单一周期信息服务向‘一站式’信息综合服务转变，消除消费品质量信息孤岛和信息不对称现象，更好地满足消费信息需求”。

在申诉开放制度中，将申诉制度与登记制度相结合，将行政机关、消费者、生产者放在同一体系内进行评价，既提高了政府的办事效率，不同部门之间相互监督，又能够使消费者投诉的信息得到全面的反馈。投诉平台的建立，需要打造足够好的网络平台，或者依靠于微信公众号这样的很大规模的网络平台，平台搭建需要保证平台显示的内容足够丰富，能够为民众提供指导，而这需要行政部门投入很大精力做好初始的登记信息和检查评分，才可以保证有足够的关注，让民众有可信赖的信息查询，对平台有足够的信任度，然后由民众提供足够的评价以促进平台的完善和进步。

消费者在进行个性化服务时遇到质量问题，可以依据相关的证据向质监局提出申诉，由质监局的相关部门对消费者所投诉的商家进一步进行调查取证。若调查结束，事实确凿，通过平台的信息反馈，其注册的工商局可对其进行行政处罚，并且被申诉单位应当承担申诉程序中的一切必要费用；消费者协会向申诉的消费者反馈信息，若造成人身损害的，应当启动维权程序，帮助消费者维护自己的合法权益；被投诉商家所涉及的行业协会，应当在企业信用评级系统中对该商家进行相关的惩罚，如在评价系统中降级等。若调查结束并未出现申诉者所述情况，则应当驳回消费者的申诉请求，由消费者承担启动申诉程序的必要费用。申诉开放制度的实施流程如图2。

3.3.3. 申诉开放制度的标准化

在申诉开放制度中存在的行业协会所参照的评分等级，其所遵循的标准应该是不同于传统行业的评价标准。近几年新型行业的飞速发展使得目前各行业所设定的行业标准过于老旧，难以跟得上时代的发展，而随着互联网+的发展，这些行业标准大部分也已到了淘汰的边缘。

对此，我们应当完善行业标准，追赶潮流变化鼓励标准化专业机构对企业公开的标准开展比对和评价，发布企业标准排行榜。建立实施企业标准领跑者制度，确立该类别产品的领跑企业，并以该企业的产品作为最高标准，再建立分级制，将这个分级评分纳入产品评价中去。以此来培育标准创新型企业，探索建立企业标准化需求的直通车机制。通过支持标准化服务业发展，从而完善企业标准信息公共服务平台，服务大众创业、万众创新。

开展以随机抽查、比对评价为主的企业标准公开事中事后监管，对依据标准生产的产品或提供的服务开展监督检查，并将结果纳入全国企业质量信用档案数据库。在建立起足够规模的标准数据库后，个

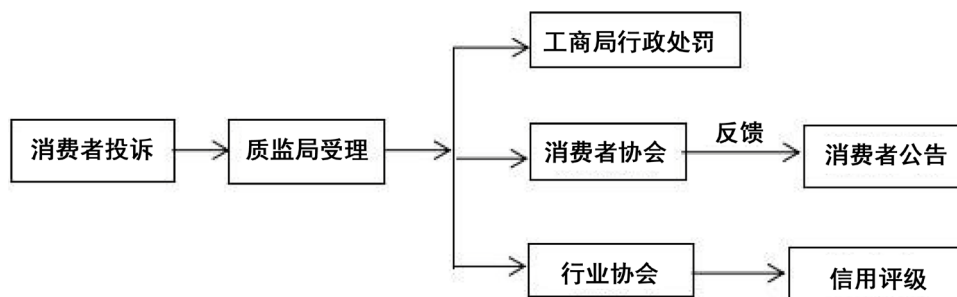


Figure 2. The implementation process of the appeals opening system

图2. 申诉开放制度的实施流程图

性化服务产品质量良莠不齐的缺陷也有了可以评判的标准, 这是现在的放任发展的模式不可能短时间内自发形成的。

3.3.4. 申诉开放制度的运行方式

尽管现在的质量监督已经建立了相关的投诉部门, 并且建立了质量监督的有关网站, 但由于网站的行政主导的特性及其专业性, 其申诉系统需要登录政府专门网站, 不是普通民众熟悉便利的方式, 并没有得到有效、高效的利用。

要保证消费者在出现问题时可以及时投诉, 行政部门可以及时进行救济, 真正的达到“便民、利民”, 那么这个投诉平台最重要的特性应该是群众对其的熟悉和使用的便宜, 这样才能最大程度覆盖在有关的市场行为中。笔者认为应当建立一个消费者可以便利操作的服务平台, 并且要紧跟信息时代的发展趋势。目前来说, 初步可以打造一个手机 APP 平台, 或者通过第三方平台运作(如微信平台中的公众号作为申诉服务的窗口)。

3.4. 建立综合信誉评价系统

根据前文所说的各个环节, 将其结合起来, 将信息在反馈中进行整合, 建立起一个信誉评价系统, 类似于网上交易平台中的店铺评分机制。信誉系统的搭建就是建立在前三步充分完成的基础之上。在后期, 行政部门要做的就是监管好数据, 避免恶意刷评价等行为, 维护好平台的公信力, 长此以往会正向循环, 优质的商家获得较高的评分, 公正的评分带动民众可以更好地选择个性化服务质量高的商家, 对评分的重视促使商家提高服务质量避免消费者的申诉, 从而使得平台成为有效的公众质检查询平台。可以想象, 之后可以将更多的行业质检评分系统逐步加入这个系统之中, 成为一个综合性的质检服务平台。

可以看到, 我们的质检服务平台和现在的大部分网络交易平台都很类似, 但是区别在于, 网络平台的监管不是公权力的保障, 难以确保能够使得不合质量的商家得到合理的制裁。而由行政部门主导的信誉系统有着行政机关的公信力背书, 同时有政府职能保障其监管的公正有效, 这让它能够成为民众所信任的平台。

如前文所述, 行政部门可以建立一个公开面向所有公民的网络平台, 可以让民众对交易过的不良商家进行申诉、举报, 也让所有个性化服务的商家的登记信息可以在这个平台上快速地查到, 并且利用政府的公共渠道宣传鼓励民众使用这个平台, 让人们在想要购买个性化服务产品时第一时间就会想到这个平台, 结合工商、质检部门和民众举报共同构成其商铺信誉评分机制, 使得这个网络平台成为公信力的平台, 并且让个性化服务的交易质量有所保障。

综上所述, 一方面通过相关部门的宣传, 让民众了解并尝试使用这个申诉平台, 通过对民众投诉迅速有力的反馈让民众感受到平台的作用和存在意义, 从而进一步促进民众对平台的使用, 使得平台更加普及、便利; 另一方面, 将平台中收集的信息整合, 结合登记信息建立起评价系统, 其中对于民众投诉而又未登记的将依法取缔、处罚。两部分的结合可以形成正向的反馈, 在国务院消费品标准和质量提升规划的一个周期内形成稳定的生态, 从而推动“中国制造”迈向中高端, 有力推动“中国制造 2025”顺利实施。

4. 个性化服务质量监督管理系统的预期效果

尽管在过去几十年的改革开放历程中, 我国政府治理取得了很大的成绩, 但存在的问题仍然不少。一是尚未建立真正符合市场经济体制的政府管理机制, 政府在某些方面管得还是过多, 在另外一些该政府介入的方面又出现政府缺位。二是由于适应市场经济的相关法律的不健全。三是各级政府事权划分的不合理。事权划分的重叠、职权划分的不清晰[5]。

在合理的宣传和执行后, 期望达到的效果是能够引导较大数量的民众开始使用这个平台, 在行政和民众的配合下建立起一个普及率较高的网络质检服务平台, 可以在其上展示商户的产品及服务评价, 政府对其的检查评分等, 综合得出信誉评分的机制。更加重要的是, 这不仅仅是政府行政现代化、便利化的发展, 也可以为将来更多的各种产业提供类似的质检公信平台, 推动行政职能实现。

参考文献

- [1] 中华人民共和国中央人民政府. 国务院关于印发《中国制造 2025》的通知[EB/OL]. http://www.gov.cn/zhengce/content/2015-05/19/content_9784.htm, 2015-05-08.
- [2] 年双渡. 个性化服务引领全球实体零售新模式[N]. 中国商报, 2016-11-18 (P08).
- [3] 中华人民共和国国家发展和改革委员会. 关于印发促进消费带动转型升级行动方案的通知[EB/OL]. http://www.ndrc.gov.cn/zcfb/zcfbtz/201604/t20160426_799488.html, 2016-04-15.
- [4] Liang, T., Lai, H. and Ku, Y. (2006) Personalized Content Recommendation and User Satisfaction: Theoretical Synthesis and Empirical Findings. *Journal of Management Information Systems*, **23**, 45-70. <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222230303>
- [5] 马东升. 电子政务环境下的个性化服务研究[D]: [博士学位论文]. 武汉: 武汉大学, 2012.

知网检索的两种方式:

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>
下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2160-7311, 即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>
左侧“国际文献总库”进入, 输入文章标题, 即可查询

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>
期刊邮箱: mm@hanspub.org