

Research on the Construction and Application Strategy of E-commerce Credit Mechanisms

Zhiguang Guo¹, Na Zhang²

12.. School of Economics and Management, Beijing Jiaotong University, Beijing, China

1.guozhiguang@vip.sina.com, 2. zhangna@bjtu.edu.cn

Abstract: With the rapid economic development of e-commerce, the defects of credit mechanisms in our country restrict the continued and healthy development of e-commerce. On the basis of research on the definition and construction of credit mechanisms, this article analyses the application situation of credit mechanisms in our country from the three dimensions including formal rules, informal rules and implementing mechanisms. As thus, this article puts forward a development framework of e-commerce credit mechanisms, and then elaborates the definitions and application measures about the components of the framework.

Keywords: e-commerce; credit mechanisms; strategy

电子商务信用机制与构建策略研究

郭志光¹, 张娜²

1. 2. 北京交通大学经济管理学院, 北京, 中国, 100044

1.guozhiguang@vip.sina.com, 2. zhangna@bjtu.edu.cn

摘 要: 随着我国电子商务经济的迅速发展, 信用机制的缺陷已经成为制约我国电子商务持续健康发展的重要瓶颈。本文在深入研究信用机制内涵与构成要素的基础上, 从正式规则、非正式规则和实施机制三个维度对我国电子商务信用机制应用现状进行了分析。在此基础上, 提出“四位一体”的电子商务信用机制发展框架, 并对框架各组成要素的内涵与应用策略进行了探讨和研究。

关键词: 电子商务; 信用机制; 策略

1 引言

随着 Internet 技术日新月异的发展, 网络基础设施建设不断加快, 我国电子商务的发展速度也得到了大幅度的提升。艾瑞咨询统计数据显示, 2010 年 1 季度我国电子商务市场整体交易额规模单季度突破万亿规模。然而, 在我国电子商务经济高速发展的同时, 电子商务交易欺诈问题凸显。315 消费电子投诉网统计数据显示, 2009 年该网站共受理网络购物投诉 21657 宗, 同比增长了 248.58%。进一步说, 在我国实体商务活动中, 即使面对面的交易, 即使有严格的质量监督、财会审计体系, 也不能避免“假、冒、伪、劣”等交易风险的出现。而我国电子商务市场在目前安全技术不高、相关法律体系不健全的情况下, 电子商务交易欺诈发生的机率可能更大, 已逐渐成为制约我国电子商务发展的最大瓶颈。要从根本上解决我国电子商务交易普遍存在的欺诈问题, 关键是要建立有效的、可操作性较强的信用机制。

2 信用机制的内涵与构成分析

市场经济是信用化的商品经济, 信用是市场经济的基础和生命线, 特别是在经济全球化的过程中, 信用是进入国际市场的通行证。在经济领域中, “信用”实际上是指“借”和“贷”的关系, 是指“在一段限定的时间内获得一笔钱的预期”。信用与商品生产、货币经济等范畴紧密相连, 产生于商品货币关系的基础上。因此, 《大英百科全书》把信用解释为: 一方(债权人)供应货币、商品、服务或有价证券, 而另一方(债务人)承诺在将来时间偿还的交易行为。马克思则认为, 信用是价值运动的一种特殊形式, 是以偿还和付息为条件的价值的单方面让渡。信用在现代市场经济中, 不仅是一种道德的精神, 更主要是作为一种经济契约关系, 并通过信用机制建立的商业规范和制度来协调、制约和平衡买卖双方的权利与义务、收益与风险的关系。

将信用作为一种机制、制度来理解认识,是市场经济不断发展、法制化不断完善的必然结果。当从个体出发考虑社会经济活动时,信用机制作为经济道德规范与诚实相联结,并被视为一种基本道德要求和道德规范。个人的经济信用表现为个人在各种经济活动过程中通过诚实信用和自律约束所实现的个人承诺,以及由此获得的社会或群体承认的可信任的经济性人格品德。当从市场出发考虑社会整体经济活动时,就如马克思在《资本论》中提出的,竞争和信用是资本集中的两个最强有力的杠杆。随着资本主义银行的诞生和发展,信用制度不断强化,在社会经济生活中逐渐产生了不可替代的作用。

综上所述,信用机制就是关于信用的制度性框架,其以社会契约的形式保证预期的确定和交易的顺利达成。从构成看,信用机制由正式规则、非正式规则和实施机制这三个基本要素构成。其中,正式规则是信用制度外显的、具有较强约束力的部分,例如法律规范、规章条例以及惩罚机制等保证契约履行的规则;非正式规则是人们对其他人的行为方式的稳定预期,而该预期的形成来源于社会共同认识,例如社会习俗、习惯行为、道德规范、思想信仰和意识形态等都属于非正式规则的范畴;而实施机制是保证前述信用规则能够有效发挥作用的关键,这往往是很多学者在进行研究时所忽视的。

3 我国电子商务信用机制应用现状

电子商务作为一种商业活动,信用机制同样是其存在和发展的基础。在国外发达国家,国家整体的信用机制已经相当完善,为电子商务的健康发展做出有力支撑。我国是一个经济转制型国家,在历史上没有形成过完善的市场经济,而且计划经济的发展使市场经济的发展出现了断裂,造成信用体系不能随市场经济体系的完善而同步发展,相应的电子商务信用机制还相当不完善,处于刚刚起步的阶段。

从正式规则即法律建设层面分析,我国对电子商务信用机制进行规范的立法散见于各个法律法规之中。《中华人民共和国合同法》、《中华人民共和国电子认证服务管理办法》、《中华人民共和国电子签名法》、《计算机信息系统保密管理暂行规定》、《中国互联网络域名注册暂行管理办法》等法律法规对纷繁复杂的电子商务活动做出了规定;而《计算机信息系统安全保护条例》、《计算机信息网络国际联网安

全保护管理办法》等在宏观上为电子商务的安全构筑了框架;但与发达国家相比,尚不足以构成一个完整的法律体系。

从非正式规则来说,一方面社会普遍缺乏现代市场经济条件下的信用意识和信用道德规范,企业和消费者信用意识薄弱,在电子商务交易中的不诚信行为屡见不鲜,交易行为短期化倾向严重。另一方面,电子商务交易过程中的第三方信用中介服务实质上是促使交易方对其他人的信用与行为方式产生稳定预期的重要作用体系。从目前看,我国信用中介服务行业发展滞后,市场化程度较低,信用中介机构的信用资料数据库规模较小,信用信息不完整。同时,我国信用数据建设以政府、银行机构为主,市场开放度低,缺乏企业和个人信息的正常获取和检索途径,从而进一步影响了电子商务信用机制的作用发挥。

从实施机制来看,我国电子商务信用机制在正式规则、非正式规则方面的缺陷,导致其不足以对社会的各种失信行为形成强有力的法律规范和约束,社会上更是缺乏严格的失信惩罚机制,这都为电子商务交易中的欺诈问题的解决增加了难度。

4 我国电子商务信用机制的构建策略

在对我国电子商务信用机制应用现状分析的基础上,基于信用机制的三个基本构成要素,笔者认为应从“四位一体”的框架出发,构建和完善我国的电子商务信用机制,如图1所示。

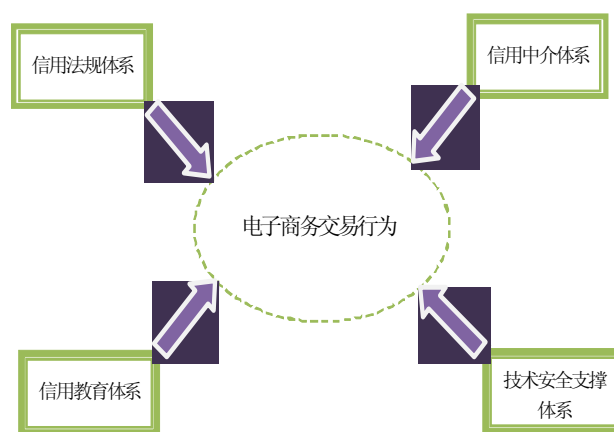


Figure 1. The Components of E-commerce Credit Mechanisms

图 1. 电子商务信用机制构成要素

4.1 信用法规体系

信用法规体系是规范电子商务交易行为、确保信用机制有效执行的最重要的制度保障。在电子商务信用机制中,信用监督和管理的职能应当由政府相关部门、民间团体、协会和专业机构、国际标准化机构来实现,而这套制度需要有完备的法律体系来支持,以监督有关交易主体的信用行为,如促进信用管理相关立法的出台及相应细则不断的完善,监督信用管理行业,使其合理合法地利用征信数据和传播数据,监督交易主体的行为是否合法等。例如,美国颁布的《个人信用保护法》、《信用平等机会法》、《公正贷款对账法》、《个人信用限制计划》等对信用行为做出了明确的规定。因此,我国有关部门应尽快健全电子商务信用的法律法规,使电子商务活动也形成“有法可依,有法必依,执法必严,违法必究”的法治环境,从而规范交易主体的行为,引导电子商务活动向诚信、守法、有序的方向发展。

4.2 信用教育体系

信用教育体系的作用是向信用主体传授信用知识,培养信用意识。在西方发达国家,信用已作为一种商品成为经济实体在市场经济中的通行证,如果某经济实体信用不好、等级较低或不讲信用,最终会被市场经济淘汰出局。要使信用社会的概念深入人心,关键是建立和发展全方位的信用教育体系,即在全社会范围内形成一套信用及信用道德的教育、科研、培训和推广工作体系,这套体系的主要组成部分是各种信用教育中介机构、信用教育网络以及政府、企业或信用中介组织开展的信用教育培训活动等。同时,要进一步发挥以报纸、广播、电视、网络等媒体为主的信用教育舆论导向作用。

4.3 信用中介体系

电子商务信用中介体系是以克服电子虚拟市场的信用障碍和信用风险,提高虚拟市场整体信用信息和诚信意识,形成良好信用文化为主要目标的第三方实体机构的综合体系,主要包括信用征信与评价机构、信用交易保障服务机构等。从国外信用机制的管理机构来看,主要是以市场中的盈利性或非盈利性信用中介机构为主体的。以美国为例,为保证电子交易的安全性和可靠性,在法律框架之外的第三方在线机构超过 50 家,其中最有效的是由第三方担保或监督执行,

以防止买卖双方有欺诈行为的网上认证机构。最典型的如 TRUSTe,作为一家非盈利性机构,其职能是通过改善信息披露机制来建立用户对互联网的信任,其会员通过 TRUSTe 的专用信任标识来增加消费者对在线交易的信任。同时,世界性的权威信用认证及信用评估机构,如标普、穆迪、惠誉等,也都属于第三方中介机构。

在信用中介行为主体方面,我国电子商务信用中介体系应当包括政府、行业协会和信用中介机构,但主要应重点发展信用中介机构,从而提高电子商务信用程度和信用体系的运行效率。同时,政府要大力推动联合征信机制建设,即通过制定有关规则,由第三方中介机构将分散在工商、质检、质监、财政、税务、审计、司法等政府部门、银行等金融部门以及信用中介机构等拥有的企业和个人信用和信誉信息汇集起来,进行加工和储存,建立相对完善的企业和个人信用信息数据库,形成区域性、行业性乃至全国性的资信登记咨询系统,为电子商务提供相关的信息服务。

4.4 技术安全支撑体系

电子商务信用研究的最大特点就是利用计算机以及自动化的方法迅速及时地处理电子商务交易主体活动中的大量信息,并引导电子商务交易主体的行为。电子商务交易主体活动包括交易主体的身份认证、信用申请、在线购物、自动决策和确认、在线订单处理、电子账单呈现和支付、在线服务和争端解决等等。从电子商务交易的行为过程可以看出,所有这些行为并不是孤立实施就可以实现的,而是通过一系列信息技术的支持,使相关的信息快速、准确、高效地传递、加工和处理,最终使得电子商务交易主体的行为和目的相一致。

例如,电子认证系统为电子商务活动交易各方提供数字身份证书服务,确保交易方身份的真实性、有效性,并保证交易信息在存取和传输过程中不被泄漏给非授权人和实体,同时要对交易过程进行记录和监督。电子银行系统为电子商务完成网上电子支付服务,并提供信用保障。在线信用评价及管理系统支持买卖双方在交易完成后进行交易评价,而评价结果作为信用评价的部分数据,反馈到在线信用评估及管理系统,最终成为信用记录。因此,要改变我国电子商务信用机制应用现状,必须不断加强相关网络交易技术安全支撑体系的建设。

References (参考文献)

- [1] Weiying Zhang, Property, Government and Credit Standing.[J]. Shanghai Sdxjoint Publishing Company, 2001
张维迎, 产权、政府与信誉[M], 上海: 三联书店出版社, 2001.
- [2] Hong Li, Commercial Credit and the Development of E-Business[J]. Commercial Research, 2002, (3), p129-132
黎虹, 商业信用与电子商务的发展[J], 商业研究, 2002(3), P129-132.
- [3] Zhiying Sun, Economic Analysis of Credit[J]. Beijing: China City Press, 2002
孙智英, 信用问题的经济学分析[M], 北京: 中国城市出版社, 2002.
- [4] Jingwei Zhang, Research on the Credit Mechanism Structure of E-Business , 2007, (5), p76-79.
张京卫, 电子商务信用机制建设研究[J], 物流科技, 2007, (5), P76-79.