

Credit Problems of Network Economy

Tingting Zeng

Department of Economics and Business Management, Nanfang College of Sun Yat-sen University, Guangzhou
Email: zengtting@163.com

Received: Jun. 5th, 2014; revised: Jun. 25th, 2014; accepted: Jun. 30th, 2014

Copyright © 2014 by author 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

Abstract

There is rapid development of network economy, but the credit problems also become one of the key factors to effect network economy development. Therefore, the purpose of study is to analyze the credit problems during the network economy and propose some suggestions by case study. The results showed that the credit was the guarantee of network economic development, and the optimal decision to maintain sustainable development of network economy. However, we need the government to formulate effective measures and to take strong action with the cooperation of all industries and individuals.

Keywords

Network Economy, Credit, Credit Problems

网络经济下的信用问题研究

曾婷婷

中山大学南方学院经济学与商务管理系, 广州
Email: zengtting@163.com

收稿日期: 2014年6月5日; 修回日期: 2014年6月25日; 录用日期: 2014年6月30日

摘要

在网络经济迅速发展的今天, 信用问题成为阻碍其发展的一个重要因素。文章在大量参考已有相关文献

的基础上,采用案例分析和经验归纳法,探讨网络信用问题产生的原因,并提出相关的解决的方法。研究发现,信用是网络经济发展的保证,是维护网络经济良好发展的最优决策。但这也需要政府制定有效的措施并采取强有力的行动,并需要各个行业以及个人的配合。

关键词

网络经济,信用,信用问题

1. 引言

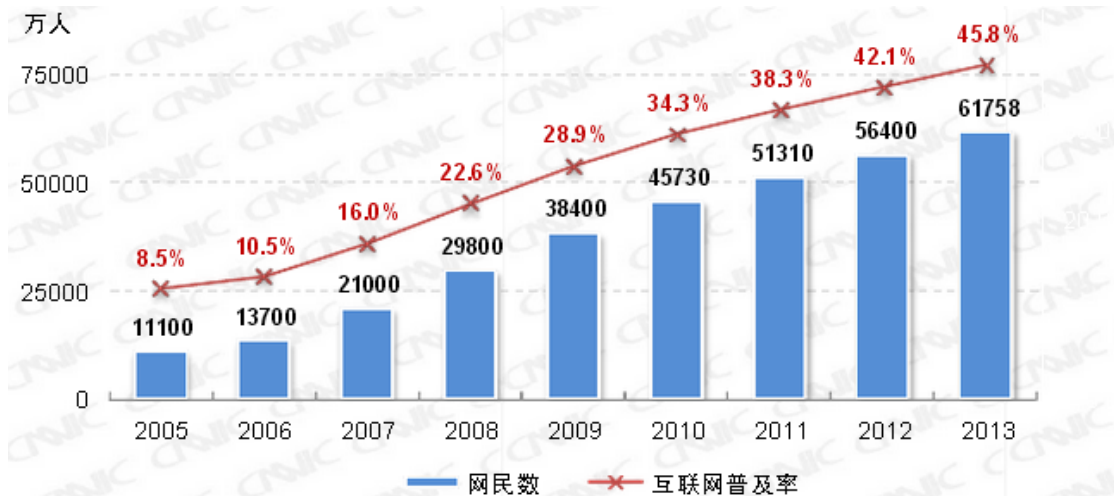
随着网络 and 信息技术持续而快速的发展,网络经济以星火燎原之势发展,它改变了原有传统的社会经济运行结构,同时还改变了人们的价值观、生产方式以及竞争形式。由图 1 可见,截至 2013 年 12 月,我国网民规模达 6.18 亿,全年共计新增网民 5358 万人。互联网普及率为 45.8%,较 2012 年底提升 3.7 个百分点。虽然我国的网民规模不断扩大,互联网普及率也不断提高,但是在网络经济蓬勃发展,给人们带来方便、高效和信息共享的同时,网络信用问题悄然袭来。例如,许多人利用网络进行一系列的欺诈行为,利用网络科技入侵电脑系统进行一系列的商业剽窃活动,以及网络泄密和著作权侵犯等等。网络是一个虚拟的空间,互联网上的任何信息都有可能被别人发布和更改,在没有任何安全和制度保障的情况下,我们是很难去辨别信息的真伪。可见,由于网络的虚拟性、远程性、记录的可更改性、主体的复杂性等自身特征使得网络信用问题更为突出。相对于传统的商业信用,网络经济下的信用显得更为复杂,因此,在各种的冲突矛盾现象和实践中对网络信用体系进行研究,构建和完善网络信用体系对于网络经济的健康发展起着极为重要作用。

2. 相关文献简要回顾

网络经济是一种超越传统经济与市场和企业两分法的复杂的、动态的经济,作为美国“新经济”理论概括的一种社会经济组织形态[1]。而信用问题指的是人们在社会交往或商品交换中因缺乏一定的信任关系,使授信人或受信人到期无法或没有实现承诺从而导致交易成本上升,社会秩序趋于复杂化、混乱化的社会现象[2]。网络经济在发展过程中,信用问题成为阻碍网络经济的一大瓶颈[3]。

国外的网络经济起步比较早,对信用问题的研究相对也早,大多已经建立了完善的社会信用体系。现在更多的是把重点放在了电子商务的信用问题上。Pelaez 和 Novella(2006)阐述了为应对电子商务交易中信用遗失问题构建新的在线交易系统[4]。而 Nick Ryman-Tubb 论述了电子商务的发展对信用评分的影响。他指出信用会随着电子商务的发展而产生改变,也就是说电子商务中的信用可能跟我们社会上的诚信有一定的区别[5]。而信用在电子商务的发展中占据着很重要的地位,是电子商务乃至整个网络经济健康发展的保证。

国内的网络经济起步虽然比国外晚,但其发展迅速。学者和专家们也对网络经济这一新兴的经济产生浓厚的研究兴趣,意识到里面产生的一些信用问题。在电子商务发展过程的不同阶段,诚信问题一直是人们关注的问题,由于诚信体系建设不完善,人们的诚信意识比较薄弱,电子商务发展中存在着各种各样的问题[6]。交易过程中出现的信用问题在交易的买卖双方都有所体现,由于互联网环境的虚拟性特征,买卖双方无法了解对方的真实情况,极容易出现互不信任的问题[7]。可见,大部分学者都已意识到网络经济迅速发展的同时也伴随着信用危机。但是,他们只是把信用问题作为网络经济发展过程中会出现的一个问题,很少对整个网络信用问题产生的原因,造成的影响以及对策进行系统的分析。因此,本文将从国家、行业及个人层面系统全面的分析网络信用问题产生的原因,并以淘宝网为例分析现有网络



资料来源：CNNIC.第33次中国互联网络发展状况统计报告：网民规模
[DB/OL]. <http://www.199it.com/archives/187745.html>

Figure 1. The scale of Chinese internet users and internet penetration
图 1. 中国网民规模及互联网普及率

购物平台信用机制存在的问题，并提出相应的解决对策。

3. 网络经济下信用问题的现状

3.1. 网络经济下存在的信用问题

3.1.1. 网络欺诈

随着网络经济的发展，人们的生活与网络联系越来越密切，网络在提供便利的同时也伴随了各种欺诈。比如，许多的犯罪份子利用网络经济的发达，将带有欺诈性质的邮件以垃圾邮件的形式发送到人们的邮箱，而他们通常会冒充一些可信的机构或者银行，以多种多样的诱惑方式获取他们想要的信息[8]。这当中最常见的就是获奖通知，然后会诱导用户填写相关的获奖信息以获得用户的金融号码和密码，这些资料包括了用户人的姓名，密码，身份证号码以及信用卡等个人信息以窃取用户的资金。然而，对于这种形式的欺诈，人们很难辨别其真伪性，很容易落入对方的陷阱。此外，不法分子也会以建立网页的方式进行欺诈，他们的网页设计一般与银行的交易系统和网上证券交易平台十分相似，从而获得用户的账户信息，然后利用后台的数据库把这些信息存储起来，继而进行资金的窃取。最后就是通过系统升级和补丁程序的安装进行攻击。

3.1.2. 网络泄密

泄密主要是指公民的个人资料的泄漏，包括公民的健康状况、生活经历、婚恋经历、财产情况以及个人日记等方面。但是，在网络经济的时代，公民的个人隐私不可避免的被泄漏出去。因为个人隐私已成为媒体和经济实体可利用的资源，具有了价值。例如，人们在申请邮箱或进行网上购物等之前，网站往往要求申请人提供自己的个人资料，如姓名、性别、年龄、电话号码、家庭住址、身份证号码等等。此外，网站大多都有一个可帮用户记住登录密码的设置，用户下次使用的时不必每次重新输入。也就是说，如果一个网民进行网上购物，它就能记住用户每次购物的内容，这些信息一旦被传播在网络之中，网民就对自己的隐私权失去控制。还有就是一些声称对网络用户资料绝对保密的网站却因为某些利益的驱动，利用的别人的隐私去牟取，使网络上个人的隐私受到侵害。

在网络经济发展的现代，泄漏网民的个人资料被用于商业用途以成为一种新的危害。这种隐私的侵

犯，会使网民产生不安与不信任从而阻碍网络经济的健康发展。

3.1.3. 商业剽窃

网络经济是在计算机技术的基础上发展的，不法分子为获取更多的经济利益，往往会利用各种各样的技术手段。基于信息技术的不断发展，每个公司都会有各自的资料保密系统。用来记录存放重要的商业资料。但是，一家公司可能为得到另外一家公司的资料，通过网络技术入侵对方公司的保密系统进行窃取，有意去剽窃这家公司的创意概念或破坏其商业计划。这些行为都严重危害了网络经济的发展，阻碍了商业健康发展的前进脚步。

3.1.4. 知识产权的侵犯

知识产权是智力创造成果的拥有者，依法享有对其成果的专用权利。但互联网对信息几乎是无限制的免费使用，相应地，实际知识产权的问题也越来越多。例如，一个网站想要在激烈的竞争中脱颖而出，必须尽量地提供比其他网站更加多的信息，从而提高网站的点击率，吸引更多的用户。为此，他们的目标就是搜集尽量多的可以满足网民需要的各种各样的信息。通过传统报刊的文章、热点新闻、电子软件和影视作品等，经扫描或软件转换上传到网络上，继而各个网站间互相的复制。但这些资料的上传大多数并没有获得原作者的同意和许可，即侵犯了他人知识产权。然而，我国的知识产权保护制度不完善，导致被侵权者难以维权。

3.2. 网络经济中电子商务信用机制存在的问题——以淘宝网为例

随着电子商务的发展，网络购物日益兴旺。我国目前 C2C 类型的网站主要有淘宝网、TOM 易趣和拍拍网三家。据中国互联网信息中心 CNNIC 发布发布的《2013 年网购市场发展报告》显示，2013 年交易金额达到了 1.85 万亿元，相较于 2012 年增长了 40.9%。而网购人群数也达到 3.02 亿，较上年增加 5987 万，增长率为 24.7%^[9]。其中，淘宝和天猫的活跃买家数超过 2.31 亿，活跃的卖家数大约为 800 万。由这些买家产生了 50 亿个包裹，占中国当年包裹总量的 54%^[10]。但由于我国在网络信用体系方面不健全，缺乏有效的法律体系和惩罚机制，人们的信用意识又不强，所以网络信用问题已经成为制约网络购物发展的一大瓶颈，越来越受人们的关注，即使占有巨大市场份额的淘宝网站也存在着各种信用机制的问题。

3.2.1. 信息不对称

在网上交易时，卖家和买家并不见面，因此买家对货物的质量和特征只能够根据卖家在网上的对货物所作的描述，以往买家的评论以及自身的判断。这些主观获取信息的方法，将会导致信息不对称问题更为严重。而某些卖家会掩饰商品的瑕疵，夸大商品的功能，以假乱真，但是这一切都是买家不知道的^[11]。另外，网络购物并不是即时完成的，其中还要经过一系列的包括咨询，下单，发货，收货等环节才能够完成交易。从购买商品到真正拿到商品，这当中有一个双方都不能够了解商品情况的时期，道德风险随时会发生，存在这信息的不对称。

3.2.2. 身份认证问题

交易双方的认证是整个信用的基础，如果当中的任何一方信息不真实，就会使得信用没有了真实的载体，很难给予失信者应有的惩处和制裁。淘宝网虽然要求淘宝网的卖家一定要通过身份的验证，但是对于淘宝的买家就没有这方面的要求。买家可以通过任何的身份信息在淘宝进行注册，这样就给买家减小很多麻烦，但也有利于买家做出违约行为，只要换一个帐号(ID)即可再次购物。

3.2.3. 信用评价问题

- 1) 相对简单的信用评价体系

买卖双方的评分都是分为好、中、差三种。其中好评可以加一分，中评不加分，差评扣一分，双方的信用即购买评价分数的累积[12]。此外，买家还有一项权利，就是对卖家店铺的评分，包括4个方面：宝贝与表述相符、卖家的服务态度、卖家的发货速度以及物流公司的服务。按1至5分评分，这当中的物流公司服务并不计入评分。因此，淘宝的评价体系还是较简单。对于不同属性的商品，同一等级的评价所包含的信用是不一样的。比如对于大件的家电买家的一个好评将为卖家带来更加高的信用分值。但是这样对于其他商家而言也是不公平的，即卖家信用值不能真正代表产品的质量和服务，更不能真实的反应卖家真正的信誉。

2) 信用评分是长期的累积评分

信用评分带有很强的主观性，即评分的结果代表性不是很强。因为每个人心目中对产品评价的标准是不同的。正因为如此，导致买家不一定能在好评率高的卖家那里买到自己满意的商品。

3) 评价的真假难以辨别

卖家通常要得到好评才能得到加分从而提高店铺的信誉。好评或者差评都会使店铺的信誉降低，如果遇到这种情况，大多数卖家都会与买家进行协商，直到买家修改评价为止。当遇到不愿意修改评价的买家，卖家就会以恶意评价向淘宝提出投诉。由于投诉程序和处理时间可能比较长，较真的买家很少。最后，投诉便不了了之。

4. 网络经济下信用问题产生的原因

4.1. 国家网络经济信用体系的漏洞

首先，我国现在的市场经济是从计划经济过度而来。在计划经济的年代，经济资源是由政府通过行政命令在各个所属的单位进行配置，在这一过程中，信用只作为一个辅助性手段，所起作用并不大。在实行市场经济后，我国也进行了一系列的信用制度建设，但是在短短的几十年间要建立一个十分完善的信用体系几乎是不可能的[13]。而美国等西方国家，是经过一百多年甚至是几百年的时间，付出了巨大的代价，才能够建立起现在相对完善的社会信用体系。因此，我国现在想要一蹴而就，建立完善的信用机制基本是不可能的事情。正因为我国社会信用体系的不完善，其产生的信用问题也必定会反应在网络经济活动中。再者，网络经济是一种新生的经济发展方式，相应的法律法规要比其发展速度滞后很多。在网络交易方面缺乏明确的法律法规，从而增加了网络经济的风险。再加上人们对网络经济风险的防范意识不强，有关信用的法规又不健全，对失信的行为只能通过《合同法》等相关法规执行，力度不够，针对性不强，不能够很好的使受害人得到合理的赔偿和保护，也就起不到很好的约束作用。

4.2. 网络信息的多样性

由于网络经济是通过网络技术实现的，大多数的交易都是通过网络实现的，因此信用问题显得尤为重要。但是，许多不法分子为了获取利益，随意在网络中散布各种各样的不实消息，如利用高额的奖金或奖品去引诱网民去点击其网页，购买其产品；在网上发布虚假的广告，夸大的产品的功能以及质量等。许多消费者因购买产品与图片或描述不一样而投诉，但是投诉成功的概率几乎是零，因为欺骗者已经关闭服务器，重新建立一个新的网站继续行骗[14]。由于无法确定信息来源的可靠性，网民多数都是靠网上的描述以及自己的判断去衡量信息是否可信。而国家也尚未出台关于网络信用的法律法规，所以很多时候被这些虚假消息欺骗的网民也只能无奈接受。

4.3. 个人道德缺失

网络经济发展给商业带来了多样化的发展形式，引发了一系列的信用问题，而信用问题产生的重要

原因之一便是个人道德的缺失。在传统的交易中，买卖双方最讲究的是信用，信用是保证双方顺利完成的条件，是维系双方长期合作关系的枢纽。但是，在网络经济这个虚拟世界中，信用似乎显得不是那么的重要，因为我国的网络信用制度并不完善。因此，在这个虚拟的世界中，人们逐渐失去了维系人与人之间关系的重要因素——信用。他们会为了利益，做出许多违背信用的行为。例如泄漏对方的资料，侵犯别人的隐私，利用网络黑客入侵被人的系统，窃取或破坏别人的信息等。一旦个人道德缺失，就会做出许多难以预计的破坏网络经济的行为，导致网络经济经营的混乱，那么网络经济信用也将受到破坏，甚至人们可能对网络经济经营活动失去信心。

5. 网络经济下信用问题的解决对策

5.1. 构建和完善网络经济信用体系

相对于传统的经济交易，网络经济由于其虚拟性以及信息不对称性，信用显得尤为重要。但是，由于市场交易中信用问题的爆发，更加突出了网络经济中信用机制的滞后性。正因为缺乏了强有力的约束，导致网络信用问题越来越突出。因此，建立完善的法律是网络信用机制正常运行的有效保证。国家应在现有的市场诚信体系的基础上，根据网络经济的特点，制定出相关约束网络信用的法规。例如，提高失信成本。在交易当中，买家总是敌不过“徒有其表”的卖家的情况。所以在交易中，消费者往往不敢发大交易额。所以，在发生违约等失信行为时，其成本不会太高。建立失信的惩罚机制，正因为现在没有出台相关的惩罚机制，所以人们才会随意做出失信行为[15]。此外，加大推行网络实名制力度，也更加有利于保障网络经济参与人的利益。

5.2. 强化执法的力度

我国的信用发展起步比发达国家要晚，因此国家的信用体系发展程度较低。但在约束社会成员的行为方面国家已出台相关的法律，可在发生某些违法行为的时候，受害人的利益却依然得不到保障。可见，法律缺乏强有力的执行力度。再加上网络经济的特点，更是。对于许多网络失信行为，缺乏监管的力度，相关的法律法规也就形同虚设。因此，要保证网络信用体系的顺利进行，维护网络经济的良好运作，必须要加强网络信用机制的执法力度。

5.3. 加快网络技术的发展

由于网络信息的多样性，针对非法网站、虚假信息、垃圾邮件、传播病毒等等网络不法行为，必须不断进技术革新。如不断升级可有效阻止拦截垃圾邮件，辨别虚假信息的软件，并对公司的系统进行加密升级，维护网络信息的安全，加强信用保证等。

5.4. 加强社会和个人道德建设

现存的信用问题，包括网络欺诈、商业窃取、网络泄密以及知识产权的侵犯等行为其中的一个重要原因即个人道德的缺失。因此，只有普及信用知识，提高人们的信用素质，才能从根源上解决信用缺失问题。政府应通过广告，宣传小册子以及座谈会的方式定期对道德建设进行宣传，加快国家信用体系的建设和发展，这对网络经济信用的维护具有重要意义。

6. 结论

随着网络以及网络经济的发展，网络信用问题也已成为制约网络经济发展的一个重要因素。文章通过对网络信用问题的表现，以及原因分析，探讨了网络信用问题带来的一系列负面问题。然而，由于网络经济是一个新生的事物，依然缺乏这方面的相关法律法规以及惩罚机制。而从网络信用法律的设立到

执行到成熟将是较为漫长的过程，网络信用体系的建设也不可能一蹴而就，更不可能靠某个企业或某个人的力量就能够建立起来，因此，我们必须要靠国家，行业以及个人多方面的合作才能够取得成功。

参考文献 (References)

- [1] 梅丹, 吕洪刚 (2007) 网络经济的伦理探析. 中共杭州市委党校学报, **6**, 71-72.
- [2] 陈洪梅 (2005) 我国网络信用体系建设研究. 武汉大学, 武汉, 7.
- [3] 辛向前 (2002) 网络经济若干理论问题研究. 中共中央党校, 101.
- [4] Pelaez, R.M. and Rico Novella, F.J. (2006) Application of electronic currency on the online payment system like Paypal. IFIP International Federation for Information on Processing, 44-56.
- [5] Rymam-Tubb, N. (2000) Impact of e-commerce on credit scoring. *Credit Control*, **3**, 11-14.
- [6] 孙苓云 (2007) 我国电子商务诚信问题的研究. 中国海洋大学, 青岛市.
- [7] 契娜 (2008) 我国电子支付市场信用问题研究. *电子支付*, **11**, 71-73.
- [8] 许伟平 (2010) 网络经济活动中的道德缺失及其对策研究. 南华大学, 北京.
- [9] 2013 年中国网购市场: 用户破 3 亿交易额近 2 万亿元. <http://www.idcps.com/news/20140422/71969.html>
- [10] 崔西. 阿里数据要点: 2013 年零售交易额 2480 亿美元. <http://tech.sina.com.cn/i/2014-05-07/05349363201.shtml>
- [11] 刘洪芹, 郭妙卿 (2005) 我国市场经济信用问题研究. *辽宁经济*, **12**, 56.
- [12] 李攀 (2009) 电子商务中的信用问题研究. 首都经济贸易大学, 首都.
- [13] 李莺 (2009) 浅议网络信用危机. *中国商界(下半月)*, **1**, 64.
- [14] 连红燕 (2009) 网络信用评价机制绩效分析. 黑龙江对外贸易.
- [15] 卡尔·夏皮罗, 哈尔·瓦里安 (2000) 信息规则. 中国人民大学出版社, 北京, 35-40.