

电子商务环境下诚信文化的缺失及 对策研究

何青华

浙江理工大学, 马克思主义学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2024年3月27日; 录用日期: 2024年4月17日; 发布日期: 2024年5月31日

摘要

在电子商务这一新兴领域中, 诚信文化的缺失是一个亟待解决的问题。加强诚信文化建设是促进我国电子商务健康发展的重要途径。本文旨在深入探讨电子商务环境下诚信文化的缺失现象, 分析其成因, 并在此基础上提出行之有效的对策建议, 试图为构建一个更加健康、公正、透明的电子商务环境提供理论支持和实践指导。

关键词

电子商务环境, 诚信文化, 文化缺失

Research on the Lack of Honest Culture and Its Countermeasures in E-Commerce Environment

Qinghua He

School of Marxism, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: Mar. 27th, 2024; accepted: Apr. 17th, 2024; published: May 31st, 2024

Abstract

In the new field of electronic commerce, the lack of integrity culture is an urgent problem to be solved. Strengthening honesty culture construction is an important way to promote e-commerce development. This paper aims to deeply explore the lack of integrity culture in e-commerce environment, analyze its causes, and put forward effective countermeasures and suggestions on this

basis, trying to provide theoretical support and practical guidance for building a healthier, fairer and more transparent e-commerce environment.

Keywords

Electronic Commerce, Integrity Culture, Cultural Deficiency

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

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



Open Access

1. 引言

在当今时代，电子商务以其独特的便捷性和高效性，已成为推动全球经济发展的重要力量。随着互联网技术的不断进步和普及，电子商务模式不断创新，交易规模迅速扩大，它不仅重塑了传统的商业模式，也在深刻地改变着人们的消费习惯和生活方式，电子商务日益成为居民消费的重要渠道、外贸发展的创新业态、经济增长的关键动力[1]。然而，在这股电子商务浪潮的背后，诚信文化的缺失问题逐渐浮现，成为制约电子商务健康发展的关键因素。

诚信，作为商业活动中的基石，是维护市场秩序、保障交易安全、促进经济繁荣的重要保障。由于经济活动是主体利益与社会伦理统摄下的主体选择活动，当主体选择脱轨于社会伦理和制度约束，以损害他人利益来实现自身利益时，必然导致社会诚信生态的失衡[2]。在电子商务环境下，诚信文化的缺失不仅损害了消费者的利益，也影响了商家的声誉和电子商务平台的公信力。虚假宣传、假冒伪劣商品、隐私泄露、网络诈骗等一系列问题，不仅侵蚀了电子商务的健康发展土壤，也对社会诚信体系构成了严重挑战。

基于此，本文将通过对电子商务环境下诚信文化缺失的深入分析和对策研究，为促进电子商务市场的规范化、法治化发展，保护消费者权益，维护网络空间的诚信秩序，提供有力的理论支撑和实践路径。

2. 电子商务环境下诚信文化缺失的主要表现

在电子商务的蓬勃发展中，诚信文化的重要性日益凸显。然而，现实中的电子商务环境却时常面临着诚信文化的缺失，其通常以多种形式显现：

首先，虚假宣传问题层出不穷。一些电子商务平台上的商家为了吸引消费者，可能会发布夸大或不真实的商品信息，包括商品的性能、产地、成分等，误导消费者的购买决策。当消费者经常在网购过程中遭遇虚假宣传等问题时，他们的不满和失望会逐渐转化为对整个电子商务平台的不信任。其次，商品与描述不符的情况屡见不鲜。消费者在线上看到的是光鲜亮丽的商品图片和详尽的描述，而实际收到的商品却大相径庭，往往导致消费者所希望的“物美价廉”的初衷，在收到商品的一瞬间土崩瓦解，卖家秀成了“东施效颦”，与买家秀大相径庭，有着天壤之别[3]。这种现象在服装、电子产品等领域尤为常见。再者，售后服务的不到位也是诚信缺失的体现。部分商家在商品售出后，对于消费者的咨询和投诉响应缓慢或不予理睬，导致其在遇到问题时，往往难以得到及时有效的解决方案，消费者权益得不到有效保障。此外，用户隐私泄露风险日益严重。随着电子商务活动的增加，用户个人信息的收集和使用变得普遍，但一些电子商务平台未能妥善保护消费者的个人信息，信息泄露和滥用的情况时有发生，严重侵害了消费者的隐私权。最后，恶意评价和刷单行为较为普遍。为了提高商品排名和销量，一些商家可

能会采取刷单、虚假评价等不正当手段，从而破坏并违背了电子商务平台的评价体系及准则。

3. 电子商务环境下诚信文化缺失的原因分析

诚信文化的缺失并非无源之水，其背后有着复杂的社会、经济、文化等因素。

3.1. 法律法规的不完善

作为顶层设计，制度的建设对于电子商务领域诚信体系的发展起着指导作用[4]。在电子商务领域，相关的法律法规尚处于发展阶段，相对滞后，存在不完善、不全面的方面，无形中为诚信文化的缺失提供了法律空间。例如，对于网络欺诈、虚假宣传等行为的规范界定和处罚力度不足；对于电子合同的合法性和有效性往往难以确认，给司法实践带来很大困难；对于“网络爬虫”的定义和法律地位，以及数据隐私的保护等问题，现有的法律规范很难给出清晰的答案，缺乏相应的制度参照坐标。经济学中的“理性人”假设认为，每一个从事经济活动的人所采取的经济行为都是力图以自己的最小经济代价去获得自己的最大经济利益。因此在利益的驱动下，部分商家总是尽可能地寻找可乘之机。长期下去，法律纠纷也会随之上升，这不仅增加了商家的运营成本，也加大了司法机关的工作压力。

3.2. 监管机制的缺失

由于受到网络技术的限制以及电子商务的跨界性和复杂性，传统的监管手段难以适应新的商业模式，导致监管漏洞频出。在电子商务的实际实施阶段，对诚信缺失行为难以真正执行有力的监督计划，更没有形成一套行之有效的预防机制和惩罚措施，致使电子商务失信行为难以得到应有的制裁，这无疑在一定程度上纵容了电子商务失信行为的泛滥。这种现象会破坏消费者信任，降低消费者参与电子商务的积极性，从而影响整个电子商务市场的健康发展。在这样一个缺失诚信而又缺乏监管的环境中，商家可能更倾向于通过模仿和欺诈来获取利润，而不是通过创新来提升竞争力。这种短视行为会抑制行业的创新活力，阻碍电子商务技术的进一步发展。可见监管不足易于导致一些电子商务平台和经营者可能忽视消费者权益，采取不诚信手段获取不正当利益。

3.3. 电子商务平台准入门槛较低

随着电子商务行业的蓬勃发展，吸引了大量创业者进入这一领域。然而，由于电子商务平台的准入门槛相对较低，很多不法分子和不良商家也得以轻易进入市场，使得电子商务市场鱼龙混杂，从而滋生了一系列诚信问题。首先，创业成本低。相比传统实体店，开设电子商务店铺所需的成本大大降低。虽然需要支付一定的平台费用和宣传费用，但相对于传统实体店的租金、装修、人工等高昂成本，电子商务平台的开店成本更为低廉，吸引了大量创业者和商家进入市场。其次，经营成本低。电子商务平台提供了便利的线上交易环境，减少了传统零售业务中的很多中间环节，降低了物流、人工和库存等成本。这使得一些不法商家可以通过压低产品质量、偷工减料等手段来降低成本，获得不正当的竞争优势。最后，从业人员资质要求低。相对来说，电子商务从业人员无需具备丰富的行业经验和专业知识，也无需经过严格的资质审核和认证程序。一定程度上说，低准入门槛也给了一些不法分子可乘之机，他们利用平台的匿名性和监管漏洞进行欺诈活动，进而影响整个电子商务环境的诚信氛围。

3.4. 经营者道德水平良莠不齐

从伦理学角度看，社会诚信体系的不健全以及个体道德责任感普遍淡化，是导致电子商务环境下诚信文化缺失的重要原因。自古以来，“无奸不商”的观念在人们的思想中根深蒂固，电子商务参与者的诚信观念、规则意识还很淡薄[5]。一些商家为了追求利润最大化，不惜牺牲诚信原则，采取不正当竞争

手段，如欺诈、偷税漏税、虚假宣传等不端行为，损害消费者权益，破坏市场秩序，导致消费者信任度下降。这种不良行为甚至会影响整个电子商务生态系统的健康发展，让消费者望而却步，也会间接影响其他商家的声誉和信誉，导致不公平竞争。在缺乏诚信的环境中，那些遵守规则、注重质量的商家可能会因为成本较高而处于不利地位，而那些采取欺诈手段的商家却可能因为短期利益而获得不正当竞争优势。这种“逆向激励”会扭曲市场机制，损害整个行业的健康发展。

3.5. 消费者自身权益保护意识薄弱

在电子商务发展过程中，因为电子商务自身的特性，消费者处于不利地位[6]。在信息不对称的市场中，消费者往往难以辨别商品的真实信息，加之维权成本较高，使得他们在面对诚信问题时常常选择忍气吞声，不会积极地识别和抵制商家的失信行为。消费者维权意识薄弱不仅直接关系到其个人利益的实现，也间接影响着整个电子商务市场的诚信建设。如果消费者对自身权益保护意识不强，商家和平台倾向于采取不诚信营销手段的概率便会增加，而且还可能形成一种错误的市场信号，即市场对不诚信行为有一定的容忍度。长此以往，这种市场环境可能会吸引更多追求短期利益的商家加入，市场环境将进一步恶化，并影响其他诚信经营者的正常竞争。

4. 电子商务环境下优化诚信文化建设的实践对策

在电子商务的浪潮中，诚信文化建设是确保行业健康发展的关键。面对当前电子商务领域诚信文化缺失的现状，必须采取有力措施，从多个层面入手，共同构建一个诚信、透明、公平的电子商务环境。

4.1. 完善法律法规体系

法律是维护市场秩序的基石。为了解决法律法规不完善的问题，建设电子商务诚信文化，首先需要加强立法工作，制定和修订一系列与电子商务相关的法律法规。这包括但不限于《电子商务法》《消费者权益保护法》《网络安全法》等，明确电子商务活动中各方的权利和义务，确保电子商务活动有法可依、有法必依。首先，明确权责界限。法律法规应明确电子商务平台、商家和消费者的权利与义务，特别是对于平台的责任界定，要明确其在商品质量、交易安全、信息保护等方面的法定职责。例如，欧盟的《一般数据保护条例》(GDPR)就对用户隐私保护提出了严格要求，对于违反规定的企业可处以高达全球年营业额4%的罚款，这种严厉的法律制裁有效提升了企业对用户隐私保护的重视。其次，强化法律执行。加强法律执行力度，对违法行为进行严厉打击，提高违法成本，形成有效的法律威慑力。积极推行经济活动实名制，形成对诚信体系的强势束缚合力，健全合法财产诚信申报制度等[7]。最后，完善纠纷解决机制。建立和完善电子商务纠纷的在线解决机制，提供快速、便捷、低成本的纠纷处理途径，保护消费者和商家的合法权益。

4.2. 建立健全监管机制

有了完善的法律法规，还需要构建一个全面、高效的电子商务监管体系。首先，建立跨部门协同监管机制。推动工商、市场监管、公安、税务等部门之间的信息共享和协同合作，形成联动监管格局，加强对电子商务平台的监管，确保所有商业行为都在法律框架内进行。其次，建立健全的投诉和举报机制，对消费者反映的问题及时响应和处理。定期对电子商务企业进行审查，对违规企业予以处罚，致力于有效维护市场的公平竞争。此外，利用新兴技术手段进行监管。紧跟科技发展潮流，运用大数据分析、人工智能等现代信息技术手段，提高监管效率和精准度，实现对电子商务活动的实时监控。例如，京东利用大数据技术建立了“京东智臻链”平台，通过区块链技术确保商品信息的真实性和可追溯性。最后，强化行业自律集体意识。鼓励和支持电子商务商会等组织建立行业自律机制，制定行业标准和行为准则，

引导商家诚信经营。例如，世界贸易组织(WTO)的电子商务谈判就旨在制定全球电子商务的共同规则，促进国际贸易的便利化和透明化。

4.3. 提高电子商务平台准入门槛

为了解决平台准入门槛较低的问题，应提高平台的设立和管理标准。第一，完善平台准入标准。制定更为严格的电子商务平台准入标准，包括本金要求、技术能力、信息安全保障措施、售后服务体系等方面。这些标准应当能够确保经营者具备基本的运营能力和风险控制能力，从而为消费者提供安全、可靠的电子商务环境。第二，实施资质审查制度。对申请设立电子商务平台的企业进行严格的资质审核，确保其具备一定的资金实力、技术能力和管理水平。审查内容不仅包括企业的注册资本、经营范围、法人资质等基本信息，还应包括企业的信用记录、违法违规历史等。通过资质审查，筛选出真正有能力、有信誉运营电子商务平台的企业。第三，建立风险保证金制度。要求电子商务经营者缴纳一定数额的风险保证金，用于处理消费者投诉、退换货等问题。风险保证金的数额可以根据平台的规模、交易额等因素确定，以此作为平台诚信经营的一种保障。第四，提供持续的监管和培训。对于已经准入的经营者，监管部门应提供持续的监管和培训服务。通过定期的检查、评估和培训，帮助平台不断提升服务质量，增强风险防控能力。

4.4. 提升经营者道德水平

经营者是电子商务诚信文化建设的主体。首先，加强电子商务伦理道德教育。电子商务伦理道德包括互利互惠、以诚相待、杜绝欺诈、维护网络安全等，是传统商业伦理的扩充与发展，它对于电子商务的规范化运作和健康发展起着至关重要的作用。通过行业协会、商会等组织，开展电子商务法律法规和职业道德教育，提高电子商务主体的法律意识和道德水平，自觉遵守法律法规，坚持诚信经营，树立长远发展的理念。其次，建立内部诚信管理体系。对员工进行诚信教育和培训，提升整体的诚信意识和水平。例如，阿里巴巴集团推出了“诚信保障计划”，通过严格的商家准入机制和质量控制体系，提高了平台上商家的诚信度。电子商务平台要规范商户的信誉等级评判标准，建立完善的信誉等级评价体系，以避免劣币驱逐良币的现象发生[8]。最后，实施信用奖惩机制。电子商务平台上商户信誉的积累有利于吸引更多的买家并取得更大的利润[9]。对于存在欺诈、虚假宣传等不诚信行为的商家，依法进行处罚，并在信用平台上进行公示，降低信誉评级，形成失信惩戒机制。对于诚信经营的商家，可以通过给予税收减免、优先参与政府采购等激励措施，鼓励商家树立良好的品牌形象。平台企业积极落实主体责任，在算法规则制定、数据收集和挖掘利用、商业合作等环节加强自律和管理，坚持合法规范经营[10]。

4.5. 增强消费者权益保护意识

消费者是电子商务交易的另一方，针对消费者权益保护意识薄弱的问题，需要加强消费者教育和权益保护工作，这是构建诚信文化的重要环节。首先，加强消费者权益知识普及力度。政府和电子商务平台应提供更多的消费者教育资源，通过媒体、网络等渠道，普及消费者权益保护的相关知识，提高消费者的法律意识和自我保护能力。其次，建立便捷的投诉渠道。设立统一的消费者投诉热线和网络平台，简化投诉与维权流程，降低消费者的维权成本，为消费者提供便捷的维权途径，确保消费者在权益受损时能够得到及时有效的帮助。亚马逊的“A-to-Z Guarantee”计划就为消费者提供了强有力的保障，确保消费者在购买商品时的权益不受侵害。最后，完善法律援助服务。建立在线法律咨询平台，对于消费者在维权过程中遇到的困难，提供便捷的法律援助和咨询服务，帮助消费者了解权益和法律责任，降低消费者的维权成本。通过专业法律援助团队协助调解和解决纠纷，增强交易安全感，促进诚信文化建设，

提升电子商务环境的公平、透明和稳定性。

5. 结语

电子商务的迅猛发展已经重塑了全球商业格局，而诚信文化建设则是确保这一模式可持续发展的关键，需要法律、监管、技术、教育等多方面的协同努力。通过完善法律法规体系、建立健全监管机制、提高电子商务平台准入门槛、提升经营者道德水平、增强消费者权益保护意识等，可以逐步构建一个健康、有序、诚信的电子商务环境，为消费者、商家乃至整个社会带来长远的利益。

参考文献

- [1] 任贤良. 加强电子商务诚信建设助力平台经济发展[J]. 传媒, 2021(18): 1.
- [2] 王银枝, 仲伟霞. 平台型电子商务诚信生态失衡及其治理[J]. 学习论坛, 2020(9): 92-96. <https://doi.org/10.16133/j.cnki.xxlt.2020.09.012>
- [3] 娄迎军. 新形势下电子商务 C2C 模式交易诚信问题的博弈分析与应对[J]. 生产力研究, 2018(3): 18-22+28. <https://doi.org/10.19374/j.cnki.14-1145/f.2018.03.004>
- [4] 唐成芳. 我国电子商务领域的诚信体系建设研究[D]: [硕士学位论文]. 广州: 暨南大学, 2018.
- [5] 蒋宏大. 论电子商务诚信道德环境[J]. 江苏商论, 2010(7): 46-48. <https://doi.org/10.13395/j.cnki.issn.1009-0061.2010.07.037>
- [6] 戴洪岩. 我国电子商务诚信问题研究[D]: [硕士学位论文]. 长春: 吉林财经大学, 2018.
- [7] 韩雪, 袁岚, 刘光龙. 浅析电子商务经营者实名制对电子商务诚信体系建设的作用[J]. 中国标准化, 2019(5): 64-69.
- [8] 卢金荣, 李意. 电子商务平台交易双方信任问题的博弈分析[J]. 西南石油大学学报(社会科学版), 2019, 21(1): 14-20.
- [9] Cotitt, B.J., Thanasankit, T. and Yi, H. (2003) Trust and E-Commerce: A Study of Consumer Perceptions. *Electronic Commerce Research and Applications*, 2, 203-215. [https://doi.org/10.1016/S1567-4223\(03\)00024-3](https://doi.org/10.1016/S1567-4223(03)00024-3)
- [10] 李秦梓. 聚焦“大数据杀熟”维护数字经济诚信[J]. 互联网天地, 2018(8): 55-57.