2006年行业新闻之各大网站斗法交易欺诈 PDF转换可能丢失 图片或格式,建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/63/2021_2022_2006_E5_B9_B 4 E8 A1 8C c40 63855.htm "我们的性质是就像'足球场' ,至于是否踢假球,这不是我们所应负责的! "慧聪网首席 执行官郭凡生的观点具有一定的代表性,他对《财经时报》 明确表示,电子商务网站仅仅是一个平台,在这个平台上产 生的交易纠纷应该由政府相关部门去解决。 在郭凡生看来, 目前的电子商务交易纠纷中,普遍存在"政府管理缺位"现 象。 实际上,中国社会诚信体系的缺失已是业界共识。如何 在这种恶劣环境下建立一种民间的诚信体系?在过去几年里 , 包括阿里巴巴、慧聪、淘宝、易趣、当当等在内的各类电 子商务网站,都在以各自的方式进行摸索。 各显神通 为了吸 引更多人气,抢占电子商务更多市场空间,各大电子商务网 站可谓八仙过海,各显神通。为了保障各自平台的安全性, 他们几乎想尽了一切办法。 在C2C交易领域,淘宝网和易趣 所建立的诚信机制可圈可点。 据阿里巴巴集团公关部陶然介 绍,淘宝网则从机制、技术、管理三个层面着手保证交易的 可靠性。 机制上采取了三点:一是用支付宝实现交易流程; 二是推出"你敢付,我敢赔"的全额赔付制度;三是对用户 信用记录,包括卖家注册实名认证,淘宝联合国家公安部身 份证认证中心,要求每一位淘宝卖家都必须经过身份证及固 定电话双重认证。 在技术上主要是两点:一是提供安全控件 , 防止黑客利用木马盗用会员账号; 二是任何资金动用都会 短信通知用户,确保会员资金安全。 在管理上,淘宝网设立 了网络安全稽查机构,一旦发现网络交易欺诈等犯罪行为,

淘宝网将配合公安网监部门追查到底。 淘宝的老对手易趣也不甘落后。据悉,易趣除提供交易工具"安付通"外,也同样实行了卖家实名认证服务,要求每个卖家都必须通过认证。 100Test 下载频道开通,各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com