

C2C电子商务体系现状与风险防范电子商务师考试 PDF转换
可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/645/2021_2022_C2C_E7_94_B5_E5_AD_90_E5_c40_645131.htm 一、C2C模式交易的风险性

C2C是成熟的电子商务交易模式，但网络的虚拟性增加了网络购物的风险。信息可分为私有信息与共同知识两种类型，而两种信息所占比例则存在动态关系。在传统商业模式中，无论企业还是客户，他们之间的交易都是基于传统的交易渠道。如，零售模式，该模式具有交易周期长、交易成本高等特点。而基于以往对电子商务应用的评价主要围绕其交易的跨地域性、周期短、交易成本低等特点，许多学者总是将电子商务产生的交易风险归结于法律法规的不完善或监管不力等因素，但却忽略了电子商务交易风险的必然性。从委托代理关系分析，C2C交易的双方都属于契约关系，委托人通过网络不可能证实代理人的真实身份或意图，至少委托人需要花一定的成本去证实代理人的行为。如果证实代理人的成本较高，那么代理人将会受到严格的监督，只要其违背契约，委托人会很容易识破其意图。然而，电子商务交易通常被认为是低成本交易，由于其交易成本低，通过电子商务交易的商品价格也随之下降，因此，电子商务交易成为一种新的交易模式。如果委托人监视代理人的成本有所提高，那么代理人的行为会按照契约所规定的执行，但这违背了电子商务存在的价值，监督成本会直接提高商品的交易价格。实际上，在这种情况下，电子商务交易模式与传统交易模式是没有差异的。当委托人为了降低电子商务交易成本而放松对委托人的监管，虽然降低了交易价格，但却直接增加了交易的风险

，因为代理人违背契约的成本会低于其违背契约所获得的收益，这就形成了“道德风险”。因此，可以认为，在电子商务环境中，个人或企业的私有信息所占比例有所提高，已超过共同知识所占信息比例，在没有监督的情况下，其交易风险必然增加。

二、C2C电子商务平台信用体系现状 为增强消费者的购物信心，C2C网站平台要求卖家通过身份认证才能出售商品，从而增加卖家的责任。同时，C2C网站平台设置消费者对卖家的信用评价等级证明卖家及其商品的可靠性。其具体措施如下：一是实行消费者信用评级。信用评级，是指消费者在交易完成后评价卖家提供服务的质量的等级。信用级别与交易量成正相关关系，信用级别越高，表示这个C2C电子零售商的信誉度越高，是值得信赖的商家，消费者可放心购买这个商家销售的物品。信用评价具有反应商家诚信程度、商品品质、服务态度等功能。二是进行身份认证。个人身份认证是为了避免欺诈行为。如，淘宝网对没有通过支付宝认证(支付宝个人认证包括身份认证和银行卡提现认证两部分)的注册用户不允许其在淘宝网出售商品。虽然现有C2C平台也提供了相应的信用监督措施，但由于其片面性和缺乏可操作性，收效甚微，其具体情况表现在：(一)信用评级虚假 如果C2C网络平台上的信用评价存在虚假成分，那么商家的信誉完全可能误导买家。由于双方都能认识到信用评价的重要性，就有部分急功近利、甚至别有用心商家利用C2C平台的信用评级。表现为信用虚假、信用注水、信用扭曲。C2C平台出现了虚假信用等级，这不仅会影响消费者个人的购买效用，最重要的是虚假信用会直接影响整个C2C平台的交易，即出现“逆向选择”。如果C2C交易平台只要

有一个卖家出现虚假信息，其最终均衡结果必然是信誉良好的卖家将不能够在C2C平台上继续存在，而剩下的卖家必然全部具有虚假信用，这就是虚假信用卖家驱逐良好信用卖家。

(二)身份证明约束微弱 身份认证对卖家，特别是不法卖家的约束效力非常微弱。如果注册者假冒他人身份证认证和假冒他人开户银行卡，那么，C2C平台也会通过实名认证的，因为那个被假冒的人是真实存在的。这样的身份认证完全没有任何意义。即使网络卖家涉假，平台能够给予的惩罚只有审查或封店，并不能从根本上杜绝假货的出现。因为该卖家可以马上另外换个身份继续开店。可以说，C2C平台现有的惩罚对于涉假卖家收益而言，其额度远小于后者，涉假卖家仍然具备继续卖假的动力。

(三)法规、赔偿不易操作，维权成本高 我国现在主要依靠以下几部法律对C2C电子商务进行规制。《消费者权益保护法》要求经营者必须提供真实的信息适用于C2C电子商务；还有《产品质量法》、《互联网信息服务管理办法》、《电子签名法》。但是对C2C电子商务违法行为的概念较模糊，对C2C中有关侵害消费者权益的问题未能给予明确的规定，造成消费者对法律的盲目。网络特性是C2C电子商务消费者权益处于不利地位的根源。网络的虚拟性、技术性、无纸化等，使保护消费者权益变得困难。即使有人举报甚至报案要求维权，也因难于取证以及难于找到嫌疑人而最终不了了之。网络购物遭受的损失很多还不够立案。据腾讯科技“网络诈骗”调查报告的数据显示，即便是遭遇了诈骗，选择举报的网友只占26.87%。60.89%网友表示自己对所遇到的网络诈骗采取“不予理会”的态度。

三、交易风险防范机制设计 如果要求委托人对代理人进行监管，

那么无疑会增加电子商务交易成本，这也有违电子商务存在的初衷，故市场必须引入委托人、代理人之外的第三方对交易进行监管。如果第三方监督机构由社会来提供，那么该机构肯定就是社会公共品。但如果是社会公共品就一定会存在“搭便车”的现象，因此，没有私人愿意提供这种社会公共品，第三方监督机构必须由政府来提供，并且政府必须制定出相关的工商行政处罚条例，由于民间处罚的成本过低，没有增加卖家的违法成本，其结果必然不会理想。政府处罚必须与民间监督相结合。政府处罚主要目的是为了增加卖家的违法成本，使其不敢轻易违法。民间监督机制的完善在于参照银行信贷机制，建立电子商务交易黑名单，如果卖家违反交易程序，一旦被发现，一定将其列入黑名单，使其不能继续在任何地方重新进行交易。因此，本文提出如下具体建议：

（一）完善信用评级体系 评价体系中应引进交易金额等作为评价的权数，修正小额交易冲信用的现象；建立投诉机制，对网购者反映出售假冒伪劣产品的网店进行查询和监管，不应列为交易纠纷，而要视为经营者有违法行为转交当地工商部门核实后进行处罚。

（二）引入第三方监管机制 恰当的合法监管机构仍以国家权力机关为宜，如工商管理部门质检部门等。2008年北京市率先试行网店办理工商营业执照，就是对C2C管理的一个尝试。只要执行程序规范下来，C2C电子商务零售商也没有过于烦琐的负担，就有利于网购环境的优化。针对网上开店要办理工商营业执照，重点应放在审核C2C卖家经营的合法性上。工商管理部门对经营户的经营固定场所、经营范围的认定、商品品种、产品的合法性等等进行审核，并定期或不定期进行随访抽查，凡不合格者取消

营业执照。由于电子商务起步较晚，目前的目的还宜将管理放第一，税收放第二，收税日期延后，甚至几年内针对C2C卖家税收可以实行减免政策。(三)直接监管网络经营者通过网络经营者去管理每个C2C卖家，要求平台审核每个卖家的营业执照才能签订相关的“入网协议”，将营业执照和身份认证一起列入卖家开店的必备先行条件，不允许平台放水。电子商务C2C良好的购物环境，不仅是C2C平台运营商的职责，也是政府相关职能部门的职责。作为网络购物者也要有维权意识和安全信用意识。电子商务在不断丰富我们生活的过程中克服自身的不足，必将为我们带来更多的实惠和便利，发展为市场的主流。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