

电子商务领域诚信问题探究

王云仪

贵州大学哲学学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年6月5日; 录用日期: 2024年6月19日; 发布日期: 2024年8月16日

摘要

“诚信”一词历经数千年仍被广泛讨论, 在经济全球化背景下, 失信行为频出令该议题成为社会广泛关注的焦点。电子商务领域出现的诚信问题也备受关注。本文基于这一议题, 对电子商务领域存在的诚信问题及如何建构该领域诚信体系进行探讨。

关键词

电子商务, 诚信, 诚信体系

Exploration of Integrity Issues in the Field of E-Commerce

Yunyi Wang

School of Philosophy, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Jun. 5th, 2024; accepted: Jun. 19th, 2024; published: Aug. 16th, 2024

Abstract

The term “integrity” has been widely discussed for thousands of years, and in the context of economic globalization, the frequent occurrence of dishonest behavior has made this issue a focus of widespread social attention. the integrity issues that have emerged in the field of e-commerce have also attracted much attention. Based on this topic, this article explores the integrity issues in the field of e-commerce and how to construct an integrity system.

Keywords

E-Commerce, Integrity, Integrity System



1. 引言

传统商业活动由于网络的快速发展逐渐被电子化、网络化,这种进步催生了“电子商务”的兴起。电子商务的全面发展带来诸如降低交易成本、提高交易效率等优势,但同时也引发了一个备受关注的问题——诚信问题。当失信行为阻碍电子商务领域发展时,我们应分析问题根源,提出相应的解决策略,逐步建立和完善电子商务领域的诚信体系。本文主要论述了电子商务领域存在的诚信问题表现、分析诚信问题产生的根源以及诚信体系建构路径。

2. 电子商务领域存在的诚信问题

随着互联网的高速发展,电子商务逐渐成为现代商业活动的主流。然而,由于网络信息的迅猛增长和物流、支付系统的持续优化,消费者群体急速扩大,电商领域开始出现新的道德难题,这些问题不仅动摇了网络社会的和谐稳定,也对现代商业运作造成了不可忽视的影响[1]。

电子商务依托于互联网平台,导致其参与者的行为存在的匿名性、虚拟性和自由性,这引发了一些在传统商业活动中不常见的道德挑战,同时也加剧了传统商业环境中已经存在的某些诚信问题。电子商务领域的诚信问题主要有以下四种:

1) 隐私泄密问题。对用户而言,由于互联网自由、透明、开放等特性,使得一些无良的网络企业可以持续搜集与利用顾客的个人数据,而顾客则担忧个人信息(如银行卡信息、网页浏览习惯、产品使用偏好以及个人身份等)可能在未经授权的情况下被恶意售卖、滥用或公开。倘若网络公司在未获得用户明确同意的情况下,擅自披露或向他人提供涉及个人隐私的资料,这无疑构成了对用户隐私权的侵犯;对商家而言,涉及到商业信息保密问题。黑客攻击或雇佣黑客侵入企业网站,商业信息就将面临被泄露的风险,这直接威胁到商户的数据安全和商业信誉。

2) 商业诈骗问题。受互联网信息资源数量庞大且传播速度迅速的影响,商业信息也快速传播且具有广泛的影响力,这使得电子商务领域的商业诈骗问题较之传统商业活动更为严重。例如,在数字新媒体领域,信息发布所面临的限制远少于传统纸质媒体,普通消费者难以在网络的匿名性和虚拟性的影响下辨别信息的真伪。这种状况导致一些不法分子变得无所顾忌,他们在网络上大肆散播各类消息甚至捏造假新闻,以求达到吸引用户点击、扩大商业影响力、追求经济利益的目的。此外,诈骗团伙也开始通过互联网掩饰其真实身份,他们打造完美人设,抓住互联网用户的虚荣心理、贪财心理、从众心理等不良心理,诱导警惕性不强的群体扫描二维码或接收验证码,以骗取大量财产。

3) 知识产权保护问题。专利、商标和版权是电子商务活动中的主要知识产权。法律对于电子商务领域内知识产权的保护具有滞后性,当前对于原创作品的保护机制也尚未完善,又因为互联网的开放与自由使各类信息能被轻易获取,这就使得知识产权侵权现象频繁发生。以网络文学为例,抄袭事件频出,无数盗版网站曾在未经过作者授权的情况下,大量搬运原创作品。还有包括但不限于未经许可下载他人的图片、音乐、视频等作品的行为频繁地侵犯知识产权。在平衡知识产权保护与网络资源共享之间,由于既不希望因过分重视知识产权而限制资源的共享,也不想因强调资源共享而忽略对知识产权的必要保护,使得电子商务领域内的知识产权侵权问题屡禁不止。

4) 商业信用问题。商品质量的不确定性、售后服务的不可靠性,厂商信誉的不可验证性都会使电子

商务领域的商业信用崩盘。从商品质量来看，电子商务的虚拟性使得整个交易过程都是在线上进行，交易完成前，消费者无法亲自查看商品真实样貌。由此产生的问题日益严重，部分商家不顾信誉销售假冒伪劣产品，致使大量“货不对板”的情况出现，这严重损害了消费者对电商行业的信任；从物流配送环节来看，物流配送是电子商务运作的关键部分，缺乏高效的物流支持，电子商务难以有效运作或实现规模优势。然而，物流配送过程可能出现延时交付、货损货坏、虚假发货等问题，一些商家为增加售货量，在库存不足的情况下仍继续销售商品，并且进行“虚假发货”，这种做法严重违背了与消费者的协议。更有某些道德低下、缺乏诚信意识的物流配送员不按运输规则与流程处理，私自拆卸商品；从支付角度来看，电子商务领域的交易更倾向于“无纸化”和“无址化”的方式，既无交易收据也无交易地址，当人们缺乏“契约”意识时，就会给电子商务活动中的核心环节——支付，带来了严重的负面影响。就消费者而言，一些商家会通过创建虚假网站和电子商务支付页面实施网络钓鱼诈骗，针对消费者在网络安全防范上的疏漏，伪造支付网页以盗取用户的银行账户；就商户而言，一些无良的消费者通过钻线上交易的漏洞，进行不诚信购物。以“七天无理由退款”为例，某些消费者购买产品后已多次使用且产品无质量问题，仍通过“七天无理由退款”条款申请退款，从而达到不花一分钱钱还能享受商品的目的，这种无底线、不诚信、无道德的行为令人不耻。

3. 电子商务领域诚信问题之根源

电子商务以其高互动性、开放性、打破时空限制以及减少交易成本等特性而迅猛发展，然而这些特征也使得电子商务领域面临严重的诚信挑战。之所以会出现这一系列诚信问题的根源就在于：

1) 逐利思想阻碍诚信文化建设。道德与利益之间的冲突和关联可以被归结为电子商务中诚信问题的本质，英国著名经济学家、哲学家亚当·斯密是研究道德与利益关系的先驱，他提出了“经济人”概念，在经济活动中，完全以追求物质利益为主要目标的行为主体被称为“经济人”。把对个人利益的最大化追求作为自身行为的驱动力，这就使得在资源严重匮乏的竞争态势下，伦理道德被视为与经济活动无关的外在因素，“经济人”理论的提出使以个人利益最大化为核心目标的利己行为在理论上获得了合理性。电子商务领域的企业、用户都无法避免地受到该理论的侵蚀，这就导致交流过程中利益与道德被割裂开来，过于强调经济利益而忽略诚信文化建设。相比于传统商业领域，电子商务领域在虚拟空间中运作，大大增加了盲目、不加节制地追求个人利益的可能性，这也是劣质商品、虚假销售、商业诈骗等不诚信现象频出的原因。

此外，电子商务领域主体缺乏诚信观念。随着市场经济的发展，经济行为主体意识也逐渐苏醒，并会根据所需价值进行多元化选择。然而，主体意识觉醒并不象征自律精神确立。在外部约束减弱而内部自律尚未建立的情况下，出现了道德规范的灰色地带，这就涌现了许多诚信问题。电子商务领域的市场参与者是企业与客户双主体，一些市场参与者未能坚守诚信原则，致使社会诚信面临诸多挑战，诚信文化建设饱受阻碍。

2) 制度滞后限制诚信法规执行。随着网络技术的进步，我国电子商务得以迅猛发展，新型商业模式诞生的同时也带来了新的挑战。对于新出现的问题，现行的法律法规难以恰当解决，这对电子商务领域的进步造成了极大阻碍。

《中华人民共和国电子商务法》共计八十九条目，其中提及诚信或信用的条款仅七条，其中明确提出建立信用体系制度的仅第三十九条。对于失信行为，现行的法律法规难以做到有效且严格地惩戒，致使整个电子商务行业缺乏加强建设信用体系的行动力度，这进一步导致电子商务领域中出现诚信问题。

3) 监管困难影响诚信氛围营造。互联网在降低交流成本，消除时空限制，促进人与人之间交流的同时，也大幅度削弱了人际关系中的信任基础。

不同于线下交易，受互联网的虚拟性和隐蔽性的影响，人的真实信息难以追溯，且线上交易大多数情况发生于素未谋面的陌生人之间，若交易对象想施行欺骗行为将轻而易举。并且因为信息获取存在不对等情况，导致电子商务市场中充斥着许多虚假信息，整体信息品质降低，严重侵害消费者权益[2]。某些不良企业会借助信息的不对等，寻找技术漏洞从而施行信誉操控，更有甚者利用互联网技术人为提高商品的售价，再打着促销的名头欺骗消费者。

电子商务虽使人的日常生活变得便捷，但不是人人都能享受这种便利。一些老人或者文化程度不高者由于自身的局限性易成为“网络弱势群体”，反而让他们在参与线上交易时成为了不诚信者欺骗的目标。

鉴于此，电子商务领域逐渐出现道德真空地带，虚拟网络中的诚信缺失现象难以用现实的道德伦理来约束，监管困难致使诚信氛围难以营造。

4. 电子商务领域诚信体系建构

当前电子商务领域存在较为明显的失信现象，迫切需要强化其诚信体系建构。孔子诚信观作为中华传统美德中的重要内容，其思想价值经久不衰，对电子商务领域诚信体系建构具有深远的借鉴价值。

1) 树立主体诚信意识。在道德认知不足的情况下，“人无信不立”的理念提醒我们应当增强对诚信价值的重视，着力于树立主体诚信意识。

网络环境虚拟、隐秘、开放，为主体活动提供了极大的自由，这也导致用户在相互交流的过程中淡化了道德意识，更有甚者完全无视道德规范，错误地认为虚拟空间无需遵守道德。电子商务作为以网络为基础，通过电子交易的模式进行交易和服务的活动，网络用户错误的道德理念使电子商务领域的失信行为频发。

《论语·卫灵公》中提及“言忠信，行笃敬，虽蛮貊之邦，行矣。言不忠信，行不笃敬，虽州里，行乎哉？立则见其参于前也，在实则见其倚于衡也，夫然后行。”[3]这段话的核心思想是强调人无论身处何地，其言行都应建立在忠实和诚信之上，这不仅能赢得他人尊敬，也是立足于社会的关键。

现今，电子商务活动过程中泄露隐私、盗版侵权、欺诈消费者的现象屡见不鲜，这些缺乏诚信的行为不仅给用户造成重大经济损失，也使得失信之风弥漫整个电商领域，这与孔子所提“言忠信，行笃敬”背道而驰，因而构建诚信体系迫在眉睫。

要在电子商务领域构建健全的诚信体系，其关键在于提升主体的诚信意识。只有当参与主体意识到数字世界同样需坚守道德底线、避免失信行为、明辨是非时，他们才能在电子交易及服务过程中主动约束自己的言行。鉴于此，需大力传承传统诚信观念，尤其是孔子诚信观，各行各业，特别是新媒体平台，应积极承担宣传责任，利用各类社交媒体账号，积极开展关于传统诚信观的宣传教育工作，促使参与电子商务行业的主体明白在网络世界中同样需严守道德底线，确保诚实可靠、忠于承诺。

2) 加强网络诚信教育。对于诚信和教育关系的诠释，中国古代哲学家孔子把“信”作为他的“四教”之一，认为“信”是教育弟子的重要内容。这使得我们在构建电子商务领域诚信体系的进程中，除了树立主体诚信意识还需加强网络诚信教育。

对此，应当通过积极利用各种渠道开展网络诚信教育工作。系统化、制度化地开展网络诚信教育的难点在于有组织、有计划地施行，所以首要工作是唤起电子商务参与者对于网络诚信教育的兴趣。可以通过公众号、短视频 APP、论坛等各类平台，投放与诚信相关的文案、视频，让诚信观念潜移默化地深入民众日常；或由政府组织开展科普类栏目，以生动形象的语言讲解和诚信有关的典籍、寓言故事；或利用讲座、研讨等传统教育手段，深入群众，邀请民众积极互动。通过线上 + 线下的方式，最大力度做好网络诚信教育，只有让诚信深入人心，电子商务领域的诚信体系建设才能顺利进行。

3) 建立健全法律法规。无论是宣传传统诚信理念还是进行网络诚信教育，其最终目的都是将诚信内化于参与者心中，使其成为能被自觉遵守的行为标准。然而，网络诚信教育并非对每个人都有同样显著

的效果。因此,单凭参与者的自我约束来构建电子商务领域的诚信体系还远远不够。鉴于此,除“自律”外,我们还应当考虑诸如法律制度一类的“他律”。

作为新兴商业模式的电子商务,拥有健全的法律体系是其良性发展的根基。面对如今电子商务迅猛的发展势头,我们需要对电子商务的特性进行深入探讨,以便及时制定适应其发展的相关法律法规。由此为电商活动提供范本,解决“虚拟化”“无址化”等特征带来的取证困难、税收困难、电子合同漏洞等各类复杂问题,进而增进企业与个体对电子商务平台的信任。

鉴于网络违法犯罪行为容易实施且成本低廉的特点,在强化法律制定和实施的同时,也迫切需要构建新型法律服务与保障体系,如设立网络法庭、推行在线仲裁服务以及发展数字化公证平台等。这些机制将提供更加方便快捷的途径,以有效遏制电子商务中的违法行为,降低受害者在维护自身权益时需承担的成本[4]。

4) 完善诚信评价体系。截至目前,我国的信用体系建设尚处于发展阶段,电子商务领域亦缺乏一个完备的信用管理机制,导致其信用状况面临诸多挑战。

根据对电子商务领域诚信问题的分析,建立诚信评价机制对于该领域的诚信体系建构至关重要。建立诚信评价机制的首要方面是了解评价的对象、内容以及程序。其对象是电子商务中的各方参与者;其内容重点在于对交易过程中的失信行为进行评价,例如信息是否属实、交易双方是否严格遵守约定等;其程序包括设定诚信评估标准、收集相关数据、进行信用评级、公布评审结果[5]。确保诚信评价结果公开透明,使电子商务领域各方参与者都能轻松获取该结果。

此外,应当建立诚信档案,要求参与者均进行实名认证,且该认证可被他人查看。信用档案管理机构负责详细记录电子商务领域内企业与个人的诚信轨迹,对各类信息进行重点标注。对于那些不诚信的企业或个人,其失信行为必须记录在案,且对这些档案实行严格管理,保证信息得以妥善保存,便于相关人员查询。

在电子商务领域,诚信记录至关重要。不诚实的行为,如提供虚假信息或未能履行约定,都会被记录在信用档案里,无论是企业还是个人,这些记录会直接影响其形象和经营。在进行信用评价的同时,还应加大力度惩治失信者。对于电子商务行业中的失信人员,应当实施周期性或随机性审查,并对其在领域内活动的范围和时间进行限制。建立失信者黑名单,限制其进行电子交易和服务的权利。

只有加大对失信者的惩戒力度,让不守承诺的人难以承受失信带来的后果,才能最大程度避免诚信问题,从而在电子商务领域建立完善的诚信体系。

5. 结语

电子商务虽囊括社会方方面面,但其本身的特性也引发了诸如隐私泄密、商业诈骗、商业信用缺失、违法犯罪行为等诚信问题,这些问题不仅影响了行业参与者的权益,也威胁到电子商务领域的和谐发展。诚信建设需要依托坚实的理论基石,我们应当在继承和创新中国传统伦理文化的同时构建完善的诚信体系,以此推动电商领域向更健康、更和谐、更蓬勃的方向发展。

参考文献

- [1] 李金华. 中国电子商务发展的现实水平与未来路径[J]. 浙江工商大学学报, 2022(4): 99-108.
- [2] 李鲁, 李剑芳. 电子商务中信息不对称问题的博弈模型分析及对策建议[J]. 甘肃理论学刊, 2023(3): 100-107.
- [3] 杨树达. 论语疏证[M]. 上海: 上海古籍出版社, 2013: 376.
- [4] 武腾. 电子商务平台自律管理行为的司法审查[J]. 暨南学报(哲学社会科学版), 2023, 45(10): 57-72.
- [5] 张平华, 王懋祺. 营商环境中诚信机制的私法建设: 以缔约为例[J]. 征信, 2023, 41(3): 27-34.