

网购安全在“互联网+”时代的保障机制研究

曾娜

贵州大学历史与民族文化学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2024年9月4日; 录用日期: 2024年11月8日; 发布日期: 2024年11月15日

摘要

随着互联网技术的飞速发展,特别是“互联网+”时代的全面到来,网络购物已成为人们日常生活中不可或缺的一部分。然而,网购的普及也伴随着一系列安全问题,这些问题不仅损害了消费者的合法权益,也对网购市场的健康发展构成了严峻挑战。鉴于此,本文深入剖析了“互联网+”时代网购安全的现状,全面梳理了当前面临的诸多挑战,并围绕如何构建一套高效、全面的网购安全保障机制展开了深入探讨。

关键词

网络购物, 互联网+, 电子商务, 挑战, 安全保障机制

Research on Safety Guarantee Mechanism for Online Shopping in the Era of “Internet Plus”

Na Zeng

School of History and Ethnic Culture, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Sep. 4th, 2024; accepted: Nov. 8th, 2024; published: Nov. 15th, 2024

Abstract

With the rapid development of internet technology, especially the full arrival of the era of “Internet Plus,” online shopping has become an indispensable part of people’s daily lives. However, the popularity of online shopping has also brought about a series of safety problems, which not only infringe on the legitimate rights and interests of consumers but also pose a serious challenge to the healthy development of the online shopping market. In view of this, this paper conducts an in-depth analysis of the current situation of online shopping safety in the era of “Internet Plus,” comprehensively sorts out the numerous challenges currently faced, and conducts in-depth discussions on how to build a highly

efficient and comprehensive online shopping safety guarantee mechanism.

Keywords

Online Shopping, Internet+, E-Commerce, Challenge, Security Guarantee Mechanism

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

随着互联网技术的日新月异，特别是“互联网+”战略的深入实施，电子商务以其便捷性、高效性和跨越时空的优势，迅速渗透到社会经济的各个领域，成为推动经济增长和消费升级的重要力量。网络购物作为电子商务的核心组成部分，不仅极大地丰富了人们的消费选择，还促进了市场的繁荣与多样化。然而，随着网购市场规模的不断扩大和用户数量的激增，网购安全问题也日益凸显，成为制约网购行业持续健康发展的关键因素。在“互联网+”时代背景下，网购安全面临着前所未有的挑战。一方面，信息技术的不断进步为不法分子提供了更多的作案手段，如钓鱼网站、恶意软件、二维码诈骗等，严重威胁着消费者的财产安全和个人隐私；另一方面，电商平台的快速发展也带来了管理上的难度，假冒伪劣商品、虚假宣传、售后服务不到位等问题时有发生，损害了消费者的合法权益。因此，如何构建一套科学、高效、全面的网购安全保障机制，成为当前亟待解决的重要课题。本研究旨在深入分析“互联网+”时代网购安全面临的挑战和问题，从技术、管理、法律、教育等多个维度出发，探讨构建网购安全保障机制的有效途径和方法。希望通过此研究，能够为网购行业的健康发展提供有力支持，促进网络消费环境的持续优化和消费者信心的不断提升。同时，本研究也将为相关部门制定和完善网购安全政策提供决策参考，为构建安全、可信、繁荣的网络购物生态贡献力量。

2. 网购安全现状分析

在“互联网+”的浪潮推动下，中国网购市场正以惊人的速度蓬勃发展，展现出前所未有的活力与潜力。据中国互联网络信息中心(CNNIC)权威发布的《互联网助力数字消费发展蓝皮书》显示，我国网络购物用户规模已历史性地突破了9亿大关，这一数字不仅彰显了网购市场的庞大规模，更预示着其背后蕴藏的巨大消费能量与无限可能。2023年，全国网上零售额高达15.4万亿元，这一成绩不仅巩固了中国作为全球最大网购市场的地位，更是连续11年蝉联榜首，彰显了我国数字经济的强大韧性和增长动力。进入2024年，这一趋势依旧强劲，仅前5个月，全国实物商品网上零售额便实现了11.5%的同比增长，占社会消费品零售总额的比重已攀升至24.7%，预示着网购正逐步成为消费者日常生活不可或缺的一部分。网购市场的繁荣，得益于互联网技术的飞速进步，它跨越了地域的界限，打破了年龄的壁垒，让数字消费新势力如雨后春笋般涌现。特别是“90后”与“00后”群体，他们作为数字时代的原住民，对网络购物的接受度和依赖度极高，网络购物使用率分别高达95.1%和88.5%，成为了推动网购市场持续增长的中坚力量。同时，值得注意的是，银发一族(60岁及以上)也积极拥抱数字生活，其网络购物使用率达到了69.8%，显示出网购市场的广泛包容性和巨大潜力。此外，女性消费者作为网购市场的另一大主力军，其网上购物使用率高达85.4%，进一步推动了市场的多元化和细分化[1]。然而，在网购市场繁荣的背后，网购安全问题却日益凸显，成为制约其健康发展的关键因素之一。例如，2023年11月30日最高人民法

院发布“沙某诉安徽某食品科技有限公司网络买卖合同纠纷案”。在本案中，沙某首次购买 30 盒“黄芪薏米饼干”，收货并确认饼干不符合食品安全标准后又连续加购三次，加购数量达 200 盒。最终法院以未超出购买者合理生活消费需要部分为基数计算十倍惩罚性赔偿金[2]。除了上述网购安全问题，个人信息泄露、支付风险、假冒伪劣商品、虚假宣传、物流安全等问题也频发，不仅损害了消费者的合法权益，也严重影响了市场的信任度和稳定性。这些问题的成因复杂多样，既有技术层面的漏洞和缺陷，也有管理层面的不作为和监管不力，更有法律层面的空白和滞后，以及消费者自身安全意识的淡薄。

3. “互联网+”时代网购安全面临的挑战

3.1. 技术挑战

在“互联网+”时代，网购安全面临着诸多挑战，其中黑客攻击、病毒侵害、数据篡改等网络安全威胁尤为突出。一是黑客攻击：黑客攻击是网购安全面临的最直接且严峻的技术挑战之一。黑客利用系统漏洞、钓鱼网站、恶意软件等多种手段，对网购平台、支付系统以及用户的终端设备进行攻击。这些攻击不仅企图窃取用户的个人信息(如账号密码、支付信息、身份证号等)，还可能篡改交易数据，导致财产损失或信息泄露。随着技术的不断进步，黑客的攻击手段也日益多样化、隐蔽化和智能化，给网购安全带来了极大的威胁。二是病毒侵害：病毒侵害是另一个不容忽视的技术挑战。病毒可以通过网络迅速传播，感染用户的终端设备，破坏系统文件，窃取用户数据，甚至导致系统瘫痪。特别是随着移动互联网的普及，手机病毒、恶意 APP 等新型病毒形式层出不穷，给网购安全带来了新的挑战。三是数据篡改：数据篡改是指黑客或恶意用户通过技术手段修改或伪造交易数据，以达到非法获利或破坏交易秩序的目的。数据篡改是网购安全领域的另一个顽疾。黑客或恶意用户通过技术手段修改或伪造交易数据，不仅损害了交易的公平性和真实性，还严重破坏了电商平台的信誉和用户的信任基础。一旦数据被篡改，消费者可能购买到假冒伪劣商品或支付不合理的价格；商家则可能遭受经济损失和声誉损害。

3.2. 管理挑战

随着网购消费市场的蓬勃发展，网店商家的业务规模持续扩张，但与此同时，管理上的复杂性与挑战也日益凸显。一是协同管理难题：网购涉及电商平台、物流公司、支付机构等多个主体，这些主体之间的协同管理成为了一个重要的挑战。由于各主体之间的信息系统、业务流程、管理规范等存在差异，导致信息孤岛、流程不畅、责任不清等问题时有发生。这不仅影响了网购的效率和质量，还可能引发安全漏洞和纠纷。二是供应链管理风险：供应链管理是网购的重要环节之一，但供应链管理风险也是网购安全面临的重要挑战。供应链中的任何一个环节出现问题，都可能影响商品的质量、安全和及时送达。例如，供应商的资质审核不严、仓储管理不善、物流配送不及时等都可能给网购带来安全隐患。三是一些网购平台对网店的审核、管理不到位：面对网店数量的激增与类型的多样化，部分网购平台在审核与管理方面显得力不从心。审核标准的不统一、监管力度的不足等问题逐渐显现，给不法商家提供了可乘之机。这不仅损害了消费者的合法权益，也影响了网购市场的整体形象与健康发展。

3.3. 法律挑战

当前，我国关于网络购物的法律体系虽已初具规模，但仍存在诸多亟待解决的问题与不足。以《消费者权益保护法》《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》及《网络交易管理办法》等为核心的法律体系，为网络购物环境的健康发展奠定了重要基础。然而，随着电商行业的蓬勃发展和消费者需求的日益复杂化，这一法律体系面临的挑战与不足也日益凸显。首先，法律体系的调整方式过于原则化，缺乏针对网络购物独特性的深入剖析与具体规制。网络消费行为的虚拟性、跨地域性、即时性等特点，

要求法律条款必须具备高度的灵活性和可操作性，以应对层出不穷的新问题、新挑战。然而，当前法律往往停留在宏观指导层面，难以精准对接网络消费的实际需求，导致消费者在维权过程中常感力不从心。其次，在“反悔权”及“七天无理由退货”等关键消费者权益保护机制上，尽管已有框架性规定，但具体条款的细化不足，执行标准模糊，给消费者带来了诸多不便。例如，退货商品的完好标准、运费承担方式、退货流程等细节问题，往往成为消费者与商家争议的焦点，影响了消费者权益的有效实现。此外，在现实生活中基于习惯，快递可能并不是直接由本人签收，商品若存在问题，仍无法区分责任，依然存在举证困难的问题。个人隐私信息被随意泄露或买卖，成了商家牟利的间接性工具，消费者的隐私安全令人担忧[3]。而时至今日，仍未有一部专门的立法来保护网络购物中的个人信息，只有依靠与之相关的法律及其他规范性法律文件中的规定来维护消费者的权益[4]。这就导致国内现阶段网络购物的消费者得不到完善的法律保障，损害了消费者的利益。

3.4. 消费者意识挑战

消费者是广泛的社会力量，每一个人都可以成为消费者。我国法律规定和司法实践中并未形成统一的对消费者具体概念的认知[5]。消费者作为网络交易的核心参与者，其行为与认知不仅影响着个人权益的保障，也直接关系到整个网购生态的安全与稳定。在网购的广阔舞台上，消费者既是积极的参与者，也是潜在的风险制造者。由于缺乏足够的网络安全知识和交易安全意识，消费者的某些行为不经意间也为网购安全事故埋下了隐患。一是对于网络安全隐患的忽视：消费者对个人信息安全的轻视，是网购安全的一大软肋。在享受便捷购物体验的同时，部分消费者未能充分认识到身份证号、银行卡号、密码等敏感信息泄露的严重后果。他们可能在不加辨别的情况下，轻易将这些信息提供给不可信的第三方，或是通过不安全的网络渠道进行传输，从而给不法分子可乘之机。此外，对黑客攻击和病毒侵害手段的无知，使消费者在面对诱饵链接、恶意软件时缺乏必要的警惕性，进一步加剧了网络安全风险。二是对交易安全存在认知局限：在追求支付便捷性的同时，消费者对交易安全的忽视同样令人担忧。他们可能在没有充分评估网络环境安全性的情况下进行支付操作，使用未加密或安全性较低的支付方式，为资金安全埋下隐患。更为严重的是，在选择商家时，消费者往往被价格优惠、好评如潮等表面现象所迷惑，忽略了对商家信誉、商品质量、售后服务等关键因素的深入考察。这种“快餐式”的购物决策方式，不仅容易导致消费者权益受损，还可能助长假冒伪劣商品和欺诈行为的滋生。三是消费者贪图眼前利益，虚假评论：在网购市场中，一些商家为了快速提升商品评价、吸引更多潜在买家，采取了“好评返现”的策略，即这种行为通常是商家通过在商品包裹内放入类似于返现券的物品，或者通过商家客服发送好评的链接，甚至直接拨打电话给消费者请求给出好评，然后提供相应的优惠券以此获得好评[6]。部分消费者在面对“好评返现”的诱惑时，往往忽视了评价的真实性和客观性。他们为了获得小额的现金返还或优惠券，不惜夸大商品优点、隐瞒或忽略商品缺陷，给出与实际体验不符的好评。这种行为不仅误导了其他消费者的购买决策，破坏了评价系统的公信力，也损害了自身作为消费者的长远利益。

4. “互联网+”时代网购安全保障机制的构建

4.1. 技术保障

在数字化时代，确保用户数据的安全与隐私是任何技术平台或服务的基石。为了实现这一目标，我们需要构建一套全方位、多层次的技术保障体系，涵盖数据加密、身份验证以及智能风控多个关键领域，以全方位守护用户的信息安全。首先，对数据进行加密处理。数据加密技术是把直白的信息转变成加密信息，对于加密的数据文件，只能在特殊的情况下才可以查看[7]。对此，我们可以采用国际先进的SSL/TLS(安全套接层/传输层安全)协议，为用户数据的传输过程提供加密保护。这一协议能够确保在用户与服务

器之间交换的所有信息，包括登录凭证、交易数据等敏感信息，都经过高强度的加密处理，防止数据在传输过程中被窃听或篡改。其次，多层次验证系统。为了进一步提升用户账户的安全性，我们可以实施多层次验证系统。这一系统不仅要求用户在登录时输入正确的用户名和密码，还通过额外的验证步骤来增强身份验证的强度。例如，可以向用户注册时提供的手机号码或电子邮箱发送一次性验证码，要求用户在登录时输入该验证码以完成身份验证。对于高风险操作，如大额支付或修改账户关键信息，我们可能还需要用户通过指纹识别、面部识别等生物识别技术进行身份验证，确保操作的真实性和合法性。最后，引入智能风控系统。该系统可以利用大数据分析和人工智能技术，对用户的交易行为进行深入分析，以识别出异常或可疑的交易模式。具体来说，系统会根据用户的历史交易记录、行为特征、地理位置等多维度信息，构建用户行为模型，并实时监控用户的交易行为。一旦发现与模型不符的异常交易行为，系统将立即触发预警机制，并采取相应的风险控制措施，如暂时冻结账户、限制交易等，以防止潜在的经济损失或信息安全风险。

4.2. 管理保障

在当今快速发展的电商时代，构建坚实的管理保障体系对于促进电商行业的健康、可持续发展至关重要。因此，为了营造一个公平、透明、有序的电商市场环境，并完善其服务体系，我们不仅需要完善电商平台的监管机制，还需同步优化物流配送体系。在监管方面，首要任务是建立健全商家入驻审核体系，借助大数据与人工智能的先进技术，对商家的经营资质、信用记录及产品质量进行全面评估，确保每一家入驻商家都能符合法律法规与平台的高标准。同时，建立并实施动态监管机制，定期对商家行为进行复审，对任何违规行为采取包括警告、罚款、商品下架乃至平台清退在内的严厉处罚措施。此外，强化消费者权益保护，设立高效响应的消费者投诉处理系统，以及健全的纠纷调解与赔偿机制，旨在迅速解决消费者问题，增强信任，从而维护电商平台的良好形象与声誉。另一方面，物流配送作为电商服务的关键一环，其效率与服务质量直接关系到消费者的购物体验。为此，我们应加大物流基础设施的建设投入，包括仓储中心、分拣中心及智能快递柜等，以显著提升货物处理与配送效率。在确保物流速度的同时，我们亦不忽视商品的安全送达，通过深化与保险公司的合作，为商品提供全面的运输保险保障，有效降低运输过程中可能发生的意外损失对消费者与商家带来的风险，共同构建一个高效、安全、可靠的电商物流生态。

4.3. 法律保障

随着网购市场的快速增长，其中伴随着一系列法律挑战和消费者权益保护问题，而且网络购物还和多个行业有关联，我国当前在各行业中关于网络购物的法制建设还不完善。因此，立法机构需要不断完善相关法律法规以保证网络消费者的合法权益不受侵害[8]。当前，我国虽已在《广告法》《产品质量法》《电子商务法》及《网络安全法》等多部法律法规中涉及网络购物相关条款，但针对该领域的法制建设仍需进一步深化与细化，以适应快速变化的市场环境。立法机构在持续审视并优化现有法律体系的同时，可以制定新的法规，如《网络购物消费者权益保护法》。该法应包括明确商品信息披露标准、质量担保期、无理由退货范围、消费者权益受损后的赔偿机制等，确保法律条文更具操作性和针对性。完善法律法规只是第一步，更重要的是要确保这些法律得到有效执行。为此，需要加强执法力度，严厉打击网购领域的违法犯罪行为。首先，建立跨部门协作机制。工商、公安、网信等部门应加强沟通协作，形成合力，共同打击网络欺诈、虚假宣传、假冒伪劣等违法行为。其次，提高执法效率。利用大数据、人工智能等现代信息技术手段，提升执法效率和精准度，实现对违法行为的快速识别和有效打击。最后，加大惩处力度。对违法商家和个人实施严厉的经济处罚和信用惩戒，提高违法成本，形成有效震慑。

4.4. 消费者教育

在电子商务日益普及的今天,消费者教育成为了保障网购环境健康、促进市场良性发展的重要一环。通过系统、全面的消费者教育,不仅能够提升消费者的安全意识,还能引导他们形成理性消费的观念,从而在享受网购便利的同时,有效规避风险,实现消费与品质的双赢。首先,提升消费者的安全意识。我们可以利用电视、广播、网络、社交媒体等多种渠道,广泛传播网购安全知识,包括识别虚假网站、防范网络诈骗、保护个人信息等。通过生动的案例分析和实用的防范技巧,增强消费者的自我保护能力。其次,在提升消费者安全意识的同时,我们还需要积极引导他们形成理性消费的观念。通过教育引导消费者树立正确的消费观,强调质量优先、性价比合理的购物原则。鼓励消费者在购买前进行充分的市场调研和比较,选择信誉良好、品质可靠的商家和商品。最后,规范好评返现行为。针对当前网购市场中存在的好评返现现象,我们应对消费者进行专门的教育和引导。明确告知他们,好评返现行为不仅违反了市场公平竞争的原则,还可能误导其他消费者的购买决策。通过解析好评返现的负面影响和潜在风险,让消费者认识到其危害性,并自觉抵制这种不良行为。同时,我们还应鼓励消费者积极参与网购评价的真实性和客观性建设。倡导他们在购物后根据自己的真实体验进行评价,为其他消费者提供有价值的参考信息。通过共同维护一个公正、透明的网购评价环境,促进市场的健康发展。

5. 结语

在“互联网+”时代的大背景下,网络购物作为数字经济的重要引擎,其快速发展不仅极大地丰富了人们的消费选择,也深刻地改变了人们的购物习惯和生活方式。然而,伴随而来的网购安全问题,如同一把双刃剑,既揭示了这一新兴业态的脆弱性,也对其长远发展提出了严峻的挑战。通过对网购安全保障机制的研究,我们认识到,单一的技术手段无法完全解决复杂多变的安全挑战,而是需要技术、法律、管理、教育等多方面的协同配合与共同努力。未来,随着科技的持续进步与创新的不断涌现,我们有理由相信,网购安全将迎来更加光明的前景。新技术的应用将不断突破传统安全框架的限制,为网购安全提供更加高效、智能的解决方案。同时,随着社会各界对网购安全问题的日益重视与共同努力,一个更加安全、可信、便捷的网络购物环境将逐步成为现实,为数字经济的蓬勃发展注入更加强劲的动力。

参考文献

- [1] 曹雅丽. 数字消费新趋势: 谁在激活 9 亿人的购物热情[N]. 中国工业报, 2024-07-22(010).
- [2] 最高人民法院新闻局. 最高人民法院发布食品安全惩罚性赔偿典型案例[EB/OL]. <https://www.chinacourt.org/article/detail/2023/11/id/7665409.shtml>, 2024-09-04.
- [3] 李欣楠. 论我国互联网环境下的消费者权益法律保护——兼评新《消费者权益保护法》第 25 条的规范及完善[J]. 法制与社会, 2014(28): 270-271.
- [4] 韩永林. 网络购物中个人信息安全法律问题[J]. 合作经济与科技, 2020(15): 184-185.
- [5] 宋欣洋. 我国网络购物消费者权益保护法律问题研究[J]. 法制博览, 2021(17): 164-165.
- [6] 乔楠楠. 网络交易虚假评价的反不正当竞争法规制[J]. 中国价格监管与反垄断, 2024(8): 24-26.
- [7] 党政, 潘超. 加强通讯网络信息安全防护的措施探讨[J]. 通讯世界, 2016(4): 3-4.
- [8] 杨红. 新形势下的消费维权困境与对策[J]. 商业文化, 2021(1): 58-59.