



基于商务链的 网上网下 交易欺诈比较研究

李 琪 张维群 赵鲲鹏 等著



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

014036860

F713.36
915

基于商务链的网上网下 交易欺诈比较研究

李 琪 张维群 赵鲲鹏 等著



电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING



北航

C1725117

F713.36
915

038380110

内 容 简 介

本书从商务链的角度切入,采用多级分层抽样的方法,收集居民的网上网下欺诈和消费数据,然后对网上网下交易欺诈水平进行测量和比较分析,并从商务链视角研究欺诈的分布特征,采用案例分析、问卷调查和专家访谈等方法进行研究,结合商务欺诈与商务链的理论,构造出针对目标的商务欺诈的测度工具,解决了电子商务发展中的“网上网下的欺诈水平评价”的基础性的问题。本书提供的方法有助于交易参与者更好识别欺诈,也为我国电子商务健康发展提供了决策依据。

本书既可供从事电子商务及相关专业的科研技术人员、管理人员、专家和学者阅读使用,也可供企业管理人员、高校电子商务专业学生和教师参考。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

基于商务链的网上网下交易欺诈比较研究 / 李琪等著. —北京: 电子工业出版社, 2014

ISBN 978-7-121-22678-6

I. ①基… II. ①李… III. ①电子商务—研究 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 053305 号

策划编辑: 刘宪兰

责任编辑: 侯丽平

印 刷: 北京季蜂印刷有限公司

装 订: 北京季蜂印刷有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 720×1000 1/16 印张: 12.25 字数: 160 千字

印 次: 2014 年 4 月第 1 次印刷

印 数: 2000 定 价: 38.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zlts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

编写委员会
WRITING
COMMITTEE



《基于商务链的网上网下交易欺诈比较研究》
编写委员会

主 持 单 位： 西安交通大学（陕西省电子商务与电子政务重点实验室）

支 持 单 位： 阿里巴巴集团研究中心

主 编： 李琪 西安交通大学教授（陕西省电子商务与电子政务
重点实验室主任）

副 主 编： 张维群 西安交通大学经济与金融学院博士生（西安财经学
院副教授）

赵鲲鹏 西安交通大学经济与金融学院博士生

成 员： 李佩、崔睿 西安交通大学经济与金融学院博士生
马凯、柳杨、方小看 等 西安交通大学经济与金融学院硕士生

前 言

针对“网上网下交易欺诈究竟谁高谁低”这一个在学界和业界争议的话题，学者和企业家对此众说纷纭，莫衷一是，对于这一问题的争论常常困扰着学界、业界和管理层。

为了回答争议，本书从商务链的角度切入，对网上网下交易欺诈水平进行测量和比较，得出定量调查结论，并从商务链的视角研究了欺诈的水平及其分布特征。

本书主要采用了大量的案例分析、问卷调查和专家访谈等方式，通过对大量资料的研究，给出研究结论。首先通过案例分析，对网上网下典型欺诈的类型进行描述与比较，发现了由于网络交易环境和规则的特殊性，有些欺诈多发生在网上，如恶意评价；有些欺诈方式则是由网下逐渐迁移到网上，如预收款后不发货或不服务等特殊的现象。通过对典型案例的分析和总结，结合商务欺诈与商务链的理论，构造出针对本书研究目标的商务欺诈的测度工具，使得其既能够测量欺诈总体水平，也能够反映欺诈行为在商务链中的分布特征。

本书采用多级分层抽样的方法选取了全国十个城市居民作为调

查对象,共做了 5000 份关于网上网下欺诈行为的问卷调查,广泛收集城镇居民的网上网下欺诈和消费数据。经对调查数据的定量分析,得出以下主要结论。

从总体上看:① 网下商务欺诈的金额比率(17.55%)显著高于网上商务欺诈的金额比率(5.76%);② 网下商务欺诈的笔次比率(7.14%)明显高于网上商务欺诈的笔次比率(4.22%);③ 网上网下商务欺诈的金额比率都高于笔次比率,说明欺诈所涉及的商品价值都要高于社会消费品平均价值,可见欺诈的危害程度大,而且网下的这种效应更为突出;④ 从商务链的节点分布来看,网上网下的欺诈行为都主要分布在商务链的前端节点,尤其以沟通谈判、商品展示节点为高,签订协议节点为中;在售后服务节点上网上欺诈行为相对网下欺诈行为较高。

从商品分类看:在网上交易的主要商品类里,服装、鞋帽、箱包类商品的欺诈水平明显高于其他类商品的欺诈,而且这些主要商品类的欺诈笔次比率略高于欺诈金额比率。这些商品欺诈主要集中在商务链节点的前端,这也符合网上交易商品的一般特征(商务信息欺诈)。在网下交易的主要商品类中,以食品、粮油、饮料、烟酒类的欺诈居多,而且网下主要商品类的欺诈金额比率明显高于笔次比率,欺诈仍然主要集中在商务链节点的前端。

从欺诈地区分布来看:东部、中部地区网上欺诈笔次比率和金额比率明显高于西部地区,欺诈也集中在商务链前端;西部地区身份确认、沟通谈判和商品展示节点欺诈笔次比率明显高于其他地区。网下交易各地区欺诈笔次比率基本一致,只是东部地区欺诈金额比率明显低于其他地区。

本书的创新之处在于:① 提出了交易(商务)欺诈的概念;② 扩

展和完善了商务链的理论模型，形成了一个网上网下交易普适的分析框架；③ 构建了基于商务链的网上网下交易欺诈的测度工具，考虑了商务欺诈数量特征、程度特征、分布特征，使得欺诈总水平的测度更加贴近真实的欺诈现状；④ 提出了基于商务链（过程及机制）的欺诈分类，有利于对网上网下交易欺诈进行比较和管控；⑤ 得出了网上与网下交易欺诈水平的比较结果。

作者

目 录

第 1 章 一个重要的问题	1
1.1 电子商务的迅猛发展	1
1.2 电子商务的欺诈问题	2
1.3 网上网下欺诈谁更严重	3
1.4 为什么要研究这个问题	4
1.5 如何研究这个问题	5
第 2 章 国内外欺诈问题的研究	8
2.1 国内外欺诈相关研究概况	8
2.1.1 国外研究概况	9
2.1.2 国内研究概况	10
2.2 经济学领域欺诈的研究	14
2.3 网络欺诈的研究	15

2.4 主要结论	16
第3章 相关理论及概念界定	18
3.1 商务欺诈的理论研究	18
3.1.1 商务欺诈的概念及内涵	19
3.1.2 商务欺诈的构成	23
3.1.3 商务欺诈概念的创新点	24
3.2 商务链的理论研究	25
3.2.1 商务链概念研究	26
3.2.2 网上网下商务链的结构特征比较分析	30
3.3 基于商务链的网上网下交易欺诈分析	36
3.3.1 网上网下商务链节点的欺诈内容比较分析	36
3.3.2 网上网下商务欺诈的可能原因及发展趋势	37
第4章 网上网下交易欺诈的典型案例分析比较研究	40
4.1 网上网下交易欺诈类型划分	40
4.2 网上交易欺诈的典型案例分析研究	46
4.2.1 第三方欺诈	46
4.2.2 诱导提前确认欺诈	70
4.2.3 超时打款欺诈	75
4.2.4 回扣欺诈	81
4.2.5 部分退款欺诈	84
4.2.6 游戏账号找回欺诈	88
4.2.7 分期返还欺诈	91
4.2.8 收货不打款欺诈	93

4.2.9 恶意评价勒索欺诈	102
4.2.10 威胁商家不确认收货欺诈	104
4.2.11 信息隐瞒及假货欺诈	106
4.2.12 利用到货承诺欺诈	107
4.3 网下交易欺诈的典型案例分析	108
4.4 网上网下交易欺诈的典型案例分析比较研究	112
4.5 欺诈典型案例的聚类分析	115
4.6 网上网下欺诈典型案例的差异及原因分析	118
4.7 本章总结	119
第5章 商务欺诈评价指标体系与工具设计研究	120
5.1 网上网下商务欺诈评价指标体系构造	120
5.2 网上网下商务欺诈水平评价的工具设计	122
5.2.1 网上网下信用测量指标体系的逻辑关系	123
5.2.2 商务链欺诈等级量表的设计	123
5.2.3 基于商务链网上网下欺诈评价工具的构建	124
第6章 基于多维度的网上网下商务欺诈的比较研究	127
6.1 网上网下商务欺诈数据的收集、代表性及其整理	127
6.1.1 文献数据的收集	128
6.1.2 调查内容与调查设计	129
6.1.3 调查数据的代表性	131
6.1.4 数据整理方法与内容	132
6.2 基于商务链节点的网上网下商务欺诈的比较	135

6.2.1	网上网下商务欺诈总体水平的评价	135
6.2.2	基于商务链网上网下商务欺诈分布特征的评价	136
6.2.3	欺诈总水平的结果分析	139
6.2.4	欺诈总水平比较小结	140
6.3	基于商品类商务链网上网下商务欺诈比较	141
6.3.1	网上交易主要商品类欺诈水平的比较	141
6.3.2	网下交易主要商品类欺诈水平的比较	147
6.3.3	商品类欺诈水平小结	152
6.4	基于商务链网上网下商务欺诈地区类型特征比较	153
6.4.1	网上商务欺诈地区特征比较	153
6.4.2	网下商务欺诈地区特征比较	157
6.4.3	地区特征比较小结	161
第7章	结论	162
7.1	研究结论	162
7.2	研究创新点	163
7.3	对策建议	164
7.3.1	宏观对策建议	164
7.3.2	微观对策建议	165
附录A	调查问卷	167
附录B	结题鉴定意见	174
后记		176
参考文献		182

第 1 章 一个重要的问题

1.1 电子商务的迅猛发展

纵观整个人类历史，技术的革新和应用越来越快，例如，蒸汽机从发明到应用经历了 84 年，电动机从发明到应用经历了 65 年。而计算机出现于 1946 年，PC 出现于 1981 年，两者仅仅间隔了 35 年。作为计算机网络技术出现后的重要应用，截止到 2013 年，电子商务的概念仅仅出现了 17 年，但其已经深入到了我们生活的方方面面。

电子商务的概念出现于 1996 年，那年，IBM 提出了 Electronic Commerce (E-Commerce) 的概念，随后在 1997 年又提出了 Electronic Business (E-Business) 的概念，比较而言，两者的概念不同，前者强调电子交易，后者强调电子商务，后者的范围大了许多，虽然两个概念的内涵和外延不同，但是在中国都把它们称为电子商务。

经过近 20 年的蓬勃发展，电子商务（基于互联网的当代电子商

务)作为先进的生产力^{[1][2]},已经渗透到各个行业和领域,拉动经济增长,促进企业、行业和产业的交易、流通、生产乃至设计和研发等的升级和结构转变,推动着人类经济和社会发生根本性的变革。

美国是全球电子商务的领导者,网络销售规模世界第一。美国电子商务市场规模从2003年的22309亿美元增长至2008年的150824亿美元,年均增长率约为47%(数据来自:Nielsen NetRatings统计);Forrester预计美国在线零售规模将保持每年10%的速度增长,并在2015年达到2790亿美元,将占到整个社会消费品零售总额的11%。

中国电子商务发展迅速,2010年中国电子商务市场交易额达4.5万亿元,同比增长22%。网上零售市场交易规模达5131亿元,同比增长97.3%,较2009年近翻一番,约占全年社会商品零售总额的3%。

2011年中国电子商务市场交易额达6万亿元,达到GDP的13%,同比增长33%。网上零售总额为8000多亿元,占社会零售总额4%。2012年,中国电子商务市场交易额达8.01万亿元,网络零售市场交易规模达1.32万亿元,同比增长64.7%,占社会消费品零售总额比重增至6.3%。互联网正为社会生活带来全新的体验方式。电子商务的蓬勃发展吸引了越来越多的传统企业加入到电子商务的行列中。

1.2 电子商务的欺诈问题

欺诈行为是困扰中国乃至世界经济活动健康发展的主要问题之一,无论是传统线下经济还是电子商务。美国高盛集团涉嫌在金融衍生品交易中欺诈投资者;法国兴业银行商务欺诈案,涉及金额巨大,危害严重,引起金融领域震动。而在实体经济尤其日常消费经济中,

欺诈现象更是比比皆是。

近几年来,电子商务交易中的欺诈行为也引起人们的广泛关注。据不完全统计,全球每年在网络上发生的诈骗金额高达10亿美元。《每周质量报告》报道,在中国,2009年“网络钓鱼”导致网民损失76亿元,全国3.16亿网民平均每人损失24元^①。截止至2010年底,欺诈类的钓鱼网站全国已超过10万家^②。根据中国电子商务协会数字服务中心的调查,2011年上半年,我国网民对网络信息满意度较低,最担心的问题就是不同形式的网络欺诈,包括网上银行及其他账号被盗、个人资料被窃等。来自环迅支付风险控制中心的监测数据显示,中国网络购物的欺诈已经进入到一个频发阶段,这将给高速发展的网购业带来很大冲击。

1.3 网上网下欺诈谁更严重

网上交易与网下交易中的诚信水平比较一直是业界与学界争论的焦点。这个问题由欺诈行为发生的程度可见一斑。专家、学者对这个问题有两种不同观点。一是认为网上交易的欺诈更严重。一方面由于制度因素为欺诈制造了便利环境,包括我国电子商务相关的法律、制度还不健全,相应的诚信机制尚未完全建立等;另一方面由于网络欺诈的跨地域性、虚拟性、技术性,导致难以预防、识别、取证等,

① 《2009年中国网民网络信息安全状况调查报告》,中国互联网络信息中心与国家互联网应急中心联合发布,2010年3月。

② 央视《每周质量报告》,2010年12月20日。

使其危害性超过传统的线下欺诈。但另一观点认为网下交易的欺诈更为严重。一方面,因为网络可能会对欺诈效应进行扩散,使得大众对网上商务欺诈水平产生过高的认识,而网下商务欺诈行为由于其投诉渠道成本高、传播效应低的特点而被过低估计;另一方面,网上交易透明性、评价体系与声誉扩散机制比网下更能限制商家的欺诈行为,而网下交易信息不畅、欺诈成本低,且覆盖面广,都会使其欺诈严重性高于网上。两者观点相左,因此,对网上网下商务欺诈的测量和比较便成为检验这些观点的途径,也是学术界、企业界和广大消费者普遍关注的热点问题。

1.4 为什么要研究这个问题

研究这个问题,有以下几个方面的重要意义。

1. 实践意义

(1)回答网上网下商务欺诈孰轻孰重争议。以统计结果回答业界、学界、政界的争议,有助于观点辨析,对比哪种方式下更容易产生欺诈,寻找原因,对我国网上网下交易欺诈情况进行科学、系统的研究和评价。

(2)为各交易方、平台、政府提供欺诈识别与规章制度制定的参考意见。通过对网上网下欺诈行为的典型案例的收集整理,归纳出当前主要的欺诈形式及主要特点,分析各欺诈发生的主要原因,以及未来的变化趋势。从而有助于消费者更好地识别欺诈,也为平台与政府的规则、政策制定提供参考。

2. 理论意义

(1) 进一步明晰欺诈概念。为了确定研究边界, 主要对经济学、法学的欺诈概念进行研究, 比较其异同, 分析其内涵与外延, 从而对欺诈概念有更清晰的认识。

(2) 扩充与完善商务链理论。对传统的电子商务链理论进行扩展, 形成一个网上网下交易普适的分析框架。

(3) 探讨欺诈测度方法。通过对笔次与金额两个维度的测评, 以及商务链各节点分布结构的研究, 来增加对欺诈水平测度的合理性与科学性。

1.5 如何研究这个问题

本研究试图先解决商务欺诈的基本问题——网上网下欺诈水平的测量, 对欺诈问题进行初步研究, 为将来研究网络欺诈的深层问题提供基础支撑。

本研究总体目标可归纳为: 基于商务链比较我国网上网下商务欺诈的水平及分布。以商务链作为项目研究的主线, 对网上网下的整体欺诈水平, 包括欺诈笔次、金额的比率进行比较, 并通过对商务链各节点欺诈的测度, 对网上网下各节点欺诈水平的结构比率(即分布)进行比较。

为了完成上述目标, 总目标可以拆分为以下四个子目标:

(1) 结合法学与经济学的欺诈概念, 研究提出基于商务链视角的商务欺诈概念、内涵和特点;

- (2) 扩展商务链的节点、内涵及其特征;
- (3) 对网上网下典型商务欺诈行为进行评价;
- (4) 构造商务欺诈水平的测量指标和工具。

这四个子目标相辅相成。通过对概念的界定、商务链理论的拓展,构造出比较网上欺诈与网下欺诈的基本框架;再结合典型案例的分析,提炼出各节点的测度指标,形成最终的测量工具。

根据目标,我们主要研究以下几个方面的内容:

(1) 基于商务链视角的商务欺诈概念、内涵和特点。通过对欺诈概念的讨论,确定了本书的研究边界,明晰了欺诈测评的标准。

(2) 扩展商务链的节点、内涵及其特征。通过完善商务链理论,形成一个对网上交易与网下交易都适用的综合分析框架。

(3) 对网上网下商务欺诈典型案例的行为特征及其商务链节点分布特征进行研究,从而为调查消费者各节点的欺诈状况提供了依据。

(4) 构造商务欺诈水平的测量指标和工具。结合上述理论与案例分析,构造评价指标与工具。使得指标体系能够测量欺诈总体水平,也能够反映欺诈行为在商务链中的分布结构。

(5) 基于商务链对网上网下商务欺诈的水平及分布进行实证研究。通过调研获取网上网下商务欺诈的第一手资料,并进行加工整理;根据构建的测量工具,对调查数据进行统计分析,得出比较结果,并挖掘出网上网下商务欺诈的分布特征。

根据研究的需要,我们采用多种研究方法来完成各部分内容。

在理论研究方面,主要采用了归纳法与演绎法两种。