

管理研究丛书

电子商务 信用评价与治理研究

RESEARCH ON THE EVALUATION AND MANAGEMENT
OF E-COMMERCE CREDIT

陈显友 著



中国财政经济出版社

管理研究丛书

电子商务信用评价与治理研究

陈显友 著

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

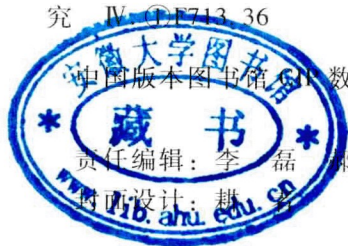
电子商务信用评价与治理研究/陈显友著. —北京: 中国财政经济出版社, 2014. 5

(管理研究丛书)

ISBN 978 - 7 - 5095 - 5223 - 0

I. ①电… II. ①陈… III. ①电子商务 - 信用 - 研究 IV. ①F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字 (2014) 第 057807 号



责任编辑: 李磊 邵明

责任校对: 张凡

封面设计: 耕

中国财政经济出版社 出版

URL: <http://ckfz.cfeph.cn>

E-mail: ckfz@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100142

营销中心电话: 88190406 北京财经书店电话: 64033436 84041336

北京财经印刷厂印刷 各地新华书店经销

880 × 1230 毫米 32 开 6.375 印张 150 000 字

2014 年 5 月第 1 版 2014 年 5 月北京第 1 次印刷

定价: 18.00 元

ISBN 978 - 7 - 5095 - 5223 - 0/F · 4225

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

质量投诉电话: 010 - 88190744

打击盗版举报热线: 010 - 88190492, QQ: 634579818



总

序

把管理作为一门科学加以系统研究，只是最近一二百年的事，但管理实践与人类历史一样悠久。无论人类社会的发展处于何种社会经济形态，而管理却是无时不在，无处不有。大到一个国家的兴衰，小到一个组织的成败，都无不与管理有关。管理既是成功的要素，也是失败的根源。

市场经济是人类社会发展的必经阶段，也是人类社会迄今为止对深化社会分工、扩大社会交换范围、激发生产要素活动、提高资源配置效率最为有效的社会经济形态。在我国，随着经济体制改革经验的积累和认识的提高，党的十四大把市场经济与社会主义制度相结合，提出了建立社会主义市场经济体制的改革目标。围绕这一目标，经过 20 多年的改革，实现了从计划经济体制向社会主义市场经济体制的历史性转变，并取得了举世瞩目的经济成



就。但也要看到，目前仍存在市场体制不健全、市场发育不充分、政府与市场的关系没理顺、经济结构和发展方式不合理、权力腐败、行业垄断、产能过剩、生态环境恶化等问题，致使市场在资源配置中的作用受到了诸多制约。按照党的十八届三中全会的要求，要建立社会主义市场经济体制，使市场在资源配置中起决定性作用，仍是一项艰巨而长期的任务，需要付出艰苦的努力。

我国建立社会主义市场经济体制是一项伟大的历史创举，是世界上其他社会主义国家长期未能解决的一个重大问题。因此，在建立社会主义市场经济体制的过程中，无论在宏观经济管理还是在微观经济管理方面，都会有许多新的经验、新的事物需要从理论上加以总结和提升，有许多新的问题、新的看法需要从理论上加以研究和论证。这是我们每个中华学者都不可推卸的责任和使命。

近年来，武汉工商学院聘请和引进了一批国内外知名的兼职教授和具有博士学位的青年教师。为了把他们的研究成果和博士学位论文加以系统整理和推出问世，在武汉工商学院的大力支持下，我们组织出版“管理研究丛书”系列专著，以求教各位专家学者，并望起到抛砖引玉之作用。对于这套丛书，我们力求做到：将国内外最前沿、最权威的研究成果融入丛书之中，为读者提供最有价值的信息和知识；将规范分析与实证分析相结合，既提出有见地的价值判断，又提供可靠的经验证据；理论联系实际，使研究成果对解决我国现实问题具有理论参考价值。

《管理研究丛书》编委会

2014年4月



Introduction

With the advancement of science and technology, the management subject has been extensively studied as one kind of discipline in the last one or two hundred years. However, no matter how society changes and develops, the management science exists everywhere and everytime as air. Whether the national development or organizational success, everything would be concerned with management. Management science is both the factors of success and the root of failure.

Market economy is the essential period of social development for human beings, and also is the most effective economic sociology of human society in deepening social division, expanding the scope of social exchange, stimulating the production factors activities, and improving allocation



of resources. In China, with the advancement of economic system reform, the government integrated the market economy and socialist system, and put forward a reform target that changed planned economy to free market economy in the Fourteenth National Congress of the Communist Party of China. To achieve the goal, the government has become the focus of the world attention in the field of economic performance. However, there are still existing some problems like imperfect socialist market, underdeveloped capital market, unreasonable economics structures, power corruption, industrial monopoly, excess production capacity, ecological environment deterioration, which would hinder the growth of market economy. In accordance with the requirement of the Eighteenth National Congress of the Communist Party of China, the government should integrate the market economy with socialist system, and put forward a reform target that changes planned economy to free market economy, which is an arduous historical task.

The establishment of socialist market economy system is a great beginning and a meaningful solution which other socialist countries cannot solve in a long time. However, in the process of socialist market economy reform, there would be a lot of new problems, new experiences and new perspectives, and we should research and demonstrate them theoretically, and this is the obligation and mission for every Chinese intellectuals.

Recently, Wuhan Technology and Business University employed a group of well-known part-time professors and young Ph. D. teachers. To disclose these professors' research achievements and doctoral dissertations, we publish the Management Research Series in the support of university leaders. To publish these series successfully, we would



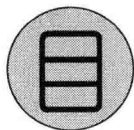


aim to portraying the most authoritative and cutting-edge research achievements in these series, providing the most valuable information and knowledge to the readers, combining the normative analysis and empirical study, putting forward the valuable judgments, linking theory with practice, and making the research achievements to be good value for theory references and solving the realistic problems.

Editorial Board for Management Research Series

April, 2014





摘要	(1)
Abstract	(3)
第 1 章 绪 论	(6)
1.1 研究背景	(7)
1.2 研究目的和意义	(13)
1.3 本书结构	(14)
1.4 研究方法	(15)
第 2 章 电子商务信用的理论与实践	(17)
2.1 电子商务信用理论研究	(20)
2.2 理论研究的不足	(34)
2.3 国内外电子商务信用实践研究	(37)
2.4 实践应用中存在的问题	(52)



第 3 章	电子商务信用风险研究	(57)
3.1	电子商务信用风险产生的背景	(57)
3.2	电子商务信用风险的内涵	(60)
3.3	电子商务信用风险的分类	(62)
3.4	电子商务信用风险的形成机理	(72)
3.5	电子商务信用风险控制的方法和模式	(80)
3.6	电子商务信用风险控制的对策	(90)
3.7	本章小结	(92)
第 4 章	电子商务信用评价研究	(93)
4.1	电子商务信用评价的内涵	(93)
4.2	电子商务信用评价体系的地位和作用	(96)
4.3	基于第三方的电子商务信用评价机制	(97)
4.4	基于第三方的电子商务信用评价指标体系	(100)
4.5	基于第三方评价的电子商务信用体系实证研究	(104)
4.6	本章小结	(115)
第 5 章	电子商务信用治理研究	(116)
5.1	电子商务信用治理的对象和手段	(116)
5.2	国内外电子商务信用治理的现状	(125)
5.3	国外电子商务信用治理的政策和经验	(131)
5.4	构建我国电子商务信用治理体系的思考	(142)
5.5	本章小结	(162)
第 6 章	电子商务信用案例研究——以湖北省为例	(164)
6.1	湖北省电子商务信用体系建设现状	(164)
6.2	湖北省电子商务现有信用体系存在的问题	(166)
6.3	湖北省电子商务信用体系建设和治理对策分析	(168)



第 7 章 研究结论与研究展望	(173)
7.1 研究结论	(173)
7.2 研究的创新之处	(175)
7.3 研究展望	(175)
参考文献	(177)





Contents

Abstract	(3)
Chapter 1 Introduction	(6)
1. 1 Research background	(7)
1. 2 Research purpose and significance	(13)
1. 3 Structure of the book	(14)
1. 4 Research method	(15)
Chapter 2 Theory and practice of e-commerce credit	(17)
2. 1 Literature review on e-commerce credit	(20)
2. 2 Limitation of theoretical research	(34)
2. 3 Domestic and overseas research of e-commerce credit system	(37)
2. 4 Existing problems in practical	



application	(52)
Chapter 3 Study of e-commerce risk	(57)
3.1 Background of e-commerce credit risk	(57)
3.2 Connotation of e-commerce credit risk	(60)
3.3 Classification of e-commerce credit risk	(62)
3.4 Formation mechanism of trust risk in e-commerce	(72)
3.5 E-commerce credit risk control method and mode	(80)
3.6 Countermeasures of e-commerce credit risk control	(90)
3.7 Summary of this chapter	(92)
Chapter 4 Study of e-commerce credit evaluation	(93)
4.1 Connotation of e-commerce credit evaluation	(93)
4.2 The status and role of e-commerce credit evaluation system	(96)
4.3 E-commerce credit evaluation mechanism based on third party	(97)
4.4 E-commerce credit evaluation index system based on third party	(100)
4.5 An empirical study of e-commerce credit system based on third party evaluation	(104)
4.6 Summary of this chapter	(115)
Chapter 5 Research of e-commerce credit management	(116)
5.1 Object and measures of e-commerce credit management	(116)



5.2	Current situation of domestic and foreign e-commerce credit management	(125)
5.3	Overseas policy and experience of e-commerce credit management	(131)
5.4	On the construction of China's e-commerce credit management system	(142)
5.5	Summary of this chapter	(162)
Chapter 6	Case study—the e-commerce credit system in Hubei Province	(164)
6.1	Construction status of e-commerce credit system in Hubei Province	(164)
6.2	Existing problems of e-commerce credit system in Hubei Province	(166)
6.3	Analysis of e-commerce credit system construction and management in Hubei Province	(168)
Chapter 7	Conclusion and prospect	(173)
7.1	Conclusion	(173)
7.2	Innovation of the research	(175)
7.3	Research prospects	(175)
References		(177)



摘 要

本书以电子商务环境中的信用体系为研究对象,以信息管理理论为基础,充分利用之前学者有关信用评价模型、评价体系等微观研究,及社会信用、制度建设等宏观研究成果,在参考国内外企业建立信用体系的建设经验基础上,以第三方信用中介机构为切入点,在此基础上搭建电子商务信用体系框架,并对其信用风险、信用评价、信用治理等内容及机制进行了详细分析,提出了相应的对策。

本书主要观点如下:

(1) 网络交易秩序中的核心问题是网络交易过程中的制度设计与博弈。健康的网络交易秩序依赖于保护网络交易主体权利法律与规则的建立和完善。因此要逐步建立健全法律、法规、政策、制度、网络交易规则、技术标准和信息采集服务体系。



(2) 良好的政策工具和运行管理机制是网络交易秩序健康稳定的重要保障。采用积极的信号工具、第三方中介机构、发动社会群众、严格网络交易主体信息的审核等措施有利于提高监管效率。

(3) 规范的信用信息管理机制是电子商务信用体系的基础。统一的信用信息是电子商务信用数据全国共享的必要条件。通过对信用信息的采集、发布以及使用环节进行统一规范,可以保证整个电子商务信用信息今后的可扩展性及可持续发展性。信用信息管理机制对信息采集机制、信用发布机制、信息使用机制等主要环节进行了设计,从而达到规范信息采集,强化信息管理,确保信用信息依法采集、安全存储、科学加工和合法使用的目的。

(4) 科学的信用评估机制是电子商务信用体系的核心。科学的信用评价方法使得信用评价结果更客观、更可靠、更权威。本书基于特征分析法,将能反映企业历史信用的静态指标、衡量交易过程的动态指标以及第三方信用记录指标纳入模型,以更全面、更及时的反映电子商务企业及个人的信用等级。同时,完善了信用评价体系,除了通过信用评价模型对企业的信用进行综合评级外,还选取了不同维度查询企业活跃程度、成长性和综合实力等影响电子商务交易的信用因素情况,并披露企业的信用公示信息,发布第三方对该企业出具的信用评级报告,所有信用信息在电子、商务信用信息综合管理平台统一的管理,形成了一套科学的信用评估机制。

关键词: 电子商务 信用 评价 监管 风险 对策



Abstract

This book studies credit system in the e-commerce environment. Based on the information management theory, it makes full use of previous microscopic research results, e. g. credit evaluation model, evaluation system and other macroscopic research results, e. g. social credit, system construction. Referring to domestic and overseas corporate construction experience, it sets up the e-commerce credit system and constructs the e-commerce credit system framework. It analyzes the content and mechanism of the credit risk, credit evaluation, credit supervision through the third party credit agency, puts forward the corresponding countermeasures.

The main viewpoints of this book are as follows: