

Analysis on the Service Guarantee System of E-commerce Platform based on Consumers

Siping LUO Zhengde BAO Yawen TANG

School of Computer and Software, Jincheng College, Sichuan University, Chengdu, Sichuan, 611731

Abstract

The continuous development of network economy has promoted the updating iteration of consumers' fee concept. Today's consumers are not only interested in the reasonable price of e-commerce or a large reduction in the promotion activities, but also pay attention to the quality of goods and services. Quality and reputation is the basic of e-commerce development and the main condition of consumers' stable consumption. E-commerce service guarantee system plays a very important role in maintaining the trust of consumers, businesses and platforms, and promotes the benign development of e-commerce. This paper summarizes the reasons of the service guarantee system of e-commerce platform, analyzes the content of the service guarantee system, and probes into the service guarantee system in the e-commerce platform at the same time. The response is reflected.

Key Words

E-commerce, Consumers, Services, Protection

DOI:10.18686/jsjxt.v1i2.678

浅析电商平台基于消费者的服务保障体系

罗思萍 鲍正德 唐娅雯

四川大学锦城学院计算机与软件学院, 四川成都, 611731

摘 要

网络经济的不断发展促进了消费者的费观念的更新迭代。现在的消费者不仅仅看中电商的合理价格或大幅度降价的促销活动,更注重的是商品及服务的质量。质量和信誉是电子商务发展的基本,是消费者稳定消费的主要条件。电商服务保障体系在维护消费者与商家、平台的信任问题上起着非常大的作用,推动了电子商务的良性发展。本文概述了电商平台服务保障体系的原因,并浅析了服务保障体系的内容,同时探讨了服务保障体系在电商平台的响应体现。

关键字

电商; 消费者; 服务; 保障

1.引言

线上消费不断扩大,网购也慢慢成为网民的生活的重要部分。CNNIC 资料统计,2018年,已经拥有6.1亿的网络购物用户,在上年的基础上增加了14.4%。但是由于线上购物的特殊性,消费者在购物过程中会遇到各种问题。据资料显示,2018年受理的投诉数量比上年增长38.36%,国内网购投诉的比例为55.19%。如何消除消费者的顾虑,提供消费者放心的商品和购物环境,服务保障体系在这其中是不可或缺的一环。

2.电商平台服务保障体系出现的原因

2.1 购物过程缺乏“人性化”

电子商务的出现,为消费者带来了更加便利地消费体验,消费者只需要使用PC,手机等智能终端就可以随时随地购买自己想要的产品,而且商品配送也实现了信息化和自动化,这些都是消费者选择线上消费的核心所在。但是在整个购物过程中,身边不会有销售人员为消费者介绍商品的相关问题,为消费者提供合适的购买策

略。消费者只有自己去购物的攻略，有些时候即便准备再充足，没有实际去接触过产品，购买的产品和预想的总会有一些差距。但是如果像线下消费提供大量的一对一人工服务，这又是不实际的，线上消费的基数太过庞大，而且这样做的话就丧失了电商平台所独有的优势。其实不难发现，在购物过程中缺乏“人性化”问题的关键，不是提供大量的人工服务，而是给消费者提供放心的购物服务，在消费过程中能有提供有效地保障，从而使消费者的线上消费具有长期性和稳定性。

2.2 消费者和商家的信任度低

电子商务信用问题的日益突出已成为制约电子商务发展的重要因素之一，^[1]而初始信任的建立是信任建立最重要的阶段，如何建立消费者对电子商务的初始信任是当前必须要考虑的事。^[2]对于消费者而言，大多数的网购都是预付费模式，先付金额，后享受服务，网上购物的风险增大。由于网络环境的虚拟性和电子商务平台上双方信息的不对称。^[3]有些商家就开始从中作假，发布的产品信息虚假，发布信息但是不提供产品，或者不兑现自己提供的服务承诺等，出现一系列的欺骗消费者的行为，由此引起繁琐的交易纠纷。遇到这些情况，消费者需要维护自己的合法权益，如果没有便捷的申诉维权渠道，消费者在后期的维权就会耗费过高的成本。长此以往，消费者与卖家的信任关系破裂，电商平台的发展也会受到不良影响。所以如果有第三方做

好中间者的桥梁作用，能对商家提供的产品质量，信息真实性，服务等作出担保，由商家自动做好契约性的承诺，就可以降低消费者的顾虑，提高消费者的心理预期，有利于电子商务的长期发展。

3. 电商平台服务保障体系的内容

和过去的电商形式不同，品质电商是未来线上发展的一种趋势，与线下变迁趋势相对应。品质电商是线上电商良好发展的必要环节，其核心是商品价格和质量之间的高性价比，供给侧结构性改革的首要也是提升品质。在“品质电商和供给侧结构性改革的”的共同前提下，电商要实现品质化，就必须从售前，售中，售后三个环节，层层把关，严格监控。

3.1 服务保障体系的架构和运行流程

服务保障体系是不仅是消费者，商家和平台协定和遵守约定这么简单。服务保障体系是一个动态的管理机制，要让保障服务从承诺，履约，维权处置，违约申诉等形成一个高效运作的闭合结构，使服务保障体系得到良性循环，提高服务质量。

电商保障服务系统架构如表 1，电商服务保障系统主要是三个主体中不同的系统所构成，三者相互联系，共同协作，让电商服务保障系统能够有效运转并发挥作用。包含商家开展交易的服务系统：授权认证系统，费用结算系统，保障服务系统；消费者捍卫自身正当权利的服务系统：维权投诉系统和费用赔偿系统；平台监管约束的服务系统：服务展示说明系统和服务管理系统。

主体	消费者	平台	商家
	维权投诉系统	服务展示说明系统	授权认证系统
系统类别	费用赔偿系统	服务管理系统	费用结算系统 保障系统

表 1 电商服务保障系统架构

电商服务保障系统运行流程如图 1，首先要求商家参加保障服务，确保商家是否拥有资格和信用，避免身份虚假或者匿名身份的情况，为之后的维权投诉工作增加难度。通过了认证和审核，商家可以申请保障服务，在有效期内，消费者购买商品的时候将获得正当保护。当商

家不履行承诺违约时，可以通过维权投诉系统进行申诉维护自己的合法权益，如若商家拒绝履行承诺，将会由第三方平台介入协商解决。并且基于交易双方的协议解决结果，通过费用结算系统与商家结算相应的款项，通过费用赔偿系统对消费者进行赔付。

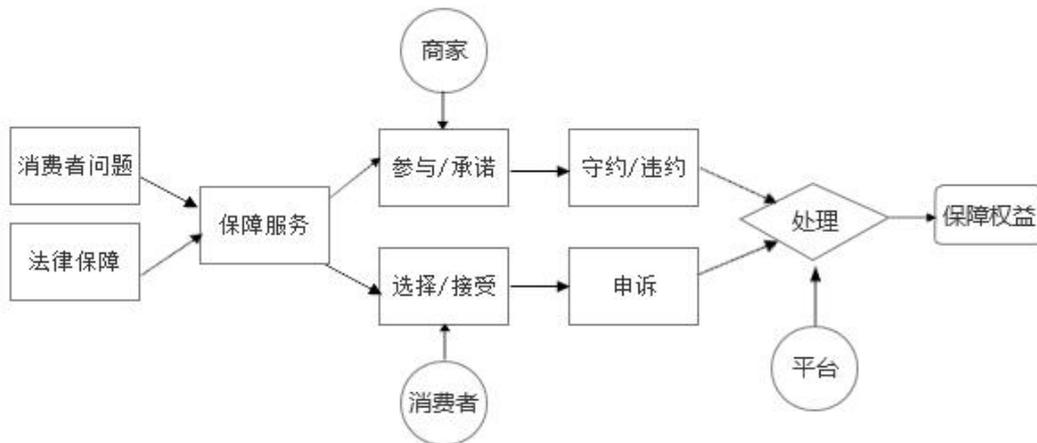


图1 电商服务保障体系运行流程

3.2 售前服务

售前服务是在顾客未接触产品之前企业所开展的一系列刺激顾客购买欲望的服务工作，^[4]质量好的产品是吸引消费者的重要因素。CNNI 数据显示，70.8%的消费者同时在意价格和质量，24.6%的消费者会看重质量，只有 4.7%的消费者会因价钱而稍微降低质量。

。基于商品品质所提供的服务保障内容有：

- 1) 正品保障，向消费者保证所有商品全都是正品；
- 2) 假一赔三，允诺如果售卖赝品，就赔偿消费者商品价格的三倍；
- 3) 如实描述，保证没有捏造虚假内容，产品的介绍信息可靠有效；

3.3 售中服务

售中环节，也就是购买过程，消费者可能遇到的问题是在下单了但是无货的状况，或者付款下单后发现价格比购买之前更加便宜，这些状况下可以为消费者提供以下服务：(1) 有货保障，承诺商品一定会有库存，不过下单后无货给予赔偿。(2) 价格保护，国家制定的价格内波动并且保证商品现有的价格。而且在付款过程中也有风险，有可能在交易取消后无法获得退款，这时候就会有退款保障服务，只要消费者交易正常取消，平台将自动将款项原路退回。

3.4 售后服务

配送环节可能出现虚假发货，或者虚拟商品-旅游 OTA 产品等情况，此时就提供基于速度保障的“闪电发货”，承诺在指定时间内把商品送到消费者手中。在售

后过程中，消费者关注的是退货，换货，维修，联保等交易后的保障服务，就此为消费者提供“七天无理由退货”，“30 天维修”，“全国联保”等服务。

4. 电商平台服务保障体系的制约与监督

4.1 服务保障体系的法律制约

契约精神这个词源于西方，是西方文明社会的主流精神，更是推动市场经济发展的基石。^[5]在契约精神下，服务保障相当于交易双方的承诺，但是不论是口头约定还是书面约定或者电子约定，这样无形的契约形式缺乏强力的约束力。但是现在我国国内的电商市场的诚信体系和机制逐渐正在完善，国家也制定了相关的政策法规对消费者的权益进行保护。在《消费者权益保护法》和《中华人民共和国电子商务法》的制约下，消费者可以在七天内选择退换不满意的商品，遭遇欺诈行为时有精神损害赔偿法提供有效的保障，同时知晓和严控平台与卖家的责任。在消费者和商家还有平台在诚信履约和失信违约上制定了严谨的约束制度，让三方都重视违约所付出的代价，有效地保证电商平台网络购物向积极的方向发展。

4.2 服务保障体系的监督

电子商务平台是为交易双方或多方提供交易撮合及相关服务的信息网络系统总和。^[6]电子商务平台作为服务保障体系的监督者和管理者，同时也作为服务者，在交易纠纷产生时需要在关键的地方对服务全过程和服务保障进行详细的信息化记录，这样才能有据可查，回溯服务过程的真实情况。处理纠纷时，要秉持客观公

正的态度,严格依照法律制度,明确交易双方的责任和权利,通过对相应责任和权利进行监控做好监督管理工作。

5.结束语

未来电子商务会向线上线下融合的方向发展,不论是哪种模式,提供的网购服务质量优或劣,商品质量能否得到保障,信用体系是否客观,都关乎消费者的切身利益。要想让消费者和商家,平台建立一个长期趋向于诚信的平衡,就要围绕市场的契约精神,扩展更多丰富有效地服务保障,让消费者、商家和平台多方受益,变更电商发展结构,扩宽电商发展道路。

参考文献

- [1]程广平. 基于博弈分析和信用中介的中小电子商务企业信用机制建立[D].天津大学,2007.
[2]宁璐. 移动商务消费者持续信任影响因素及实证研

究[D].北京邮电大学,2014.

[3]汤清,付阳.C2C 电子商务中的博弈论分析[J].特区经济,2006(06):233-234.

[4]李丹. LM 公司基于 ERP 的生产计划流程优化研究[D].东北大学,2012.

[5]黎春里,何雨珈.浅析交强险责任限额问题[J].青年科学(教师版),2014,35(1):70-71.

[6]程越,孙兆洋,隋媛,刘贺,王志民,高昂,王双.浅析电子商务平台服务保障标准化[J].标准科学,2018(10):59-62.

作者简介

第一作者:罗思萍(1998-01-13),女,汉,四川省泸州市,本科,四川大学锦城学院,研究方向:电子商务。

第二作者:鲍正德(1989-),男,汉,黑龙江哈尔滨,研究生,四川大学锦城学院,研究方向:电子商务。

第三作者:唐娅雯(1999-),女,汉,四川省资阳市,本科,四川大学锦城学院,研究方向:信息管理、J2EE