doi:10.3969/j.issn.1003-5559.2022.10.005

发达经济体跨境电商信用体系建设及启示

——以美日英国家为例

■ 闫彩霞 广州软件学院

摘 要：电子商务信用体系建设是推动跨境电商可持续发展的内生动力及路径。发达经济体电子商务信用体系建设起始时间早，模式较为完善，与其相比，我国电子商务信用建设模式还不成熟。文章通过分析美国、日本、英国等典型发达经济体的电子商务信用建设模式，力图汲取其优秀经验并进行本土化实践：政府需要在借鉴其他国家经验的基础上，完善跨境电商信用市场的制度建设，加大数据共享力度，引导第三方专业信用机构进入跨境电商信用服务市场，提高企业和消费者的信用意识。

关键词：电子商务；跨境电商；信用体系；发达经济体

中国海关统计数据显示，2020年我国跨境电商进出口额1.69万亿元，同比增长31.1%。但我国跨境电商信用体系还不完善，失信问题已经成为限制我国跨境电商发展的重要问题，阿里巴巴研究院的数据显示，每年阿里巴巴国际站64%的卖家因买家信用原因损失订单。随着我国跨境电子商务的蓬勃发展，跨境电商信用建设成为国内学者关注的热点，主要集中在信用风险的各种形成机制、跨境电商信用等级评估等方面。陈欢欢研究了跨境电商支付信用风险的各种形成机制；学者俞裕兰、杨靛青从服务、公司和产品这三个维度出发，建立跨境电商信用等级评估三级指标体系；学者马德清从卖家、买家和跨境电商平台三方面构建跨境电商信用评价指标体系；张安忠运用文本信息分类方法制定信用评估标准；田晓芸、荣飞琼，通过大数据分析建立了跨国电商平台信用评价系统。

上述研究为我国跨境电商信用建设提供了丰富的理论支撑，然多集中信用体系构建的某一方面且较少关注国外电子商务信用建设情况。因此，本文选取电子商务信用建设较为完善且在发达经济体中具有典型代表的美国、日本、英国为案例进行研究，梳理这些国家电子商务信用建设模式，结合我国的现状，为完善我国跨境电子商务信用建设提供借鉴，具有重要的理论意义和实践价值。

一、发达经济体跨境电商信用体系建设

相对于发展中经济体，发达经济体电子商务起步较早，在全球电子商务市场占有重要份额，从电子商务销售总额来看，2020年排名前１０位的国家中，除中国和印度外，其他8国均为发达经济体。2020年，中国的电子商务销售额为2.3万亿美元，占全球总销售额的29%，位列全球第一。美国、英国、日本电子商务销售总额分别以7950亿美元、1800亿美元与1410亿美元位居第二、第三和第四。在电子商务信用建设的探究上，发达经济体也走在世界前列。其电子商务立法水平要远远高于发展中经济体，电子商务交易法与隐私及数据保护法的普及率达到97.6%，基本上每个国家都有着两个领域的立法。美国、日本、英国在电子商务信用建设方面积累了丰富的经验，无论是美国的市场主导模式，还是日本的行业协会主导模式和英国的多元化模式，在政府监管、行业自律、第三方机构提供服务、企业及消费者自身的信用意识等方面都有可借鉴之处。

（一）美国以市场为主导的电子商务信用体系

美国电子商务体系成熟健全，在建设电子商务体系过程中，以政府监管为支撑，以行业自律为保障，以第三方服务为基础，鼓励市场主体参与。首

[基金项目]本文系2021年教育部产学合作协同育人项目“基于校企合作的跨境电商人才培养新模式”（编号：202101179022）；2021年教育部产学合作协同育人项目“基于wish跨境电商平台产学研合作教学模式研究”（编号：202101157008）；广东省普通高校重点领域专项项目“基于PEST分析的广东省跨境电商综合试验区竞争环境研究”（编号：2021ZDZX3022）。

[作者简介]闫彩霞（1976—），女，广州软件学院讲师；研究方向：国际贸易与跨境电商。

先，美国政府非常关注法律在电子商务制度建立中的影响，2000年6月30日，由总统签署了《电子签名法》。之后，政府陆续制定了电子商务政策、电子交易体系、著作权保护、网络安全、个人隐私、电信技术规范等方面的相关法规。截至目前，美国形成了相对健全的互联网交易信用监管制度，包括互联网交易法规制度、跨部门电子商务管理协调机构等制度设置，拥有完善的在线争议处理机制，对各种程度的争议都能够采用无正当理由退货机制、商会和企业委员会的协调、仲裁委员会仲裁和司法机关介入等各种方式处理。其次，有强大的由行业协会提供企业信用报告的国际行业标准。美国联邦消费者信息系统协会(Consumer Data Industry Association，简称CDIA)制定信用报告的行业标准。美国另有全美个人信用管理联合会、全美个人信用报告联合会、全美收账联合会等若干民间组织，在全美信用领域的自律管理以及代表业界进行政务公关等领域都起到了很大作用。再次，第三方机构在信用服务市场上占据主导。国内也有不少专门从事商业征信、信用评估、商账追收、商业资信管理等服务的规范的商业信贷中介服务组织。信用中介服务机构市场化、社会化程度高。同时，美国的商业信用和银行信用很成熟，其结算与付款也初步达到信用化。资本市场信用由标普、穆迪、惠誉三个国际的评分机构组成，普通企业征信方面，邓白氏公司占领市场。最后，美国拥有完善的市场体系和广泛的信用消费人群。全美的社会信用制度比较完善，企业都设立了信用管理体系，而许多的大型企业中也都有专门的信用管理部门。因为信贷交易与个人的日常生活密不可分，所以全美的消费人群都十分关心自身的资信状况，每位美国人都有一个九位数字构成的社会安全号码，由政府部门授予，给个人终生使用。经营者可以根据这个社会安全号码，查询到消费群体每一次消费行为的信用状况，进而可以根据不同信用情况，消费者选择相适应的支付方法。企业和消费者个人信用信息的公开与市场化程度较高，目前，美国已通过有关立法或规章对企业和个人信用数据的公开程度进行了明确规定。

（二）日本以行业协会为主导的电子商务信用体系

日本的电子商务信用体系建设从保护个人信息入手，从主导性的行业协会运作机制到规范、完备的电子商务法律体系，日本的电子商务信用体系逐渐形成并有所发展。首先，日本国内信用系统的建立已经比较完善，尤其是在个人信息方面。日本的有关立法举措包括《个人信息保护法》等为构建有效的跨境信用系统，创造了必要条件。此外，日本政府特别重视行业协会在信用制度建立中的地位，日本政府于1951年建立了全国信用保障协会协议会，此协议会1955年更名为全国信用保障社团联盟。日本银行联盟中还设立了非营利的商业银行或会员制机构，如日本个人信用资讯中心。信用咨询服务机构一般都进行了分业经营。除此之外，政府注重相关法律保障。日本政府的经济经营产业省自1998年开始启动《电子商务市场调查》，同时参考《全球电子商务架构》和《欧洲电商倡议》修订了《高度信息通信网络社会发展基础法》，目前日本已建立了一个相对完善、成熟的法规体系。日本政府的信贷管理法令规定，一般有《政府保有的电子计算机管理的私人信息保护法》、《贷款业规制法》、《分期支付销售法》和《政策信息法》。

（三）英国多元化模式的电子商务信用体系

相比其他发达经济体，英国的信用体系建设更加多元化。第一，该国有完善的法规系统和健全的商业信用监管。该国的电子商务运营均由该国公平交易办公室、商务创新和科技部、贸易标准办公室等公共机构统一监督；它同时受到英格兰的《合同法》、欧盟的《远程销售规则》和《电子商务指令》的制约。关于跨境消费争议的处理，目前主要依据欧盟各国之间的《罗马公约》和《布鲁塞尔公约》等法律规定。《消费信贷法》和《数据保护法》从低征信市场门槛、对征信数据的收集利用与发布以及消费者权利保障等三方面实施监管，确保征信机构规范运行。其次，英国有庞大的私有征信组织。也是一个私有征信模式的典型代表国家，其个人信用市场规模居于世界第二，仅次于美国。在伦敦有两个跨国的征信企业：益百利(Experian)和艾可飞(Equifax)。再次，英国有一个运转良好的消费者信用评级系统。信用机制已经覆盖到人们日常生活的方方面面。英国征信公司收集包括消费者的基本信息和信用信息两方面的数据，然后利用先进的计算

机及互联网手段对信息加以集中处理，形成了一套功能强大的信息中心并异地备份，对信息每天实行自动更新，而这些信息将最终构成了每个消费者的信用等级。

（四）典型发达经济体电子商务信用体系建设模式的共性

笔者通过剖析美国、日本和英国等发达经济体的电子商务信用体系构建模型，发现它们虽然各具特色，但又具有如下共同点：构建相对完善的法规管理体系，确保电子商务信用管理体系建设；成立行业协会，制定技术标准，服务电商企业；由政府部门统一指导，社会公共服务中介组织积极参与（包括信用中介服务组织、资信评估机构、电商交易平台、第三方网络交易金融机构等）；建立企业信用管制制度和个人信用管理制度，促进有效的跨境信用体系的建立。这些共性是我国当前和今后发展跨境电子商务、完善跨境电子商务信用建设模式需要借鉴的宝贵经验。

二、我国跨境电商信用体系的建设现状

我国跨境电商起源于1999年阿里巴巴网站的建立，通过20多年的发展，在政府部门加强跨境电商信用体系建设多种政策的指引下，跨境电商信用标准及规范建设持续推进，跨境电商公共信用服务水平有所提高，跨境商务行业自律进一步加强，跨境电子商务信用体系建设有些许成就，但仍存在不足之处。

（一）跨境电商立法建设滞后

到目前为止，我国已经出台了保障跨境电商运行的法律主要有2005年的《电子签名法》、2012年的《支付机构互联网业务管理办法》、2019年的《电子商务法》等。同时，在目前中美摩擦日益严重、新冠肺炎疫情重创对外贸易的情形下，提升我国跨境电商公司和电子商务平台的信誉，对我国的深化改革对外开放也显得尤为重要，所以到2019-2020年两年间，我国电子商务信用体系相关立法速度大大提高，相继发布了《安全审核管理办法》《对于跨境电商综试区零售出口企业个人所得税核定征管问题通知》《对于全部推行跨国电子商务出口产品退货监督管理举措相关事项的通知》《中华人民共和国海关公司信用管理措施》《对于推动平台经济规范企业成长的引导建议》《对于规范企业物流与网络电子商务数据信息互联共享的引导建议》《对于网购与进出口领域专利执法具体实施措施》《对于推动跨国电子商务寄递服务高质量建设的几个建议（暂行）》《对于推动商品交易市场建设平台经济的指导意见》等文件和法规。上述文件和法规，在某种程度上直接影响着中国跨境电商行业的信用管理体系建立，对中国广大的跨国电子商务从业人员和消费者的法律意识也发挥着很大的影响。

然而，与跨境电子商务的蓬勃发展相比，相关立法建设总体上仍相对落后，我国乃至国际上尚未建立起一套比较完整的跨境电子商务信用法律体系。特别是在消费者隐私权保障、权利维护与纠纷处理等制度方面都没有清晰的立法保障。在报关和报税方面及第三方监管和监督等方面急需更完善的法律法规出台进行保障。目前各个国家对于合同法的规定不统一，跨境电子合同的签订及法律效力认定问题尚待解决。跨境电商信用法律体系建设的滞后，使得我国跨境电商企业以及跨境电商平台的失信成本明显偏低，在跨境交易中的失信情况尤为明显，影响了我国跨境电商企业在国外上的名誉度。建立健全更成熟有效的、更有利于跨境电子商务的问题处理体系，是当前乃至未来一段时间内亟待解决的问题所在。

（二）私营征信数据孤岛待破

私营征信系统一般是由私人或法人融资建立，以盈利为主要目的，自主从事资信评估与资信管理服务。其资料一般依赖被征信组织或私人的自愿供给。由于私人金融机构明显以利益最优化为目标，因而具备完善的投资管理机制，能够提供多样化的信贷征信服务，所以私人信贷征信组织对信贷市场渗透率比公共信贷征信组织高，对壮大社会信用体量、拉动经济有着较好的作用。但是，由于我国征信业务发展缓慢，无法适应经济社会发展需要，未对电子商务领域发展产生有效支撑。以低成本获取优质资料是征信业务蓬勃发展的重要基石。然而，私人征信组织缺乏有效途径获取客观可信的资料，进一步降低了我国征信业务的信息供给能力。中国人民投资银行所制定的《个人信用信息基础数据库管理暂行办法》《银行信贷记录咨询管

理方法》乃至《企业法》等都对个人信用信息的保有与利用采取了谨慎的态度，几乎对所有私人征信机构都形成了资料封闭。因此，我国信用制度的不足，与政府对公众数据共享力度的欠缺有关。

（三）有效的第三方资信评估系统缺位

资信评估系统发展比较完善的是企业信用评价。企业信用评估通常通过信用评估机构完成。评估人员作为第三者，运用其本身的信息资源和知识，通过特定标准对经济主体做出判断，揭示被评估对象违约风险的程度，电子商务第三方平台构建的信用体系较为完整。

然而目前，国外评估机构和国内评估机构在跨境电商平台提供商的信用评估以及卖家和买家的评估方面的服务经验相对较少，我国跨境电商信用管理主要依靠跨境电商交易平台。受资金投入、技术与经验的约束，跨境电商平台对买卖双方的信用评价体系在评价指标体系和评价模型方面并不严谨，评估结论没有权威性。同时，因为没有全国统一的信用机制，各地跨境电子商务平台各自形成的独立信用评估系统，缺少信息沟通和互动，无法建立统一的评判准则，使得各地的评估系统形成信息孤岛。

三、发达经济体电子商务信用体系建设模式对我国的启示

我国虽然是电商大国，在电商信用体系建设方面，中国当前和西方国家仍有较大差距，美国、日本和英国等发达经济体在开展电商信用体系建设工作时采取的政策措施和指导理念，对当前中国跨境电商信用体系建设工作具有一定的参考和指导意义。

（一）明确政府职责

要建立一个运行良好的信用体系，首先必须有一个合适的制度环境，政府部门根据市场需求出台切实可行的法律法规，健全社会信用系统。并作为信用的监管机构对跨境电商活动中交易主体的信用行为进行监督管理。首先，有关政府部门要进一步推进对国内跨境电商的立法，并完善相关政府职能部门的信用管理，提高失信行为的机会成本。如前所述，我国虽然在 2019 ～ 2020 年密集颁布了一系列促进跨境电子商务发展的法规和办法，但还必须保持政策的严肃性与持续稳定性，让跨境电商的交易主体对他们的法律职责和权利义务都有稳定预期。其次，目前各国在跨境电商相关法律建设方面步调不一、规则不同，我国政府应在跨境电商信用管理方面加强与其他国家政府的沟通与协商，共同研究和推动相关国际惯例的制定。

（二）完善信用信息分享机制

应当建立详尽的公众和私人征信部门信息数据共享制度。与公共征信机构相比，私人征信机构对信贷市场的渗透率更高，在扩大社会信用方面发挥了更好的作用，但私营征信机构缺乏获取客观可信信息的有效途径，进一步降低了我国征信业务的信息供给能力。着力构建电子商务信用信息共享机制，以破除私营征信机构“数据孤岛”现象。首先，在交易市场主体系统真实、准确、完整、规范的登记交易主体的个人身份信息、企业登记信息及生产经营许可等基础信息；然后，政府公共服务机构对这些信息进行核对，并及时将这些信息录入贸易实体标准化市场基础数据库，该公共征信体系不仅数据品质高，而且可以保障个人信用安全；最后，私营征信机构可以通过接入信息公共服务机构的基础数据库，从而获得公司征信和个人征信的数据，实现政府和私有征信机构对信用数据的共享。

（三）强化第三方信用评级作用

第三方信用评级机构首先对企业进行全面调查，并在此基础上，依据公平、科学的信用评估程序综合评价和分析企业的整体情况及财务状况，评估企业履行义务和偿还债务的经济能力和信誉，即企业的信用评级。通过第三方资信评估能够提高社会客户的经营风险意识，从而减少了社会企业的信息交易成本，提升了资本运作质量，在社会信用市场上起较大影响。而我国的第三方信用评级机构几乎没有影响力。当前，应引入独立的第三方评级，并对第三方评级业务进行专门的立法和规定，如机构成立的标准、机构评估结论的定性为企业或媒体随意发布的行为、企业为提高自身评级而支付额外费用导致评级结果严重偏离事实时，评级机构是否应承担民事责任仍然没有定论。在我国跨境电子商务行业引进并推行第三方信用评估，立法空白亟需填补。

（四）提高企业及消费者的信用意识

发达经济体的企业和消费者具有良好的信用意识。例如，美国的社会信用体系比较完善，企业和个人信用管理体系比较健全，英国的消费者信用评价机制运行良好。我国有关部门也可以参考发达经济体的做法，提高企业和消费者的信用意识。在消费者信用管理方面，相关部门可以要求电商平台对消费者诚信档案进行归档，银行等金融机构可以在消费者申请贷款时，向相关部门申请协助查阅网购诚信档案，作为消费者个人信用评估的参考，杜绝消费者滥用行为。在企业信用管理方面，要充分发挥行业协会的作用，收集行业内所有会员的信用信息，评价和规范所有会员的信用行为。同时，行业协会还应发挥自身优势，引导全体企业成员廉洁守法，推进企业信用管理建设，协助政府对全体企业的信用行为进行监督管理。

四、结语

跨境电商信用体系建设是跨境电商健康发展的内生动力。发达经济体电子商务起步较早，在全球电子商务市场占有主要份额，在电子商务信用建设方面也积累了丰富的经验。借鉴典型发达经济体电子商务信用建设的经验，我国应从以下几方加强跨境电子商务信用建设。首先，政府根据市场需要制定相关的法律法规，完善社会信用体系，并作为信用的监管机构对跨境电商活动中交易主体的信用行为进行监督管理；其次，构建详细的公共及私营征信机构信息数据分享机制，打破“数据孤岛”现象；再次，推动有实力的第三方信用专业机构尽快进入跨境电商信用服务市场。最后，政府部门和行业协会要携起手来，共同提高企业及消费者的信用意识。▲

参考文献：

[1]吕锦源.亚马逊在中国跨境电商平台发展的SWOT分析[J].中国储运,2022(2):160-161.

[2]何苗.5G背景下中国跨境电商发展的进阶路径研究[J].全国流通经济,2022(1):60-62.

[3]吕新福.“一带一路”视域下农产品跨境电商的发展困境及出路探讨[J].中国商论,2021(21):7-9.

[4]俞裕兰,杨靛青.跨境电商信用多指标综合模糊评价模型研究[J].牡丹江师范学院学报(社会科学版),2021(1):11-22.

[5]田晓芸.基于大数据的跨境电商平台供应商信用评估研究[J].数字通信世界,2019(10):125-126.

[6]胡方,高荣瑢.日本跨境电子商务发展的特征、原因及其启示[J].贵州商学院学报,2020,33(1):48-55.

[7]何晓婷.我国现阶段社会组织失信问题及治理路径研究[D].四川省社会科学院,2018.

[8]徐红贵.大数据背景下中新力合中小企业征信系统模式的研究[D].兰州交通大学,2017.

[9]俞裕兰,杨靛青.基于博弈视角的跨境电商交易诚信机制设计[J].牡丹江师范学院学报(社会科学版),2019(5):19-28.

[10]殷明,徐晓俊.跨境电商出口贸易面临的挑战及对策——基于区块链技术应用的视角[J].商业经济研究,2020(6):149-152.

[11]林晨萍.跨境电商出口贸易信用体系的构建思路[J].经济论坛,2017(5):91-94.

[12]刘铭卿.论电子商务信用法律机制之完善[J].东方法学,2019(2):151-160.